



**TES ALL STARS, C'EST UNICKZ**

« Be yourself », voilà un credo qui devrait interpeller les fans de Converse. UNICKZ est un concept qui consiste à personnaliser les célèbres baskets. Juste une date, un message, un nom, ou carrément un dessin, un logo et des goujons. Sur le site, il suffit de cliquer sur « Create your own » et de télécharger une photo, un design ou un logo. [www.unickz.be](http://www.unickz.be).

**I'M SPECIAL !**

*Exit la banalité. L'univers masculin s'ouvre à d'avantage de fantaisie avec des produits coiffants... et décoiffants !*

PAR **MAGALI EYLENBOSCH**



**LA CASQUETTE AU DOIGT**

Jean-Louis Casquette révolutionne le monde du bijou en devenant la marque qui ne fait que des couvre-chefs. Un produit non dénué d'humour qui cartonne depuis quelques mois outre-Atlantique. Une soirée bien arrosée, une blague, et la technique de l'impression 3D sont à l'origine de l'aventure initiée par les deux protagonistes. 'Jean-Bapsiste' + 'Louis' = 'Jean-Louis'. The Stainless Steel Caskate Cap Ring est le modèle le plus populaire. Une fantaisie suffisamment décalée pour faire le buzz à la ville et en vacances.

On l'achète en ligne au prix de \$45.00 sur [www.jeanlouiscasquette.com](http://www.jeanlouiscasquette.com).



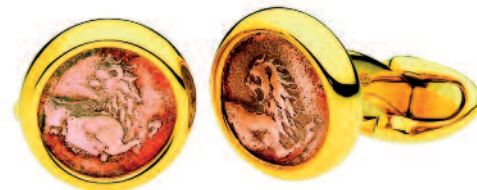
**LA BARBE, C'EST TENDANCE**

La mode est un éternel recommencement et le look « Leopold II » revient en force. Mais une belle barbe, ça se chouchoute, ça s'entretient, ... bref, ça se mérite. Ma Belle Barbe est un site de vente en ligne créé par Sofiane, un aficionado du bouc et du collier, qui propose une gamme de produits d'entretien et de rasage. [www.mabellebarbe.com](http://www.mabellebarbe.com).



**BALLE DE MATCH**

Cette saison, Lacoste imprime les visuels vintages de ses campagnes publicitaires des années 70 sur les pièces essentielles du vestiaire Lacoste LIVE. La palette de couleurs de la collection évoque les teintes saturées d'un été sans fin, et met en contraste le blanc éclatant des polos avec la terre battue des courts et l'iconique vert de la marque. Un hommage ludique et très tendance. Polo, 120 €, à partir du 20 avril sur [www.lacoste.com](http://www.lacoste.com) et dans le réseau de distribution Lacoste.



**DANDY ATTITUDE**

Les boutons de manchette apportent toujours cette petite touche d'élégance qui fait la différence. Le modèle Monete Antiche en or jaune 18 carats avec pièces anciennes de Bulgari donne le ton, 4 800 €. [www.bulgari.com](http://www.bulgari.com).



**MARIAGE IMPROBABLE... MAIS RÉUSSI**

Lors d'une conversation à propos d'un futur « grand parfum », le nez, Dominique Ropion propose de marier l'accord musqué employé dans « Géranium pour Monsieur » et « Portrait of a Lady » à une très belle essence de Néroli (LMR) - « Juste pour voir... ».

L'association apparaît comme la promesse d'une composition essentielle. Celle de « Cologne Indélébile » pour Frederic Malle. On croit, de prime abord, avoir à faire à une Eau de Cologne classique, composée des plus belles matières premières, c'est sans compter sur le pouvoir des muscs blancs. Pendant la durée extrêmement longue de son évaporation, ce parfum joue sur deux tableaux : la sensation de propre associée à l'Eau de Cologne classique décuplée par ces muscs dont l'odeur est fréquemment associée aux produits d'hygiène, mais aussi le côté torride de ces mêmes muscs dérivés du règne animal, bourrés de phéromones et dont la nature quasi aphrodisiaque est ici renforcée par l'odeur charnelle de la fleur d'oranger. Magnétique !

En vente chez *Senteurs d'ailleurs*, Place Stéphanie 1A 1000 Bruxelles. [www.senteursdailleurs.com](http://www.senteursdailleurs.com).

