



DE
LUXE-
BEESTEN

Luxe is
doen waar je als kind
van droomde

WAT HEET LUXE?

Ze genieten van het leven. Kicken op kunst. Vinden geen graten in een oude jeans onder een designblazer. Houden van een ijskast waarin de snelle hap het goed kan vinden met de gesofisticeerde beet. Zijn wild van wilde geuren in het badschuim. Zetten met graagte hun tanden in een spelletje golf, maar alleen als zij de spelregels mogen bepalen. Ze werken om te spelen. Kopen om zichzelf plezier te doen. Hebben zo hun eigen kijk op het leven. Zij, dat zijn de luxebeesten nieuwe stijl. En ja, Gène Bervoets is een van hen. Of speelt een van hen.



KUNSTWERK

David Altmeld:
'The builders'

GENE

Vest Jean-Paul
Knott (€ 550)

Trui Tomorrowland
(€ 250)

Schoenen

JM Weston (€ 730)

Horloge

ELENA

Manteltje

Monsieur Bul (€ 415)

Schoenen Katia

Lombardo (€ 295)

Tango Rose Gold

collier met diamanten

(€ 104.500),

armband (€ 47.500)

en oorbellen

(€ 17.420) Pomellato

Luxe is
juwelen kopen die
een leven lang
mee gaan.
En nog langer

NAAST ELENA

VAN ONDER NAAR BOVEN:

Bronzen collier van Jean-Philippe Coudeyre

Zonnebrillen van Persol, Linda Farrow, Armani

Handtasje Heure Exquise Léopard Noir Delvaux (€ 1650)

Horloge Chaumet

Juwelen van Tiffany en Pomellato

← **SCHILDERIJ** van Jim Meyerson: 'Family tree' | **SCULPTUUR** achteraan van Mariko Mori: 'Oneness' | **ELENA**, Cocktailjurk Ana Sekularac (€ 1600) Schoenen Minna Parikka (€ 340) | Panty's Alabama Cette (€ 30) | Zonnebril Natan (€ 249) | Collier Elsa Pretti (€ 910) en armband (€ ???) Tiffany | Ring Chaumet (€ 3800) | Plooi-fiets Brompton bij Vlerick Fietsen (€ 1114) | **GENE**, Jasje (€ 550) en polohemdje (€ 95) Hackett | Golf schoenen Ecco | Handschoen Callaway Warbird | **RIM**, Zijden jurk van Jean-Paul Knott (€ 350) | Schortje rommelmarkt | Schoenen Noë (€ 75) | Veegborstel Whazzup (€ 29) | **GOLFMATERIAAL VAN** Sport Factory Gent | Indoor putting mat (€ 95) | Komperdell Authentic Bamboo Carbon Clubs (€ 895 voor serie van 7 clubs) | Callaway 2-ball putter Black Serie (€ 295)

Luxe is
eten waar je zin in hebt, op gelijk
welk moment. En drinken,
dat ook



Luxe is
jezelf af en toe een Paris Hilton-moment gunnen en weten
dat het maar om te lachen is

↑ **KUNSTWERK** Tom Sachs: 'Nutsy's 1:1 McDonald's' | **RIM**, Zijden jurk Jean-Paul Knott (€ 380) | Nudo gouden ringen met topaas Pomellato (€ 1520) | Schoenen Minna Parikka (€ 335) | **ELENA**, Combinaison Fifi Chachmil (€ 162,50) | Peignoir Grazia Lliani (€ 170) | Bahia gouden ring met kwarts en robijnen Pomellato (€ 5850) | Roséchampagne en glazen 'Fallen in Love' gelimiteerde editie Pink Box Moët & Chandon (vanaf € 290)



Luxe is
simpelweg gelukkig zijn

→ **KUNSTWERK** van Tim Noble en Sue Webster: → 'Yes' | **GENE**, Trui Jean-Paul Knott (€ 250) | **ELENA**, Jurkje Monsieur Bul (€ 320) | Oorringen Pomellato (€ 1520) | Horloge Tiffany (€ 3050)

