

MIAMI

L'art du

COMMERCE



Comment transformer une zone d'entrepôts et de showrooms en épicentre de la *hype* mondiale? C'est le pari de Craig Robins qui, en invitant artistes et marques de luxe dans Design District, a remis Miami à la mode.
Par SIBYLLE GRANDCHAMP.

UN « MALL » COMME UN MUSÉE

À l'extrémité sud du Paseo Ponti, la façade du centre commercial Palm Court, signée Sou Fujimoto (à droite), le *Fly's Eye Dome* de Richard Buckminster Fuller et le buste *Le Corbusier* de Xavier Veilhan.

RICHARD PATTERSON

E

n cette veille

de Noël, ni la pluie ni le vent ne sauraient modifier le programme bien rodé de Collins Avenue, la longue artère de Miami Beach qui longe l'océan. Comme tous les mercredis, les filles ont troqué baskets et leggings Lululemon contre des robes en Stretch et des talons de 15 cm pour la soirée My Boyfriend is Out of Town au Bâoli, tandis que le Cristal Rosé coule à flots au Liv, un club où il faut lâcher au moins 1 500 dollars (1 300 euros) pour obtenir une table. Flamber sans complexes et afficher une musculature dopée à la testostérone demeurent des gages de bonne intégration dans la cité balnéaire où des changements radicaux peuvent s'opérer en un battement de cils. « Tu connais une fille qui n'a jamais eu de fesses et, du jour au lendemain, elle affiche un postérieur aussi sculpté qu'un meuble Roche-Bobois », se moque une tige blonde à la sortie de la boîte de nuit. En ce moment, la métamorphose dont toute la ville parle, c'est le lifting intégral de Design District, dans Midtown, qui deviendrait l'antithèse de tout ce que Miami compte de mauvais goût au mètre carré. C'est du moins ce que prétend Craig Robins, le concepteur de ce quartier flamboyant neuf. L'Américain n'a ni le look d'un chirurgien plastique ni celui d'un spéculateur immobilier aux dents longues. Un pantalon beige Margiela sur une paire de Louboutin noire et un crâne nu accessoirisé de lunettes à monture épaisse donnent même à ce

POUR REDORER L'IMAGE DU QUARTIER, *Craig Robins attire les artistes.*

natif de Miami un côté hipster à 50 ans passés. On devine pourtant que les questions de style n'entrent pas dans ses préoccupations premières, même si son domaine d'une quinzaine de pâtés de maisons, compris entre la 36^e et la 43^e rue nord, North Miami Avenue et Biscayne Boulevard, se veut un modèle en la matière.



Miami Design District a pour vocation de devenir le plus grand quartier de shopping à ciel ouvert de Floride, une Mecque de la mode et de la culture réunies. Pour preuve : la plupart des espaces ont été commissionnés à des artistes de renom (le designer Marc Newson, l'agence Aranda\Lasch, l'architecte Zaha Hadid...). « J'ai conçu MDD comme un laboratoire où art, architecture, mode et design pourront tisser des liens créatifs », nous expliquait l'entrepreneur en septembre 2014, de passage à Paris. La façade du mall constitue une prouesse technique, précisait-il : signée Sou Fujimoto, elle est censée représenter une cascade en mouvement pour rappeler que la mer est à deux pas. En garant leur voiture, les visiteurs pourront admirer l'immense fresque de John Baldessari qui habille le mur du parking et, entre deux séances de lèche-vitrines, se reposer sur des balançoires conçues par Konstantin Geric. Ce jour-là, tel un acteur en promotion, Robins avait rembobiné le film au cours d'un petit-déjeuner au bar du Plaza-Athénée, énumérant avec enthousiasme toutes les étapes surmontées en moins de trente ans pour hisser son territoire parmi les dix lieux les plus *hype* de la planète. Sur le plan qu'il avait pris soin de glisser dans sa valise, on découvrirait pour la première fois ce projet d'aménagement (évalué à 2 milliards de dollars – 1,7 milliard d'euros) d'une superficie de 100 000 mètres carrés. Un quadrillage de rues bordées de commerces et de lieux dédiés à des événements artistiques (dont le nouveau musée d'art contemporain ICA).



