

LITTLE BOOK OF
TOM FORD

Het verhaal van het iconische modehuis Tom Ford

KRISTEN BATEMAN

LITTLE BOOK OF

TOM FORD

Het verhaal van het iconische modehuis Tom Ford

KRISTEN BATEMAN

KOSM•S

Kosmos Uitgevers, Utrecht/Antwerpen

INLEIDING	6
TOM FORD BIJ GUCCI EN YSL	12
HET BEGIN VAN TOM FORD	44
TOM FORD BEAUTY EN LIFESTYLE	62
ESTHETIEK VOLGENS TOM FORD	78
TOM FORD EN ZIJN MUZEN	102
FILM	122
WHAT'S NEXT	136
REGISTER	156
DANKWOORD	160



INLEIDING

Tom Ford heeft mode, zoals wij die kennen, voorgoed veranderd. Niet alleen met zijn eigen gelijknamige merk, maar ook met zijn briljante leiderschap als creatief directeur bij Gucci en Yves Saint Laurent.

De eerste daad van de ontwerper was het vernieuwen van het modehuis Gucci, waarbij hij het modehuis weer een plek op het internationale podium gaf, met mode die choqueeerde, maar die ook opwindend en fantastisch was. Denk aan fluwelen broekpakken, G-strings die duidelijk zichtbaar zijn, en zijn talent voor het kleden van werkelijk iedereen – van Madonna tot Gwyneth Paltrow en Beyoncé. Van 1994 tot 2004 werkte Ford als creatief directeur van Gucci, en toen Gucci in 1999 Yves Saint Laurent overnam, werd Ford tevens benoemd tot creatief directeur van dat label, óók tot 2004. Bij Gucci zorgde Ford voor een kentering in het bedrijf en redde het ternaauwernood van een faillissement. Hij zorgde dat het huis wereldwijd een internationaal succes werd door zijn ontwerpen, die de grenzen van het conventionele aftasten, maar die tevens een radicale dosis sexappeal bezaten die zo typerend is voor Fords werk.

Ford was zijn tijd ver vooruit. De kern van zijn werk schuilt in zijn rebelse perspectief op gender, het ombuigen van wat gebruikelijk is in de mode. Hij laat zich niet beperken door fashionregels. Krijtstreep-gangsterpakken voor vrouwen? Zeker. Pietepeuteringe onderbroekjes voor mannen op de catwalk? Absoluut.

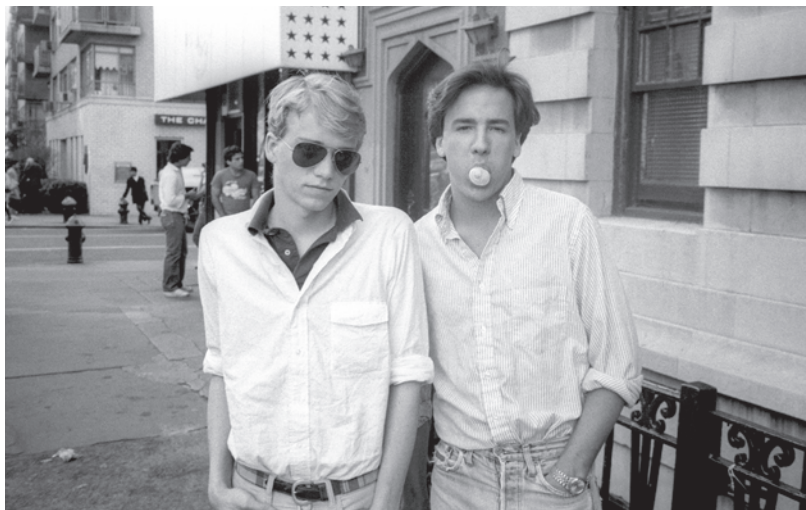
LINKS Een jonge Tom Ford met een model dat zijn debuutcollectie voor Perry Ellis America draagt, 1990.