↑ **KUNSTWERK** van Mark Handforth: 'Stardust' | Van links naar rechts | **MANON**, Zonnebril Lacoste (€ 129) | Jurk Monsieur Bul (€ 330) | Cardigan Paule Ka (€ 190) | Armbandje DoDo (€ 1220) | Panty's Wolford (€ 39) | Schoenen Geox (€ 120) | **KATRIEN**, Zonnebril Gucci (€ 195) | Jurk Orion London (€ 105) | Cardigan Nathalie Vleeschouwer (€ 109) | Schoenen Biography (€ 322) | Sokjes Filippa Ka (€ 10) | Handtasje Paule Ka (€ 140) | Carré Dolce Vita Coquillage Delvaux (€ 250) | Oorbellen DoDo (€ 1342) | **AYA**, Zonnebril Marc by Marc Jacobs (€ 130) | Collier (€ 625) en armband (€ 400) Jean-Philippe Coudeyre | Jurk Lutz (€ 675) | Schoenen Ann Demeulemeester (€ 660) | **LEONOOR**, Zonnebril Giorgio Armani (€ 440) | Daim broekje Stouls (€ 423) | Hemdje Paule Ka (€ 69) | Panty's Anchorage Olivier Strelli voor Cette (€ 20) | Schoenen Geox (€ 119,50) | **ROSANNE**, Zonnebril Python Linda Farrow (€ 550) | Bronzen leren short Jean-Philippe Coudeyre (€ 1375) | Zijden topje Sandrina Fasoli (€ 275) | Bronzen sandalen LD Tuttle (€ 288) | **LOUISE**, Zonnebril Lacoste (€ 119) | Leren jurk (€ 745) en blouson (€ 1538) Stouls | Plastic visjescollier Ineke Otte (€ 169) | Handtasje Paule Ka (€ 140) | Panty's Leopard Cette (€ 19,95) | Schoenen Noël (€ 85)



Luxe is
tijd hebben voor
onbenulligheden



PRODUCTIE EN STYLING:
LINDA VAN WAESBERGE
FOTOGRAFIE:
STUDIO EDELWEISS
(WWW.STUDIO-EDELWEISS.BE)
MAKE-UP:
LOUISE DURANT
MODELLEN:
GENE BERVOETS
ELENA VOROBIEVA
MET DANK AAN RIM
BOEK:
'DISORDER IN THE HOUSE'
IS UITGEGEVEN BIJ L'ANNÉE
VERKOOPADRESSEN:
WWW.STANDAARD.BE/
VERKOOPINFO

↑

KUNSTWERK van Paul Pfeiffer: 'Self portrait as a fountain' | **GENE**, Short Buns (€ 60) | Onderhemdje Schiesser (€ 49) | Sokken Filippa K (€ 10) | Vest in taft Jean-Paul Knott (€ 500) | Horloge Luminor 1500 Black Panerai (€ 13.500) | Schoenen 3M Weston (€ 730) | Gene speelt met een robot Spickee (€ 299) | **ELENA**, Kimono (€ 890) en onderjurk (€ 750) in zijde en bruyère kant (€ 890) Carine Gilson | Collier Paloma Picasso (€ 490) en armbanden Somerset (€ 1170) Tiffany | Tabou gouden ring met topaas Pomellato (€ 2195) | Badhanddoek Aqua di Parma (€ 93) | **OP DE VLOER LINKS**, Scheerborstel (€ 273), scheermesje (€ 222) en Ambiance Parfum Colonia (€ 54) van Aqua di Parma | Lotion Dior, lotion Dermo System van Dior Homme (€ 54), parfum 3'Adore L'absolu | Parfum (€ 119) en lichaamscreme (€ 76) van Dior | Eau de Pamplemousse Rose (€ 114), Vanille Galante (€ 170), Kelly Calèche (€ 116) in witleren etui (€ 240) | Voyage en Jardin sur le Nil van Hermes (€ 87) | Verzorgingsproducten uit de lijn Acai van Kiehl's (van € 29 tot € 56) | De nieuwe Crème Riche L'Or de Vie van Dior (€ 371) | Organische zeepjes, verzorgingsproducten (€ 20) en zeepjes (€ 28) van Panpuri | Geurkaars Rose van L'Antichambre (€ 45) | Badgel Organza (€ 37) en Eaudemoiselle (€ 83,95) 100 ml van Givenchy | Orchidée Impériale serum (€ 356) en gezichtserème (€ 372) van Guerlain | Parfum Ydille 50 ml van Guerlain (€ 85) | **OP DE VLOER RECHTS**, Een vintage koffer van Louis Vuitton | Regard Passager Ivoire van Veronique Branquinho voor Delvaux (€ 2500) | Jurk van Ana Sekularac | Verzorgingsproducten voor het haar van L'Oréal, Shu Uemura, Kérastase en Pureology