Étrange personnage que ce promoteur qui n'a que le mot « art » à la bouche. Qui a pris soin d'installer au cœur du quartier, dans ses bureaux de Dacra, sa propre collection de plus de 200 artistes et qui orne aujourd'hui l'esplanade piétonne de son futur centre commercial d'œuvres comme *Fly's Eye Dome* de Richard Buckminster Fuller ou le buste *Le Corbusier* de Xavier Veilhan.

UN « BARRIO » MAL FAMÉ

Miami Design District est un exemple éclatant de la frénésie immobilière qui s'est emparée de la ville, modifiant chaque jour davantage son visage. Depuis la chute des prix de l'immobilier, en 2008, on ne compte plus le nombre d'investisseurs qui se disputent des parts du gâteau dans ces quartiers longtemps laissés en déshérence, à l'ouest de la baie de Biscayne. « Les sociétés financières d'Amérique latine ont toujours eu leur siège à Downtown, explique Marie-Charlotte Piro, vice-présidente de l'agence MC2 Realty (spécialisée dans l'immobilier de luxe destiné à la clientèle française). Ces grandes fortunes acquièrent de nombreux appartements. Or, un propriétaire est taxé 2 % de la valeur de son bien chaque année. Cela veut dire que plus on construit, plus la ville

s'enrichit en élargissant son assiette fiscale. » On raconte que pour repartir de Miami avec 5 millions de dollars, on doit débarquer avec 10 millions en poche tant la concurrence est féroce dans ce nouvel Eldorado de Floride. Pourtant, au début de la décennie 1990, personne n'aurait parié sur un *business* qui tourne à l'année, même sur l'artère la plus touristique de la ville, nous confirme le magnat de l'hôtellerie Ian Schrager : « Aujourd'hui, Miami vit vingt-quatre heures sur vingt-quatre, mais il y a vingt ans, c'était encore un lieu de villégiature complètement endormi. » Il se souvient de l'accueil chaleureux que lui avait réservé Robins lors de l'inauguration de l'hôtel Delano, en 1993, un choc de modernité au cœur des vieilles bâtisses Art déco de Miami Beach. « Il connaissait tout le monde et il nourrissait déjà plein d'espoir pour l'avenir de la ville. »

« Il a toujours un coup d'avance sur les autres, analyse Susan Ainsworth qui le conseille depuis treize ans. La plupart des promoteurs se contentent de déclarer : "Allez, on va faire un 5-étoiles" et peu importe si tout se ressemble. Craig, lui, mène une véritable réflexion autour de ses projets. Cela montre son amour sincère pour sa ville. » Depuis la création de sa société immobilière Dacra, en 1987, Craig Robins assure que sa →

CABANE D'ARTISTE

Craig Robins pose à l'intérieur de l'œuvre de David Adjaye, dans le jardin de sa propriété sur une île privée de la baie en septembre 2014.



1



2



3

THE SHOWROOM...

(1) Le Moore Building, bâtiment des années 1920 emblématique de Design District, réaménagé par Zaha Hadid en 2005. (2) Avec l'artiste japonais Takashi Murakami en 2013. (3) Avec le directeur de Design Miami, Rodman Primack en 2013. (4) L'Institut d'art contemporain - ICA - a ouvert dans le Moore Building en décembre 2014. (5) La foire Design Miami, en 2011, installée sous une tente derrière le palais des congrès de Miami Beach. (6) Sur le mur de la galerie Perrotin à Wynwood, *Inside Out Project*, Art Basel Miami 2011 du *street artist* JR. (7) La maison Bulgari, 39^e rue sur Palm Court. (8) Pharrell Williams, Craig Robins, Kanye West et Terry Richardson à Art Basel Miami en 2012.



