



ÇA BALANCE À Buenos Aires

En 2001, la crise met l'Argentine à plat. Mais les Argentins résistent et se lancent à fond dans le système D. Aujourd'hui, le pays a relevé la tête et, des bars à tango aux boutiques design, enchaîne les success stories. Rencontre avec quatre filles qui font bouger la capitale.

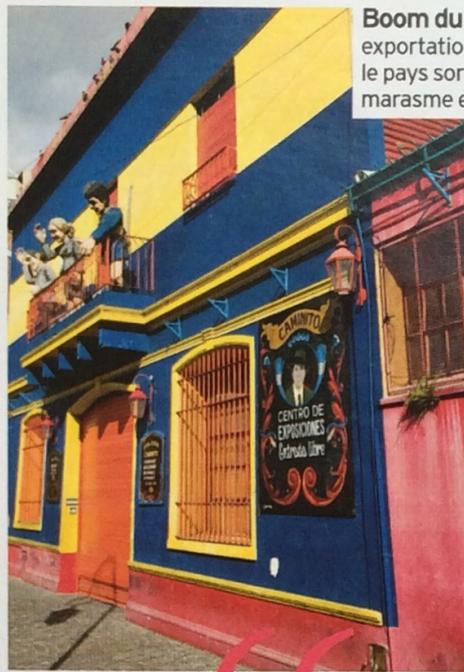
Par Emmanuelle Eyles. Photos Michel Figuet.



Maria prépare un « asado » (des grillades) dans son jardin luxuriant. Maria est architecte, divorcée, mère de quatre enfants. Elle lève les yeux vers la maison qu'elle a dessinée et fait construire il y a deux ans, et remarque, presque incrédule: « On revient tous de loin. Je revois ce matin de décembre 2001 où le ministre de l'Economie a annoncé à la télé que les banques étaient dorénavant fermées et que, pour une période indéterminée, on ne pourrait plus accéder à ▶



Vieux et jeunes se pressent jusque tard dans la nuit dans les milongas (salons où l'on danse le tango).



Boom du bâtiment, exportations record: le pays sort du marasme et revit.



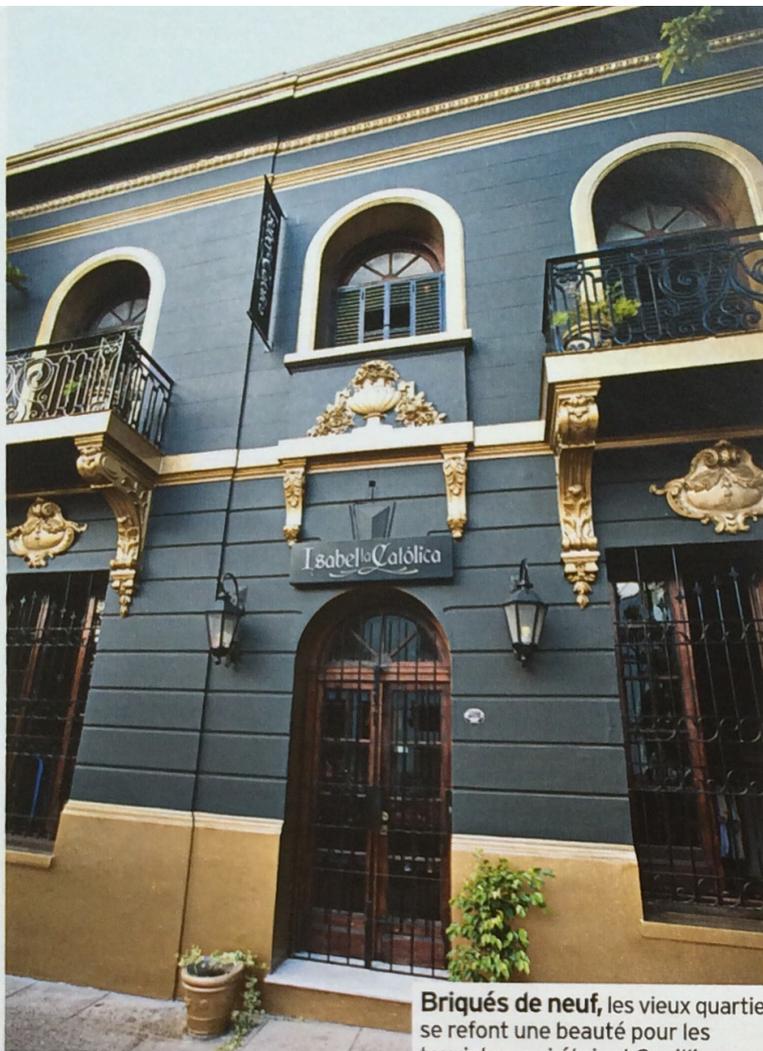
« **L'immobilier décolle, les bars et les restos ne désemplassent pas.** »

► nos comptes, ni retirer de liquide. Quelle panique! Je n'avais que quelques pesos dans la maison, les voisins et amis aussi, tout était à la banque! On s'est débrouillés pendant quatre jours, en troquant, en faisant des repas collectifs, etc. Puis les pillages ont commencé, les émeutes de la faim, la souffrance et la colère. Heureusement, nous sommes un peuple orgueilleux et débrouillard; plus la situation devient difficile et plus nous sommes créatifs. Plus on nous écrase et on nous rabaisse, plus on devient forts et prétentieux... Savez-vous comment un Argentin se suicide? En se jetant de son ego!»

