



Le style de Match
DESIGN

Les hôtels PLANTENT LE DÉCOR

À l'heure de la grand-messe de la décoration, les architectes et directeurs artistiques font de chaque établissement un véritable terrain d'expression et d'expérimentation esthétique.

PAR MARION TOURS

Le Magnifique, Paris XIV.
hotelmagnifiqueparis.com.
Une nuit à partir de 179 euros.



Lulu, Paris VI. hotelluluparis.com.
Une nuit à partir de 200 euros.

À le voir virevolter d'une pièce à l'autre, difficile de résister au panache de Vincent Darré lorsqu'il présente son nouvel hôtel, situé au cœur de Montparnasse, à Paris. Un 4-étoiles baptisé Le Magnifique, qui, du lobby pictural à la piscine en mosaïque bleue, révèle la patte inimitable du créateur. À savoir une poésie décomplexée où les allégories flirtent aussi bien avec Matisse, les abîmes, la mythologie, le jardin d'Éden ou les arts du cirque. Le tout en parfaite symbiose avec le bâtiment d'origine – un ancien théâtre du XIX^e siècle – et la culture artistique du quartier. « Avec mon associé, Pierre Chevalier, nous avons conçu cet hôtel comme une comédie musicale. » En cette rentrée riche en ouvertures hôtelières, Vincent Darré incarne une vague de décorateurs qui, plus qu'imaginer une identité stylistique, habitent un lieu, mettent en scène une histoire et impulsent une façon plus cérébrale de penser l'hospitalité.

« Si l'on vient à l'hôtel, c'est aussi pour voir autre chose que ce que l'on voit chez soi », affirme Adrien Gloaguen. Depuis la création de son groupe, Touriste, ce dénicheur de talents n'obéit qu'à un seul principe : à chaque adresse sa signature déco. « Multiplier un modèle ne m'intéresse pas. Ce que j'aime, c'est aller chercher une personne – plus encore si elle ne s'est jamais prêtée à l'exercice – qui apporte un regard neuf, une identité différente et qui permet de se singulariser. » Luxia, son établissement à deux pas du Sacré-Cœur, en est l'illustration. Signé Necchi, il s'inspire des intérieurs modernistes des années 1990 et mêle avec glamour laque, suédine, bois clair et liège en damiers, aux antipodes des clichés montmartrois. Quoi de plus stimulant, en effet, pour un hôtelier comme pour un décorateur que [SUITE PAGE 104]

Le style de Match

DESIGN

Marnie House,

Le Touquet-Paris-Plage (62).

marniehouse.com.

Une nuit à partir de 120 euros.

Luxia, Paris XVIII^e. hotelluxia.com. Une nuit à partir de 180 euros. Les cofondateurs de Necchi Architecture, Alexis Lamesta et Charlotte Albert, signent la décoration de l'hôtel.



Relais d'Amboise, Amboise (37). relaisdamboise.com.
Une nuit à partir de 258 euros.



de s'affranchir de la standardisation et de profiter d'un véritable espace de création? «Un hôtel, c'est avant tout un laboratoire d'idées et de techniques, confirme l'architecte Charles Zana, en pleine finalisation du Seymour, un 5-étoiles qui verra le jour en 2027, avenue de Friedland. Travailler sur de tels projets permet de réfléchir à une échelle différente. C'est un exercice global et unique où il s'agit de comprendre un lieu, une culture et d'allier toutes les notes d'une partition pour arriver à un résultat optimal.» Cet équilibre entre esthétique et confort, voilà des années que Vanessa Scoffier le cultive instinctivement. «Choisir la lumière, les matériaux; réfléchir à la circulation optimale dans une chambre... J'aime approfondir tous ces détails qui ne se voient pas mais qui se ressentent.» Dernière réalisation en date: le Lulu, un boutique-hôtel parisien au style brutaliste près du jardin du Luxembourg, dans lequel la créatrice associe béton, Inox brossé, moquettes, objets chinés. «Je crée des lieux vivants et intemporels. À chaque fois, j'y écris une histoire, je laisse un peu mon empreinte.»

«Un hôtel, c'est avant tout un laboratoire d'idées et de techniques», confirme l'architecte Charles Zana

Au Relais d'Amboise, qui ouvrira fin septembre au pied du château, Joséphine Fossey a elle aussi imprimé son style en donnant corps aux espaces dessinés par Roque Intérieurs. Forte de ses précédentes collaborations, au Lutetia, à Paris, et à la Villa Florentine, à Lyon, elle a imaginé l'hôtel comme une composition où nature, artisanat, architecture historique et création dialoguent avec subtilité. Même démarche pour l'atelier Deux-Cé, à qui l'on doit l'atmosphère et l'identité visuelle de Marnie House, au Touquet. Entre bleu ciel et rouge vermillon, meubles en rotin et banquettes à rayures, la maison néo-normande transpose l'esprit chic et discret des Hamptons et de la Nouvelle-Angleterre sur la Côte d'Opale. Une écriture juste et ancrée dans son territoire, à l'image de la mascotte, un phoque rouge, que l'on retrouve ça et là dans l'établissement. Bien plus qu'un décor, l'hôtel est désormais le reflet d'un goût et d'un état d'esprit. ■