‘Vaak krijg ik de vraag “Waarom laat je mannen make-up dragen?” vertelde Ford in een interview voor *The Advocate*, in 1997. “Proberen ze vrouwelijker te zijn?” of “Waarom laat je vrouwen mannelijke pakken dragen?” Ik heb een hekel aan die twee woorden, vrouwelijk en mannelijk. Ik bedoel, wat betekenen ze nou eigenlijk? Waarom is een pak mannelijk en niet vrouwelijk? En waarom is oogmake-up vrouwelijk en niet mannelijk? Dat is gewoon stom. We zijn allemaal maar mensen. De man heeft oogmake-up op om hem mooier te maken.’

Maar zijn invloed reikte veel verder dan Gucci. Bij Yves Saint Laurent veranderde de ontwerper een historisch merk dat sterk in het verleden geworteld was, in iets geheel nieuws: hij putte uit diverse culturen van over de hele wereld, en voegde daar een flinke hoeveelheid Ford-esthetiek aan toe, om zo de geliefde YSL-klassiekers naar zijdezachte uitvoeringen te vertalen. Dat resulteerde in adembemende witte versies van de kenmerkende Le Smoking-jasjes, plus een knipoog naar de romantiek en reisbeelden die Yves Saint Laurent zelf ooit diep in het merk verankerd had. En ook: bont, juweeltinten, sierlijke knopen, verentooien, weelderig contrasterende kleuren en dramatische proporties – en dat alles tegelijk. Terwijl Fords Gucci een brutale jaren 70-draai gaf aan het gestroomlijnde minimalisme van de jaren 90, dat je schijnbaar overal zag, ging Fords Yves Saint Laurent met een noodgang de andere kant op en omarmde de glamour volledig.

In 2006 lanceerde Tom Ford zijn eigen oogverblindende mannenmode-, beauty-, brillen- en accessoireslijn onder zijn eigen label. En daarmee nam hij veel van de huiscodes over, die hij bij Gucci en Yves Saint Laurent revolutionair had veranderd. Ford vertelde CNBC dat de Tom Ford-klant ‘internationaal, cultureel, bereisd is en een goed inkomen heeft’ en bestaat uit ‘sterke vrouwen, ... intelligente vrouwen die hun eigen stijl kennen’.

Wat Ford óók onderscheidt van veel hedendaagse ontwerpers is een ethos en esthetiek die getuigen van een bepaalde levensstijl. Zijn huizen, zijn campagnes – zelfs de manier waarop hij zich kleedt – zijn van top tot teen Totaal Fordiaans. Doorgaans in een pak, en vaker wel dan niet met zijn kenmerkende, op de jaren 70 geïnspireerde



BOVEN Auteur en illustrator Ian Falconer met Tom Ford, beiden als student in 1980.

VOLGENDE PAGINA Tom Ford maakt zijn laatste wandeling over de catwalk na een van zijn oogverblindende shows voor zijn gelijknamige label.

pilotenbril die met grote regelmaat te zien is in zowel de vrouwen- als mannencollecties voor zijn gelijknamige merk. 'Ik ben geboren in een jasje,' vertelde Ford *The New York Times* in 1996. 'Ik was de enige drierjarige die rondliep met een blazer over zijn arm gevouwen. Ik was heel kieskeurig en deed vaak heel moeilijk, en ik droeg alleen bepaalde schoenen. Als mijn moeder de deur uitging, verschoof ik de meubels en restylede ik de hele woonkamer. Ik wilde gewoon de wereld opnieuw inrichten.'

In november 2022 werd het merk Tom Ford gekocht door Estée Lauder voor \$ 2,8 miljard, waarbij *Forbes* inschatte dat de ontwerper \$ 1,1 miljard zou verdienen aan deze deal. In april 2023 trad hij terug als creatief directeur van het merk en werd hij opgevolgd door Peter Hawkins, waarbij hij onthulde dat zijn volgende creatieve stap intrinsiek verbonden zou zijn met film. Het is een werkveld dat Ford al heeft verkend via zijn eigen filmproductiebedrijf, waar hij *A Single Man* (2009) en *Nocturnal Animals* (2016) regisseerde. De enorme impact die Ford in zijn carrière heeft gehad, wordt door weinig ontwerpers geëvenaard. De toekomst heeft ongetwijfeld nog meer voor hem in petto.



