



# Palace GOSTES

*Monica Bellucci  
Italianissima!*

*Georges Wolinski  
face à lui-même*

*Giuseppe Zanotti,  
glamour perché*

*Maiwenn,  
autoportrait*

*Création  
Cuir*

*50 pages spécial accessoires*

*Les Carnets de mode*

*Exporama,  
l'agenda culturel  
parisien  
incontournable*

*Le magazine  
cadeau*

*Etonnants Parisiens*

*Anne Muraro.*  
**Parisbyart**

**P**our *Departure Magazine*, la revue très select offerte aux privilégiés titulaires de la carte black American Express, elle est «*the best kept secret in Paris*», pour Condé Nast la «*top secret agent*». Qu'est-ce qui vaut à Anne Muraro de telles louanges? Elle est devenue la personne incontournable pour vous accompagner dans vos visites de la capitale. Un service qu'elle réserve, en priorité, à la clientèle des palaces et aux hommes d'affaires. Mieux qu'une *personal guide*, en général limitée à un seul domaine, elle est capable de répondre à tous vos désirs.

Vous souhaitez vous rendre au musée ou dans une exposition? Titulaire du diplôme de l'Ecole du Louvre et de celui de conférencière, elle vous les fera découvrir avec la compétence d'une professionnelle. Vous vous intéressez à l'art contemporain, êtes peut-être collectionneur? Après avoir travaillé en galerie, Anne Muraro a mis son savoir au service du VIP Business Club de la Fiac. Sa connaissance du réseau de l'art lui permet aujourd'hui de vous guider, selon que vous êtes amateur de photographie, de design, d'art contemporain, d'art classique ou encore tribal. Vous avez envie de partir à la découverte du luxe à la française? Elle organise des «circuits luxe». Celui qui marche le mieux est le Chanel Tour. Il commence par un thé au *Ritz*, où Coco Chanel a vécu pendant trente-sept ans, avec une conférence très cosy sur l'histoire du *Ritz* et celui de la créatrice. Puis, se poursuit dans la joaillerie de la place Vendôme avec accueil VIP dans les salons et se clôt dans la boutique de la rue Cambon. Anne Muraro peut construire des tours identiques sur Cartier, Van Clef & Arpel's ou Boucheron. «Toutes ces marques sont riches d'histoire, elles croisent la grande histoire et l'histoire de l'art.» Elle peut aussi vous organiser une visite privée dans la boutique Vuitton des Champs-Élysées, suivie d'un petit dîner sur la terrasse de la boutique.

La crise? Connaît pas. «Au contraire. Quand je téléphone pour dire que j'arrive avec des clients américains porteurs de la carte black, les portes s'ouvrent immédiatement...» Elle peut aussi réserver pour vous une table dans les restaurants, bars et boîtes de nuit de Paris. 80% de sa clientèle est américaine. Jade Jagger, le célèbre lutteur Chuck Liddell ou les épouses des magnats de Wall Street—elle a monté un spécial Spouses Program pour ces dames tandis que leurs maris sont en réunion—figurent parmi ses clients. Les parcours, bien sûr, se font, la plupart du temps, en voiture avec chauffeur. Mais aussi quelquefois à pied.

NADINE VASSEUR

[www.annemuraro.com](http://www.annemuraro.com)  
Photographie Brian Well



*Etonnants Créateurs*

*Wool and the Gang*  
**Le gang doudou**

**S**elon Lisa Sabrier et Carolyn Main tout le monde peut tricoter. La preuve avec Wool and the Gang, la marque de kits de tricot (rien que de l'alpaga directement venu du Pérou) qu'elles ont lancée l'hiver dernier. Et en plus d'être carrément accessible, le tricot, c'est super, parce que c'est doudou, c'est chaleureux et c'est hautement sympathique. Et en plus, ça donne des trucs, fringues et accessoires, hyper-canon, qu'on a envie de partir au Pôle pour pouvoir tout porter: gilets, bonnets, écharpes, mitaines, bandeaux, jambières, toute une ligne hyper-groovy-bubbly de modèles qui a vu le jour sous la direction artistique hautement funky de Nadège Winter. Le mode d'emploi? On achète son sac en papier (chez WATG, on est éthique ou on n'est pas), on l'ouvre, on en sort les aiguilles, la laine et le patron, et on s'y met! Et pas d'excuses si vraiment on est trop nulle et qu'on n'y arrive pas, parce que, sur le site Internet, il y a des mémos illustrés et des vidéos de démos. Face à l'ampleur qu'a pris le gang, et pour que les plus assidues aient toujours quelque chose d'inédit à se mettre sous les aiguilles, ses initiatrices ont imaginé tout plein de nouveautés: une ligne coton pour cet été et, pour l'hiver prochain, une nouvelle laine, Baby Alpaca, plus fine que la Crazy Sexy Wool originelle, qui proposera aussi des modèles pour les mecs, et une ligne *Home*, avec des plaids, des coussins...

[www.woolandthegang.com](http://www.woolandthegang.com)