5



6



7



4



9



8

ROBIN HILL, ALEXANDEE TAMARGO, ANGELA PHAM, BIANCO.COM, WUNDERBOOD MEDIA, REID PATTERSON, LOUIS VUITTON, MALLEITEY, STEPHANE AUBATEY, ROBIN HILL, ALEXANDEE TAMARGO, JR.ART.NET, COURTESY GALERIE PERROTTIN



10



11



12



13



14

... MUST GO ON

(9) L'espace voyage de la boutique temporaire Louis Vuitton en 2013. (10) La boutique Dior Homme dans la 40^e rue. (11) Avec le designer Ron Arad en 2011. (12) Ambra Medda, cofondatrice de Design Miami, et Craig Robins en bas à gauche, en 2008 à l'occasion d'une série de conférences avec des grands noms du design contemporain. (13) Miu Miu vient de prendre ses quartiers sur la 39^e rue. (14) Avec Silvia Fendi à Design Miami en 2008.

→ démarche n'a rien à voir avec une simple opération d'investissement. « Ce que j'ai appris avec les années, c'est qu'il faut être patient. Quand on veut construire un esprit communautaire, on ne pense pas seulement à la façon dont on peut faire de l'argent avec un immeuble ; on réfléchit à la manière dont ce bâtiment va ajouter de la valeur à la communauté dans le futur », assure cet admirateur de Steve Jobs.

Craig Robins n'a jamais été aussi proche de son but. Début décembre 2014, il a enfin levé le voile sur ce plan directeur urbain biberonné au marketing dès sa conception, au début des années 1990, quand il a commencé à acquérir des immeubles dans le quartier. Pour ceux qui ont connu cette ancienne zone industrielle mal famée, hérissée de hangars et de showrooms de meubles, cette opération commerciale relevait de la gageure. D'aucuns peinent à croire qu'un public nanti se sente à l'aise au cœur de ce périmètre qui dépend du très populaire *barrio* de Buena Vista et nécessite une surveillance jour et nuit à cause de l'insécurité alentour. « Plus il y aura d'argent, plus il y aura de crimes, avance John Joseph Lin, un producteur d'événements qui a acheté une maison dans le coin, il y a un an et demi. Avant, personne n'avait même pensé à nommer ces zones infestées par la drogue – Wynwood, Edgewater, Design District... Mais leur attribuer un nom n'enlève rien au fait qu'elles sont toujours cernées de ghettos. » Passée la 27^e rue, c'est Overtown, un des quartiers les plus misérables des États-Unis. Pas question d'y mettre les pieds à la tombée de la nuit, surtout pas avec un sac Chanel. Pourtant, Buena Vista n'est pas encore arrivé à maturité que le marché immobilier est déjà saturé. En quatre ans, les prix ont été multipliés par trois pour un logement depuis la crise en 2008. « Il y a cinq ans, Design District était encore un désert, témoigne Marie-Charlotte Piro. Mes clients ne parlaient que de Miami Beach mais, l'avant-dernier jour, quand je leur faisais découvrir Downtown, 90 fois sur 100, ils achetaient. Désormais, Midtown et Edgewater [plus proche de la baie] ont la cote. »

