



A

PRÈS UN RACHAT PAR LE GROUPE ROSEWOOD ET QUATRE ANNÉES DE TRAVAUX, l'Hôtel de Crillon était attendu au tournant. Depuis sa réouverture, le 5 juillet

dernier, le palace soigne donc sa communication, mettant en avant sa façade édifiée en 1758, ses suites décorées par Karl Lagerfeld, mais aussi une collaboration plus confidentielle : les uniformes du personnel signés Hugo Matha, créateur parisien de sacs dont c'est ici la première incursion dans le façonnage de vêtements. « Pour décrocher ce contrat, j'étais face à dix autres designers, dont certains bien plus connus et issus de grandes griffes », se souvient le jeune homme de 26 ans.

À deux pas de là, le Plaza Athénée a fait également appel à un nom confidentiel de la mode, le chausseur Carvil fraîchement ressuscité, pour fabriquer, sur commande et pour les fêtes, des chaussons rouges, couleur signature du palace de l'avenue Montaigne. Le Mandarin Oriental de New York a, quant à lui, sollicité Rodarte pour une collaboration autour d'une écharpe siglée du nom de l'hôtel et a même exposé et commercialisé des croquis originaux de ses créatrices, les sœurs Mulleavy.

Enrôler des maisons de mode pour offrir un supplément d'âme à un établissement hôtelier se pratique depuis une quinzaine d'années : Casteljacob et Kenzo avec Sofitel, Michael Kors avec W Hotels, Yohji Yamamoto avec Royalton... Mais aujourd'hui, la tendance mute. Plutôt que d'avoir recours à de grands noms dont la signature