DE LOCATIE

Voor deze modeshoot trokken we naar de VanhaerentsArtCollection, een indrukwekkende verzameling hedendaagse internationale kunst die op afspraak te bezoeken is in een industrieel pand in de Brusselse Dansaertwijk. Het is een privécollectie die sinds de jaren zeventig wordt opgebouwd door Walter Vanhaerents, een voormalige ondernemer in de bouw- en vastgoedsector. Grootste blikvanger is Andy Warhol, hij was ook het startpunt van de collectie. Maar ook Bruce Nauman is een opvallende hoofdrolspeler. Andere toppers zijn Matthew Barney, Ugo Rondinone en Takashi Murakami, die een paar jaar geleden de lifestylepers haalde toen hij met Marc Jacobs een collectie accessoires voor Louis Vuitton ontwierp. De link met mode zie je er ook nog bij kunstenaars als Vanessa Beecroft, Cindy Sherman of Josephine Meckseper. Het verhaal van Vanhaerents is een luxe verhaal op zich. Hij laat zich leiden door zijn gevoel, niet door beleggingsdrang, zo vertelt hij zelf. 'Voor een kunstverzamelaar betekent luxe: de financiële mogelijkheid hebben - hoe beperkt soms ook - om je te omringen met je favoriete kunstwerken. Het heeft niets te maken met bezitsdrang. Kunst is genieten van pure schoonheid, maar ook geconfronteerd worden met schokkende of ontluisterende beelden. Het is een emotioneel avontuur, ver van de rationele kant van mezelf.' Om te noteren: op 23 april van 18 tot 24 uur opent een nieuwe presentatie van de Canadese kunstenaar David Altmejd. Onder de titel *Colossi* toont hij er zes monumentale spiegelsculpturen (reuzen). Die avond is de collectie voor het eerst vrij toegankelijk voor het publiek. Op andere momenten kan dat na afspraak.

VanhaerentsArtCollection, Anneessensstraat 29, 1000 Brussel,
www.vanhaerentsartcollection.com

LUXE IN 5 TRENDS

1 NO GLAM Opzichtigheid is uit. Zichtbare luxe *so very eighties*. Sinds de economische crisis is onbezorgd geld uitgeven zelfs iets geworden om je voor te schamen. Vorig jaar doken al de eerste Amerikanen op die hun luxeaankopen lieten verpakken in anonieme papieren zakjes, om toch maar niet met een winkeldraagtasje de winkelstraat op te moeten.

Wie geld heeft, geeft dat liever aan dingen die er niet uitzien alsof ze veel geld kosten - behalve voor kenners. Een handgemaakte tas in plaats van een met logo's bezaaid stuk leder. Een vintage horloge met een onbetaalbaar mechanisme binnenin in plaats van een splinternieuw met briljanten bezet exemplaar. *Glamour toujours*, maar nu even niet.

Wie geld heeft, zoekt naar nieuwe wegen om er plezier aan te beleven. **Kunst, ja graag**, en duurzame juwelen, dat ook, al is het maar om ze **in de kluis te bewaren** voor wanneer de tijden weer exuberanter worden. Maar nog liever: in plaats van zilver en goud **aparte ervaringen** verzamelen. Zoals **een tijdje niets doen** om over het leven na te denken, de wereld verkennen, in een nomadenkamp gaan wonen en meer van dat leuks.