Persuadé que c'est à cette extrémité du pont Julia-Tuttle que se dessinerait un jour l'avenir de la mégapole, Robins attendait ce changement de centre de gravité depuis longtemps. Son rêve : reproduire ici le degré de sophistication de Paris ou de New York. Son modèle : le salon international du meuble de Milan. « Vous y êtes déjà allée ? La ville entière est en fête, les magasins sont ouverts le soir, les gens sont dans la rue... » s'émerveille-t-il. MDD étant le quartier historique de la décoration à Miami, il a tous les éléments en main pour convaincre les magasins de design haut de gamme de s'y installer. « Si vous étiez architecte, décorateur ou professionnel du bâtiment, vous veniez dans Design District. Mais en tant que particulier, vous ne pouviez pas acheter sans être accompagné d'un spécialiste », raconte le promoteur qui n'a pas attendu longtemps pour mettre fin à cette règle dépassée. Chacun doit pouvoir se promener dans la rue, entrer dans une boutique et choisir un fauteuil comme on s'offre un sac ou une paire de chaussures, se dit-il. Dont acte : dès 1998, bien avant que la mode ne fasse son entrée dans la zone, il persuade l'enseigne Holly Hunt d'y ouvrir une boutique. Cette marque d'ameublement renommée apporte un gage de crédibilité qui entraîne toutes les autres : Luminaire Lab, Kartell, Cappellini, Ligne Roset, Locust Projects, Vitra, Poltrona Frau... On y trouve désormais plus de soixante maisons d'édition internationales.

Le modèle de gentrification du quartier est en marche. Pour redorer son image, l'homme d'affaires a tout orchestré : location d'ateliers et d'espaces à des prix dérisoires pour attirer artistes, →



LE SALON DES ARTISTES

Le salon de Craig Robins conçu par la décoratrice Julie Hillman. Au mur, une œuvre de John Baldessari qui reprend une phrase du critique Clement Greenberg : « Vous ne pouvez pas plus choisir d'aimer ou de détester une œuvre que de goûter le sucre ou l'acidité d'un citron (que ces jugements esthétiques soient exprimés avec honnêteté, c'est une autre affaire). »

→ antiquaires et jeunes chefs, subvention de galeries... En 2009, il convainc Rosa et Carlos de la Cruz d'ouvrir leur musée (le De la Cruz Collection Contemporary Art Space) à Design District. « Il y a peu, il régnait encore ici l'ambiance d'un petit SoHo », se souvient le galeriste Martial Ricart, qui a loué un espace entre 2008 et 2012 avant d'être exproprié et de migrer à Wynwood. À l'époque, il payait un studio 400 dollars par mois pour 135 mètres carrés. « Aujourd'hui, il faudrait déboursier 20 000 dollars pour le même espace. »

ART, SEXE ET DOLLARS

La mode fait ses premiers pas dans Design District le 30 novembre 2009, dans la 40^e rue, avec l'ouverture de la boutique du chausseur français Christian Louboutin, qui fait figure de pionnier. Jusque-là, les marques de luxe étaient cantonnées à Bal Harbour Shops, un *mall* bien ordonné, bordé de restaurants, de palmiers, de fontaines et de poissons rouges, au nord de Miami. Bâti sur le front de mer, à l'emplacement d'un ancien camp de prisonniers allemands de la Seconde Guerre mondiale, ce centre commercial haut de gamme a accueilli dès les années 1960 les grands magasins Neiman Marcus et Saks Fifth Avenue ainsi que toutes les marques européennes en vogue. Comme partout dans le pays, le public avait déserté les centres-villes pour expérimenter les joies de la périphérie – même Lincoln Road, l'ancienne artère chic de Miami Beach, avait décliné au profit des banlieues résidentielles.

« Au vu du potentiel exponentiel du marché, cette exclusivité ne pouvait plus durer », assure Robins. La roue a tourné, en effet,

brutalement. En 2012, une poignée d'enseignes prestigieuses n'ont pas renouvelé leur bail à Bal Harbour et ont fermé à tour de rôle, tel un jeu de dominos, pour emménager au cœur de Design District. Cet exode est vécu comme une douche froide par Stanley Whitman, le fondateur de Bal Harbour Shops en 1965. Un scénario aussi inimaginable que Prada, Fendi et Dior quittant l'avenue Montaigne, à Paris. C'est pourtant ce qui s'est produit ici, dans la

« *C'est parfois en pleine récession économique que l'on fait LES RÊVES LES PLUS BEAUX.* »

