



L'enfant et le pilote

« Zaytoun », fable poétique d'Eran Riklis, évoque la relation complice d'un militaire israélien et de son petit geôlier palestinien. **PAGE 28**



Les plaisirs de la neige vierge

Les bonnes formules pour skier hors piste encadré par des guides. **PAGE 35**

Le Brésil, terre promise des griffes de luxe **PAGE 30**



LE FIGARO
et vous

Rio de Janeiro monte en gamme

MARIE-CLÉMENCE BARBÉ-CONTI

A RIO DE JANEIRO

Cette cliente de Cartier a fait le déplacement depuis Brasília en jet privé, juste pour visiter Village Mall, ce nouveau temple du luxe qui, depuis son ouverture le 4 décembre dernier, à Rio, a fait couler beaucoup d'encre dans un pays qui compte désormais quelque 165 000 millionnaires (+6,9% par an). Il faut dire que José Isaac Peres, président de Multiplan, la société qu'il l'a conçu et réalisé, s'est donné les moyens de ses ambitions. À commencer par une installation monumentale de l'artiste belge Arne Quinze qui traverse le mall sur 20 mètres de hauteur. L'idée était d'attirer la fine fleur du luxe international qui jusqu'alors faisait grise mine quand on lui parlait de Rio « la provinciale » et partait ouvrir ses points de vente à

São Paulo. Pari réussi : Gucci, Burberry, Michael Kors, Prada, Miu Miu ou la Brésilienne Anne Fontaine ont installé, ici, leur enseigne. Cartier, qui avait décidé pour des raisons de sécurité de fermer son magasin il y a quelques années, revient en force, « attiré par ce mélange de griffes exceptionnel », explique Maxime Tarneaud, qui dirige la marque au Brésil.

Village Mall se situe à Barra da Tijuca, à une quinzaine de kilomètres des quartiers chics de Leblon et d'Ipanema, qui avaient jusqu'alors l'exclusivité des grands du luxe à Rio, mais cette distance ne pose guère de problème. Ce quartier-ville est né il y a trente ans au milieu de nulle part, en bordure de plages immenses. Depuis, il est devenu une sorte de Miami où s'installent les jeunes traders et cadres supérieurs qui ont fait fortune dans le pétrole ou dans la finan-

ce, avides de signes extérieurs de réussite sociale. Cela fait longtemps qu'à l'instar des Américains (ou des Russes), les Brésiliens se sont convertis à la « religion » du shopping center. « C'est aussi un moyen de compenser l'absence d'un centre-ville glamour », analyse Olivier Saguez de l'agence Saguez & Partners. Ces paradis de la consommation permettent aux Brésiliens de s'adonner en toute tranquillité au « shopping perpétuel (...) mixé, climatisé, esthétisé, ludicisé : un hyperespace qui se conjugue à un non-temps », écrit Gilles Lipovetsky*.

« PRATIQUE CULTURELLE »

Avant la Coupe du monde de football (2014) et les Jeux olympiques (2016), l'ouverture de Village Mall est bien programmée pour des marques comme Omega ou Lacoste qui viennent se placer dans les starting-blocks. Les uniformes

ont été dessinés par le Brésilien Gustavo Lins et les boutiques n'ont rien à envier à celles de l'avenue Montaigne. Louis Vuitton accueille ses addicts, comme cette socialite qui possède déjà 150 sacs monogrammés, au milieu d'un jardin tropical avec salon de réception griffé par le célèbre Sergio Rodriguez.

Poussé à son plus haut degré de personnalisation, le sens du service exige, ici, de connaître parfaitement le goût des clients et le contenu de leur dressing... Les meilleurs d'entre eux passent prendre un café ou une coupe de champagne comme ils le feraient au bar du Plaza ou du Meurice, bavardent des heures avec leur vendeur confidant. Quel que soit le niveau de leurs comptes en banque, ils payent, le plus souvent, en dix fois sans frais... Une « pratique culturelle » qui permet de « compenser », précise Maxime Tarneaud, le différentiel de prix - entre 20% et 120% plus cher selon les modèles, que Paris ou New York. De très grands architectes - Antonio Paulo Cordeiro, Arthur Casas, Ricardo Campos, Claudio Vargas, entre autres - ont été convoqués pour participer à l'aventure. Des cinémas avec fauteuils de première classe d'avion, une salle de spectacles digne de Las Vegas, des restaurants ultrabranchés, un bar sur le toit-terrasse avec vue à couper le souffle complètent ce dispositif hédoniste et récréatif, comme un immense plateau de cinéma à la Truman Show. ■

* *L'Esthétisation du monde*, de Gilles Lipovetsky et Jean Serroy, Éditions Gallimard (sortie le 21 mars).



L'œuvre d'Arne Quinze comme la boutique Cartier sont installées au Village Mall, le nouveau temple du luxe de Rio. DR. BRUNO RYFER