**HET BEGIN VAN
TOM FORD**





DRESSED FOR SUCCESS

Vlak na zijn vertrek bij de Gucci Group, waar hij creatief directeur was van zowel Gucci als Yves Saint Laurent, richtte Ford in 2006 zijn eigen langverwachte merk op. Maar dat ging natuurlijk niet zonder eerst een nevenproject op te zetten, waarbij talloze sterren en veel overdadige glamour kwamen kijken.

Ford trad op als gastredacteur voor het jaarlijkse Hollywood-nummer van *Vanity Fair*, waarbij hij in de rol van curator Scarlett Johansson en Keira Knightley op de cover van de maarteditie van 2006 plaatste. De ontwerper was bijzonder openhartig over zijn aanstaande fashionlijn en teasde de pers er al mee toen hij Gucci verliet, dus deze gelegenheid bij *Vanity Fair* voelde als een opstapje naar de bredere lancering.

LINKS Vriendin en klant Daphne Guinness, hier op de foto met Tom Ford, draagt een van zijn ontwerpen voor zijn gelijknamige dameskledinglabel.



BOVEN De eerste zelfstandige Tom Ford-boetiek opende in 2007 in New York.

RECHTS De vroege mannencollecties van Tom Ford waren sterk beïnvloed door de pakken en glamour uit de jaren 70.

Het zal niemand verbazen dat Fords eigen lijn, Tom Ford, werd opgericht in samenwerking met voormalig Gucci Group-CEO Domenico De Sole, vaak genoemd als één van Fords grootste ambassadeurs en toegewijd partner in Gucci's succes. Hij werd nu de voorzitter van Tom Ford. Ford lanceerde zijn merk aanvankelijk met mannenmode, beauty, brillen en accessoires. Die waren voor het eerst verkrijgbaar in de eerste Tom Ford-winkel op Madison Avenue in New York City. Omdat onberispelijk kleermakerswerk en scherp gesneden herenkostuums de belangrijkste pijlers voor Ford waren, was het logisch om de handen ineen te slaan met een gevestigde naam die al een lange geschiedenis in de industrie had. Ford ging dus in zee met de Ermenegildo Zegna Group voor de productie en distributie van de nieuwe lijn. Het Italiaanse luxe modehuis werd in 1910 opgericht door Ermenegildo Zegna in Trivero, Biella, in de regio Piëmont in Noord-Italië.

Deze winkel, waar velen van zijn clientèle de kans zouden krijgen





om Fords eerste stukken voor zijn gelijknamige lijn voor het eerst in het echt te zien, straalde veel meer een ingetogen, luxe esthetiek uit dan de uitbundige glamour die Ford bij Gucci en Yves Saint Laurent over de bühne bracht. Het was er juist heel erg stemmig: de meeste interieurs waren grijs, en glazen kasten bewaakten de kledingitems alsof het museumstukken waren.

De wanden waren bekleed met suède, en de zorgvuldig uitgekozen Italiaanse kasten en de wet bar (toonbank voor dranken) waren een blijk van Fords obsessie voor details. Ford ging de vrouwelijke glamour even helemaal uit de weg, en zijn winkel was haast volledig gevuld met herenkostuums die vaak \$ 5.000 moesten kosten – zelfs meer wanneer je iets op maat wilde – waardoor velen van zijn vrouwelijke clientèle, zijn fans en eigenlijk de hele fashion-media, zich vertwijfeld afvroegen wat hier nu de bedoeling van was.