Michael Burke
(PDG de Louis Vuitton)

ville où le shopping est le seul sport capable de rassembler des communautés disparates. Whitman, toujours aux manettes à 95 ans, avait réussi à maintenir son monopole durant près d'un quart de siècle grâce à un contrat d'exclusivité. Le point de désaccord : le manque d'espace. Bal Harbour ne donnait pas aux marques la possibilité de s'agrandir. « Ce qui est arrivé était inéluctable, persiste Craig Robins en commandant une tisane. Il aurait suffi que

M. Whitman mette fin à la clause en vertu de laquelle les labels avaient interdiction d'ouvrir une deuxième boutique à Miami. J'ai essayé de discuter avec lui et ses fils plusieurs fois, mais ils n'ont rien voulu entendre. »

Fin 2014, soixante commerces de luxe – Louis Vuitton, Cartier, Céline, Hermès, Berluti... – étaient déjà installés dans Design District. Le quartier est encore en travaux. Une stratégie est élaborée au millimètre de fil d'or selon un planning en trois phases. Dans l'attente d'un emplacement définitif, les marques élisent domicile dans des boutiques éphémères aussi flamboyantes que des *flagships*. Robins leur offre même la possibilité de s'installer parallèlement dans un autre *mall*, Aventura, au nord de Miami, qui appartient à sa petite amie, Jacky Soffer. (Un « mariage » professionnel qui devrait être suivi d'une noce à la ville.)

Pour attirer un écosystème de marques aussi impressionnant, il fallait que le promoteur ait pactisé avec un géant de l'industrie du luxe. En 2010, sa société Dacra signe avec L Real Estate, un fonds d'investissement dédié à l'immobilier commercial, devenu partenaire à 50 % dans The Miami Design District Associates. Or L Real Estate est sponsorisé par LVMH. Quand le nom de Bernard Arnault, le patron de LVMH, a circulé dans la presse locale au moment de l'accord, ceux qui doutaient encore de la faisabilité du projet ont commencé à revoir leur copie. Depuis lors, des investisseurs spécialisés dans l'aménagement des centres commerciaux et les boutiques de détail sont également entrés dans le capital afin d'accélérer la réalisation du rêve de Robins : faire de Design District la plus grande concentration de marques de luxe aux États-Unis. En 2016, on y comptera 130 enseignes, dont cinq issues du groupe Kering de François-Henri Pinault.

« Bal Harbour et Aventura sont des environnements contrôlés, alors que Design District se trouve dans un milieu urbain, au cœur de Miami, explique Michael Burke, le PDG de Louis Vuitton, bon connaisseur de la ville. Ce sont deux manières différentes de faire du shopping. » Burke a rencontré Robins alors qu'il présidait Fendi, en 2008, au moment de la crise des subprimes. Cela ne l'a pas empêché de soutenir le projet avec ferveur. « C'est parfois en pleine récession économique que l'on fait les rêves les plus beaux », plaisante-t-il. Les deux hommes sont alors convaincus que les passants déambuleront dans Design District comme dans Meatpacking à New York ou dans Shibuya à Tokyo. « J'ai toujours su exactement où j'allais, assure Robins. Au départ, vous avez du mal à y croire quand on vous dit : "Hermès va venir." Mais je suis resté concentré ; mon père m'a inculqué cela. C'est d'une grande valeur car cela fait gagner du temps. » À Paris, il buvait de

la tisane mais, aujourd'hui, dans sa somptueuse propriété de la baie de Biscayne, il est passé à l'eau. « J'ai arrêté le café depuis longtemps », prévient-il, s'excusant presque « d'avoir toujours été quelqu'un de sérieux », même à l'époque la plus délurée de Miami Beach. De temps à autre, il plonge sa main dans un bol d'amandes fraîches posé sur la table avant de poursuivre son récit. À combien pouvons-nous évaluer la culbute financière maintenant que les voisins s'appellent Dior, Burberry, Bulgari et Valentino ? L'homme esquive, préférant diriger la conversation vers des domaines plus littéraires. Qui aurait cru que Montaigne et sa philosophie du monde en mouvement perpétuel nourrissent ses pensées depuis qu'il a dévoré, l'été 2014, *Les Essais* et le best-seller de Sarah Bakewell *Comment vivre ? Une vie de Montaigne en une question et vingt tentatives de réponses ?* →

MIAMI À LA CARTE

En réhabilitant le quartier déshérité de Midtown, Craig Robins a replacé l'activité commerciale et résidentielle au cœur de la ville.



