

# GRIFE DE MIAMI

De uma antiga plantação de abacaxis floresce o Design District, projeto do empreendedor imobiliário Craig Robins de um shopping a céu aberto com as marcas mais exclusivas do mundo para a região central da cidade americana **TATIANA CESSO, DE MIAMI**

O trecho é pequeno — compreende cinco ruas (NE 38<sup>th</sup> a 42<sup>st</sup>) e três avenidas (N Miami a NE 2<sup>nd</sup>). Mas o barulho que ecoa do bairro mais celebrado do momento em Miami ultrapassa as dimensões físicas. Considerado um devaneio do empreendedor imobiliário Craig Robins, que vislumbrou uma meca de compras onde havia uma plantação de abacaxis no início do século XX, o Design District é hoje um dos projetos mais ambiciosos do mercado high end nos Estados Unidos. Só no primeiro trimestre deste ano, 21 boutiques foram inauguradas na região, incluindo Burberry, Cartier, Emilio Pucci, Valentino, Versace e uma flagship da Louis Vuitton. “Meu sonho era transformar a área em um laboratório criativo, revivendo os tempos de ouro do design de interiores”, diz Robins.

Em 1994, ele adquiriu o Moore Building, originalmente um showroom de móveis dos anos 20. Foi um dos primeiros investimentos que a empresa dele, a Dacra, fez no local, atraindo companhias consagradas do segmento como a Holly Hunt, de Chicago, e a Jonathan Adler, de Nova York. Vieram então as galerias de arte (De La Cruz Collection, Markowicz Fine Art, Maman Gallery) e os restaurantes (Michael’s Genuine, The Cypress Room, MC Kitchen). Com um público rico nas mãos, Robins selou uma parceria de 1,4 bilhão de dólares com a LVMH, proprietária da Christian Dior, Givenchy, Louis Vuitton e Céline, entre outras.

Assim, o que era uma tentativa de restaurar o status da região ao norte do centro de Miami (a 12 quilômetros de South Beach) se tornou um dos mais poderosos empreendimentos de luxo da Flórida. O que difere o Design District da concorrência é o fato de ser mais que um aglomerado de boutiques. No ano passado, o bairro virou o único na cidade a possuir o LEED, certificado americano de excelência ambiental. O japonês Sou Fujimoto projetou a fachada do pátio central com sistema para a entrada de luz solar e ventilação natural. Em colaboração, os escritórios Leong Leong, de Nova York, e IwamotoScott, de São Francisco, fizeram o estacionamento futurista revestido de titânio, com lugar para 600 carros. Cerca de 300 árvores de espécies nativas foram plantadas na região, muitas em jardins suspensos, como o Garden Building, um espaço exclusivo para eventos no topo do Hermès — a grife parisiense foi uma das primeiras a se instalar no local, com loja pro-

Detalhe da Fly’s Eye Dome, de Buckminster Fuller: tropa de elite da arquitetura

RICHARD PATTERSON





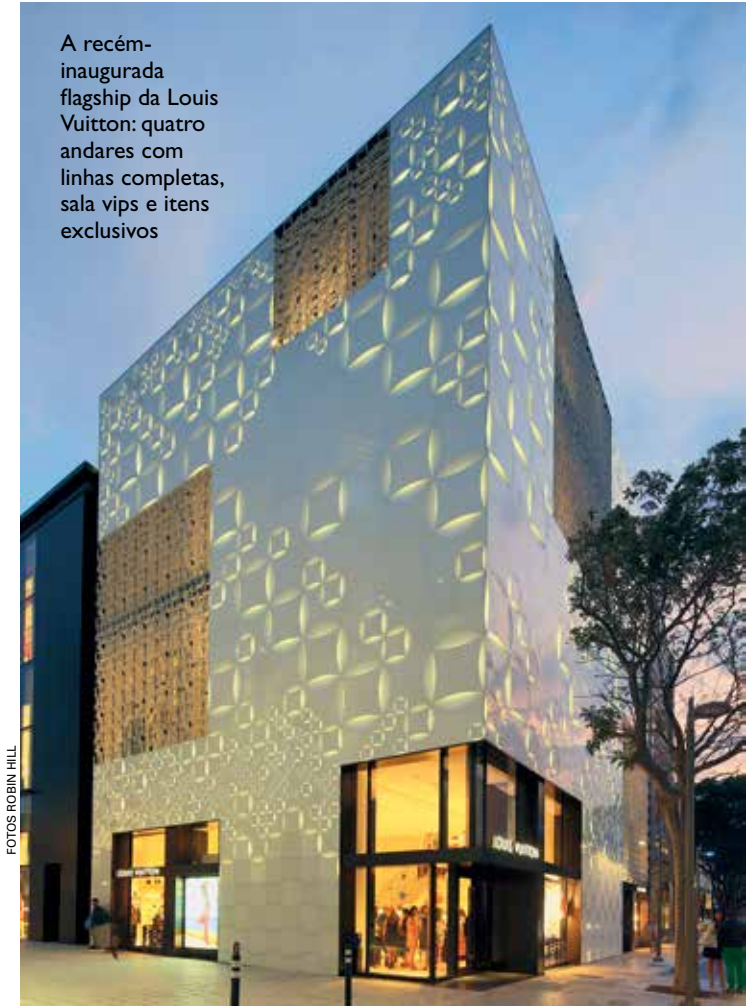
O Palm Court, aberto em dezembro: a maior concentração de joalherias dos Estados Unidos



O interior da Chrome Hearts (à esq.) e Craig Robins: revolução no conceito de luxo em Miami

visória, ainda em funcionamento, de 1500 metros quadrados (a definitiva, com prédio inédito, abre no segundo semestre).

Há ainda as obras de arte públicas, como a esfera de fibra de vidro projetada em 1965 pelo americano Buckminster Fuller. A peça é o ponto central do Palm Court, um shopping a céu aberto que já carrega o título de maior concentração de joalherias e relojoarias do país, com Bulgari, Hublot, Panerai e TAG Heuer, entre outras, lado a lado. “Aqui as marcas vendem um estilo de vida”, diz Marshal Cohen, analista de varejo do Grupo NPD, de Nova York. Vêm daí flagships como a de Tom Ford, o primeiro ponto de venda completo do estilista na Flórida. A Louis Vuitton conta com edifício de quatro andares, um piso inteiro dedicado a atender clientes vips e itens exclusivos, como o mocassim masculino Monte Carlo, de pítón e palmilha gravada com o nome do bairro (19 000 dólares). Até o fim de 2015 serão inauguradas mais sessenta lojas de grife na região (vêm aí Tod’s, Loro Piana e Isabel Marant), somando 130 endereços. O projeto contempla ainda um hotel-butique e um condomínio residencial de alto padrão, ainda sem data de lançamento. ■



A recém-inaugurada flagship da Louis Vuitton: quatro andares com linhas completas, sala vips e itens exclusivos

FOTOS ROBIN HILL



PHOTOPRESS/IWC

A IWC Schaffhausen, fabricante suíça de relógios: ambiente acolhedor para exibir peças raras