Toch was deze eerste winkel een helder toonbeeld van Fords ethos als ontwerper en voor het merk Tom Ford in zijn geheel: ‘In de gemiddelde winkel aan Savile Row sta je voor dezelfde prijs tijdens het passen gewoon op een bok. Geen extra’s, geen romantiek, geen butler die je een Scotch aanbiedt. Natuurlijk doet de eenvoudige bok niets af aan de waarde van het pak, maar wat leveren de kleine extra’s eigenlijk op? Een authentieke ervaring? Een balsem voor je ego? Veiligheid, het kleermakersequivalent van een gated community? Het is misschien te simpel gesteld – hoewel, niet veel – om te zeggen dat dit soort over-the-top winkelervaringen de groeiende kloof tussen arm en rijk, die in de mode nauwelijks wordt erkend, weergeven (behalve dan om de mode aantrekkelijker te maken voor happy few),’ schreef Cathy Horyn, nadat ze de winkel in 2007 voor het eerst had bezocht. Vanaf het begin kreeg Ford steun van een aantal beroemdheden die er bewust voor kozen om zijn kleding te dragen tijdens high-profile evenementen, of in nog prominentere films. Zo droeg Daniel Craig Tom Ford in zijn laatste vier James Bond-films; eerst in *Quantum of Solace* (2008) en later in *Skyfall* (2012), *Spectre* (2015) en *No Time to Die* (2021).

Al snel zou de Tom Ford-lijn een groter platform krijgen door middel van de groothandel. In 2008 opende het luxe warenhuis

LINKS Tom Ford ontwierp ook mannencollecties bij Gucci, zoals hier afgebeeld. Dit werk werd later gebruikt voor zijn eigen lijn.



Bergdorf Goodman (op steenworp afstand van Fords eigen winkel in Midtown Manhattan) zijn eigen Tom Ford-shop-in-shop, en werd zo de eerste retailer die het merk op voorraad had. In die tijd stond het te boek als de grootste in-store boetiek op de mannenafdeling die Bergdorf's ooit had gekend, en het omvatte ook parfum en accessoires.

Het jaar daarop, in 2009, kondigde Tom Ford aan dat het eindelijk tijd was om het langverwachte hoofdstuk van damesmode te lanceren. Tom Ford International was op zoek naar een financiële injectie van meer dan \$ 30 miljoen, om met de productie van dameskleding aan te kunnen vangen.

Bijna een jaar later, in 2010, debuteerde het label in september met zijn eerste damescollectie. Het was een grote stap, niet alleen voor Ford zelf en het bedrijf, maar ook voor het grote modepubliek en de pers. Hier was een ontwerper die een van de meest gewaardeerde creatieve directeuren van zijn tijd was geweest, die werd geprezen om zijn geniale vermogen om iets in de mode te brengen dat aanvoelde

BOVEN Daniel Craig droeg Tom Ford in zijn serie James Bond-films.

RECHTS Veel van Tom Fords ontwerpen voor mannenmode voor zijn eigen label waren geïnspireerd op zijn werk bij Gucci, zoals het metallic pak en de vlinderdas die je hier ziet.



Tom Ford is ontwerper, filmregisseur en rebel van de modewereld. Zijn naam is synoniem komen te staan met passie, innovatie en gedurfde outfits.

Met zijn rebelse ideeën, grenzeloze visie op de modewereld en door continu de beste te willen zijn, heeft Tom Ford het modelandschap zoals wij dat nu kennen voorgoed veranderd. Hij introduceerde strakke lijnen, sensuele tailoring en een typerende eigentijdse flair. Aan de hand van sprekende foto's en boeiende anekdotes, vertelt *Little Book of Tom Ford* het verhaal van deze visionaire ontwerper, van zijn ongekende succes bij zowel Gucci als Yves Saint Laurent, tot aan zijn gelijknamige label waar beroemdheden en modefans over de hele wereld dol op zijn.



9 789043 933797 >

**KOS
MOS**

NUR 452

Kosmos Uitgevers,

Utrecht/Antwerpen

www.kosmosuitgevers.nl