→ En bon tacticien, l'homme d'affaires a choisi le moment le plus opportun du calendrier pour inaugurer les premiers aménagements de son projet commercial : en pleine euphorie de Miami Art Basel et Design Miami, les deux foires internationales les plus prestigieuses au monde. Robins fréquente les acteurs du marché de l'art et du design depuis des décennies en tant que collectionneur mais aussi comme initiateur du projet : à l'aube des années 2000, alors que l'équipe d'Art Basel planche sur une implantation aux États-Unis, il vante à Norman Braman, le magnat de l'automobile, et à Sam Keller, le fondateur de la célèbre foire d'art contemporain en Suisse, les avantages que cette grand-messe artistique pouvait tirer d'une succursale à Miami. « Je savais que si on prenait la meilleure foire du monde et qu'on l'associait au côté sexy de Miami, ça allait détonner », assure Robins. « Sam Keller avait toutes les raisons d'accepter, renchérit Marc Spiegler, l'actuel directeur de l'événement. La situation géographique de Miami, entre l'Amérique du Nord, l'Amérique latine et les Caraïbes, en fait une place de choix. » Outre le soleil, même en hiver, Robins a un argument de taille : la présence de collectionneurs résidant à l'année dans la ville, prêts à montrer leurs œuvres au public. « Craig a dit à l'équipe de Basel : si vous choisissez Miami, je vous aiderai à créer un programme d'événements et je vous donnerai des espaces », se souvient Susan Ainsworth. Aujourd'hui, les expositions des collections Norman Braman, Don et Mera Rubell, Martin Margulies ou Ella Fontanals-Cisneros apportent une vraie plus-value à la foire.

UN NOUVEAU BERLIN

Le cocktail soleil, fête et tempérament latino – à l'opposé de la pondération suisse et du cadre médiéval de Bâle – a un effet enivrant immédiat. La première édition de Miami Art Basel est célébrée à coups de champagne et d'invités choisis en décembre 2002. Pour de nombreux observateurs, la capitale de la Floride est en passe de devenir le nouveau Berlin. Grisé par cette effervescence, le galeriste Emmanuel Perrotin tente l'aventure et ouvre avec son amie Cathy Vedovi, en 2004, un très bel espace avec jardin à Wynwood (le quartier voisin de Design District), entraînant derrière lui sa clique d'artistes et oiseaux de nuit Lionel Bensemoun, Benjamin Moreau et Samuel Boutruche (le duo Kolkosz), que l'on retrouve derrière les platines

lors de vernissages mémorables avec concert de Sébastien Tellier. Suivent les premières soirées du Baron, organisées avec le graffeur André dans des vieux bars de strip-tease ou de karaoké. La fête bat au rythme de la *hype* new-yorkaise mais le dynamisme du marché de l'art n'a rien à envier à Hongkong et à New York où Perrotin s'exportera quelques années plus tard après avoir quitté Miami.