2 WERELDWIJS Luxemerken hebben zelf ook begrepen dat de nuffige, neus-in-de-windse consument die ze pakweg twintig jaar geleden voor ogen hadden, met uitroeiing bedreigd is en dat hun 21ste-eeuwse klant gratuite oppervlakkigheid schuwt en van een luxemerk ook **ecobewustzijn en fairtrade** verwacht. Het is geen toeval dat de jaarlijkse luxeconferentie van de *International Herald Tribune*, die vorig jaar in New Delhi plaatsvond, volledig in het teken stond van duurzaamheid. Modeontwerper-filmmaker Tom Ford verwoordde het nog het mooist: *'Luxury is not going out of style, it just needs to change its style. We need to replace hollow with deep.'* Anders gezegd: luxe zal altijd blijven bestaan, alleen moeten we **de lege doos opvullen**. De klassieke luxelabels haasten zich dan ook om een plekje op die trein te bemachtigen. Zo kocht Louis Vuitton een minderheidsaandeel van Edun, het fairtradelabel van Ali Hewson (mevrouw Bono) en investeerde datzelfde merk in een bosplantactie in het Japanse Nagano, in groene magazijnen en in **- lach niet! - bijenkorven op het dak** van zijn Parijse hoofdkwartier. De Franse ontwerpster Agnès B. zette onlangs een defilé op voor de Afghaanse ontwerper Sherzad Zarif en verkoopt in haar Parijse flagshipstore een etnische collectie (prijzen vanaf 250 euro), waarvan de opbrengst gaat naar de vrouwen die voor Zarif in Kabul de zomen naaien. Bij de Gucci-groep, een van die andere grote luxespelers, is het vooral Stella McCartney die de ecoscepter zwaait. Met haar biobeautyproducten en kleren in biologisch katoen was ze een trendsetter op de luxemarkt. Maar de Gucci-groep pakt net zo graag uit met de **biologisch afbreekbare schoenen** van Sergio Rossi en de biokatoenen sjaals van wijlen Alexander McQueen.

3 E-LUXE 2.0 Om de kritische **millenniumgeneratie** te paaien, de meisjes en jongens die in de jaren tachtig het levenslicht zagen, halen de luxemerken een aangepaste strategie uit de kast. De internetgeneratie pur sang is het, en dat zie je ook online. Even doorklikken naar www.nowness.com maakt meteen duidelijk hoe. De site werd opgezet door de grootste luxegroep ter wereld - LVMH - maar daar zie je op het eerste gezicht niets van. Hij ziet eruit als een trendy blog, met lifestylenieuws uit de glossy sfeer. Bezoekers kunnen bij elk item aanduiden of ze het leuk vinden of niet en in functie daarvan krijgen ze items in de gelijkaardige of net in een andere sfeer voorgeschoteld. Dezelfde gevoeligheid voor de nieuwe generatie zie je bij Burberry, waar ze op www.artofthetrench.com mensen hun regenjasfoto's laten uploaden en beoordelen door andere bezoekers. Pal in de tijdsgeest en een mooie eigen interpretatie van het succesverhaal van The Sartorialist, de blogger die wereldberoemd werd met foto's van trendy geklede 'gewone' mensen in straten overal ter wereld.

4 GEZONDEN WEL Wat ooit vanzelfsprekend was, is nu luxe geworden. Gezonde lucht, een tuin en vooral gezond eten, drinken en bewegen. **Bioboerenmarkten zijn de nieuwe luxesupermarkten**, bioshops de nieuwe delicatessenzaken. Verantwoord geteelde groenten en fruit, met liefde gemaakte confituren, melkproducten van gelukkige schapen zijn de nieuwe oesters en kaviaar. Hetzelfde geldt voor lichaamsbeweging. **Pilatesstudio's** bieden individuele sessies aan voor de prijs van twee maandabonnementen in een gewone fitnessclub en **een fiets zoals oma en opa** er een in de stal hadden staan, is nu de inspiratiebron voor tweewielers in het duurdere segment. Zonder versnellingen, dat spreekt. De fietsen van merken als Achielle en Van Moof zouden zo uit oma's schuurtje kunnen komen, maar oma's hart zou het begeven na één blik op het prijskaartje.

5 TRAAGHEID Herstel in plaats van te vervangen. Ook dat is een van de grote credo's in luxeland. Schuldbewust steken modemerken de hand in eigen boezem. De snelle wegwerpcultuur heeft er de laatste jaren een enorme ecologische voetafdruk nagelaten. En dus pakken ze nu graag uit met het begrip **'slowfashion'**. Bij Yves Saint Laurent is er bijvoorbeeld de New Vintage Collection, waarmee ontwerper Stefano Pilato duidelijk wil maken dat klassieke, goed gemaakte stukken niet na één seizoen afgedankt moeten worden. Elk stuk uit deze collectie is een genummerd collector's item en dus een hebbing. Bij Hermès gaan ze meer dan ooit prat op het feit dat ze stukken maken die zogoed als **eeuwenlang hersteld en vermaakt** kunnen worden. **De terugkeer van de lekker ouderwetse luxe, zeg maar.**