« *Les rues étaient remplies de jolies filles.*
**ÇA A FINI
 PAR ATTIRER
 DU MONDE.** »

Robins poursuit son expansion malgré la crise. À chaque édition de Miami Art Basel, son équipe de Dacra travaille d'arrache-pied pour accueillir au cœur de Design District une série de manifestations liées au design. En 2005, il lance une nouvelle manifestation, Design Miami, avec sa compagne d'alors, Ambra Meda, nommée directrice. « Ambra était égérie de Fendi à l'époque. C'est grâce à elle que la marque italienne est devenue partenaire de Design Miami, en décembre 2008 », explique John Joseph Lin, ami de la jeune femme. Robins jubile. Son rêve de mélanger art, design et mode fait peu à peu son chemin. Il organise chez lui une soirée où se mêlent conservateurs réputés, stars hollywoodiennes et jet-set. « Au dernier moment, il a fallu ajouter des tables et des chaises, raconte Susan Ainsworth. J'ai dit à Craig : "Ton jardin n'est pas assez grand pour tous les invités, on va devoir vider la piscine pour créer un espace *lounge*." » À l'occasion des 10 ans de Design Miami, fin 2014, le galeriste Patrick Seguin n'hésitait pas à le qualifier de « visionnaire ». « En une décennie, il n'y a jamais eu aucune hostilité entre les deux foires. Nous sommes les petits frères d'Art Basel, dont la priorité est de servir l'art et, de notre côté, nous ne devons pas en montrer. C'est un pacte qui fonctionne très bien. » Seguin, avec quinze autres galeristes, était présent dès la première édition de Design Miami en 2005 : « C'était grandiose, avec Zaha Hadid en invitée d'honneur, raconte Christina Grajales, autre pionnière de la foire (qui compte désormais trente-six galeries). Les choses sont devenues vraiment sérieuses trois ans plus tard quand Robins est parvenu à faire déplacer la manifestation sous une tente, à côté du palais des congrès de Miami Beach », où se déroule Art Basel.

Mélanger les talents créatifs avec les affaires : l'entrepreneur a appris la leçon très jeune, dès 1985, auprès de Tony Goldman, son premier partenaire (mort en 2012). « Quand Tony Goldman et moi sommes arrivés à South Beach [le sud de Miami Beach], ce paradis de sable blanc était surnommé "la salle d'attente de Dieu" », se souvient celui qui

SORTEZ L'ART GENTRY

L'hôtel Webster où a vécu Craig Robins dans les années 1980 à South Beach, devenu un *concept store*.



n'avait que 24 ans quand il a participé à la renaissance du quartier. Après un âge d'or dans les années 1920, la destination avait fini par être désertée par les touristes à cause du déclin de la ville, en proie à la corruption, au trafic d'influence et aux conspirations anticastristes. « On ne comptait plus le nombre de maisons de retraite au mètre carré. Nous nous sommes immédiatement attelés à réhabiliter le quartier, voué à la destruction, pour préserver son architecture Art déco, assure Robins. Au début je cherchais juste un studio à louer pour un ami artiste mais Tony [Goldman] m'a convaincu d'acquérir tout le bâtiment. Il était très fort pour cela. Il choisissait un lieu, achetait un immeuble et c'était parti... » En 1988, ils acquièrent l'hôtel Webster et y installent une filiale de l'agence de mannequins Elite. Craig emménage au dernier étage. Étonnant de constater que le renouveau du quartier vient de l'industrie de la mode. Avec Chris Blackwell, le troisième larron de l'aventure (fondateur d'Island Records, connu pour avoir popularisé Bob Marley), il transforme l'hôtel Marlin en un lieu incontournable avec un studio d'enregistrement, un restaurant jamaïcain et une société de production pour les catalogues de mode. « Les prises de vues étaient notre principal *business*, explique le promoteur. Miami promettait un ciel bleu toute l'année, une plage magnifique, des restaurants et des hôtels, et tout cela à un prix défiant toute concurrence. » Partout, des mannequins en maillot prennent la pose, sous le regard stupéfait d'une population de retraités scotchés sur leurs chaises en plastique. « Il fallait voir ce contraste. Les rues étaient remplies de jolies filles au corps sculpté. Ça a fini par attirer du monde. »

Bientôt, Sylvester Stallone, Madonna, Oliver Stone, Cher ou Lenny Kravitz s'offrent une maison à Miami. « Bonus : il n'y avait pas de paparazzi », précise Robins. On vient de New York pour faire la fête au Bar None de Nicola Siervo ou au club Bash fondé par le très séduisant Eric Omores. Tandis que Bruce Weber *shoot*e les catalogues de Calvin Klein au Waldorf, Christo entoure de plastique rose onze îles de la baie (en 1984) – sûrement le projet d'art contemporain le plus spectaculaire de l'histoire de la ville. Bientôt, les règlements de comptes entre stupés et mafieux se teintent de glamour sous le regard du producteur Michael Mann qui intègre ce décor caméléon dans la série *Miami Vice*. Ray-Ban Wayfarer vissés sur le nez, le duo Don Johnson et Philip Michael Thomas arborent mocassins blancs et vestes Armani sur des pantalons pastel, assortis à la palette Art déco de Miami Beach.

C'est Craig Robins en personne qui fera visiter à Gianni Versace la villa du 1 116 Ocean Drive, que le couturier acquiert en 1992 pour 2,9 millions de dollars (et qu'il rénovera pour 30 millions d'euros). Chaque matin, l'Italien va chercher ses journaux au News Café. Jusqu'à ce 15 juillet 1997 où il est abattu devant sa maison par un *serial killer*. Une date gravée dans la mémoire des habitants, avec le ronflement des hélicoptères de la police survolant South Beach en fond sonore. À ce moment-là, Robins a déjà les yeux rivés sur Design District. « Au départ, il n'y avait rien », rappelle-t-il, comme un mantra. Maintenant, tout le monde se bat pour en être. Même le Cubain Jorge Perez (devenu le plus gros bonnet de l'immobilier et célèbre pour son musée conçu par Herzog et De Meuron, le PAMM) est arrivé après lui. Comme le remarque assez justement la photographe Iran Issa Khan, amie de Robins, seule la plage peut encore lui faire de l'ombre. □

—|| COUP DE CHAPEAU ||—
ELEANOR CATTON

Précoce et lumineuse



L'écrivain Eleanor Catton, lauréate du Booker Prize en 2013 pour son deuxième roman, *Les Luminaires*.

Un vieux sage dans le corps d'une jeune femme. C'est un peu l'impression que l'on a en rencontrant Eleanor Catton, romancière néo-zélandaise surdouée qui prend le temps de peser chaque mot avant de répondre avec acuité aux questions qui lui sont posées. Il faut dire qu'à 29 ans seulement, elle a déjà une longue « carrière » derrière elle. À 8 ans, cette fille d'un professeur de philosophie et d'une libraire envoie son premier manuscrit à un éditeur, « une histoire à la Benjamin Button d'une soixantaine de pages », se souvient-elle. Quinze ans plus tard, elle publie son premier « vrai » roman, *La Répétition* (paru en France chez Denoël en 2011), un *teen-novel* délicieusement pervers et sophistiqué, d'une maturité bluffante pour une débutante. Mais c'est avec *Les Luminaires* (Buchet-Chastel), qu'elle entre pour de bon dans la cour des grands. Follement ambitieux, ce livre, paru en France en janvier (et traduit dans plus de douze pays), plonge le lecteur dans la Nouvelle-Zélande du XIX^e siècle – celle des chercheurs d'or – dans laquelle débarque un jeune Écossais, Walter Moody, bientôt confronté à un double crime mystérieux. Avec cet ample roman d'aventure à la Stevenson qu'elle a mis cinq ans à écrire, Eleanor Catton est devenue, en 2013, la plus jeune lauréate du prestigieux Booker Prize. « Je vis un peu le rêve de Cendrillon », sourit-elle. Pas du genre à s'acheter des pantoufles de vair hors de prix, elle a préféré utiliser l'argent reçu pour créer une bourse permettant à des écrivains de prendre le temps de lire. Pour cette romancière précocée, le temps est le bien le plus précieux. —ÉLISABETH PHILIPPE

Les Luminaires d'Eleanor Catton (traduit de l'anglais par Erika Abrams), éditions Buchet-Chastel.