Elle éclate de rire et poursuit: « Il n'y avait plus que le système D. Mon amie historienne de l'art s'est mise à fabriquer des steaks de soja pour les vendre dans les boutiques. Moi, j'ai eu l'idée d'emprunter 5 kg d'oranges à mon épicier (je n'avais rien pour le payer), j'ai attrapé les gobelets en plastique qu'il me restait, un presse-agrumes et une petite table. Je me suis postée dans le parc de Palermo pour vendre du jus aux joggeurs stressés. Mes enfants n'avaient pas avalé un vrai repas depuis deux jours et je me suis dit qu'avec cinq jus à 1 peso (10 cents d'euro), je pouvais faire un plat par jour. Tout le monde me regardait comme une bête curieuse, c'était humiliant et il faisait une chaleur intolérable. Je n'ai rien vendu le premier jour et mes enfants n'ont pas mangé. Le lendemain, je suis revenue avec une énorme pancarte jaune qui disait: "Buvez du jus d'architecte, mettez un sourire à la crise, voici mon CV." Et les gens sont venus... C'était comme un miracle. Ma cadette, qui avait 9 ans à l'épo-

que, tenait la caisse, les gens parlaient, riaient, pleuraient, se confiaient. Au bout de quelques mois, je vendais quatre cents jus par jour et je gagnais plus d'argent que lorsque j'étais architecte! Chaque mois, je mettais la photo du "client du mois" sur ma pancarte, les gens venaient plus pour parler que pour boire, et j'ai publié un livre sur ces rencontres extraordinaires. J'ai embauché neuf personnes, l'affaire est devenue une PME et cela a duré deux ans. Cette histoire m'a appris l'humilité, la valeur de la solidarité et j'ai découvert mes ressources intérieures. Aujourd'hui, l'Argentine a le vent en poupe, tout le monde a des projets, l'immobilier décolle car plus personne ne fait confiance aux banques. Les gens investissent dans les maisons, les boutiques... Je n'ai jamais autant travaillé. » Un vent d'optimisme et de créativité souffle dans les rues de Buenos Aires. Dans les quartiers branchés de Palermo Viejo, Palermo Soho, Palermo Hollywood, les boutiques de designers locaux se disputent les trottoirs avec les cafés ultra-tendance et les boutiques-hôtels. Les restaurants, les bars et les salons de tango ne désemplassent pas.

« **N**ous n'en finissons pas de redécouvrir notre culture, nos racines, notre identité, remarque Fortunato Mallimaci, sociologue et doyen de la faculté des Sciences sociales de Buenos Aires. Nous qui jusqu'à la crise avons toujours les yeux rivés sur l'Europe et les Etats-Unis, nous nous réapproprions notre pays. Beaucoup de jeunes se sont lancés dans des entreprises audacieuses et créatives puisqu'ils n'avaient pas grand-chose à perdre. La musique, le tango, le cinéma, le design et la mode explosent. Il faut savoir que 40 % de la population travaille au noir, car ce qui compte, c'est de relancer la production, la consommation et les entreprises. Les particuliers ne paient pas d'impôts. Comment l'Etat oserait-il leur ►



Briqués de neuf, les vieux quartiers se refont une beauté pour les touristes, qui étaient 2 millions en 2007, soit une rentrée d'argent de 2,32 milliards d'euros pour le pays.



«**La Boca**», c'est dans ce quartier coloré du port qu'est né le tango.

Artemisa, 28 ans a tourné le dos à la danse classique pour embrasser une carrière de tanguera et fondé une école de tango qui ne cesse de grandir.



Une Renault d'un autre temps, témoin d'un passé difficile. Mais les rues regorgent d'une jeunesse qui a foi en l'avenir.



“ Je revois ce matin où le ministre a annoncé qu'on ne pourrait plus accéder à nos comptes... ”



Le bandonéon (petit accordéon), c'est l'âme argentine au cœur de chaque chanson.



Maria Viegas, architecte, s'est retrouvée sans argent du jour au lendemain quand la crise a éclaté. Elle a survécu en vendant des jus d'oranges.



Astrid Perkins, directrice d'un bureau de presse. D'après elle, la crise a réveillé les Argentins.

Soledad Villamil a renoncé à une carrière d'actrice pour chanter le tango et renouer avec l'identité argentine.



Inès Berton, qui a lancé son business de thé avec 132 \$ en pleine déroute nationale, est aujourd'hui le onzième « nez » au monde.



« La crise nous a forcés à rouvrir nos usines et à réapprendre la confection. »

► demander quoi que ce soit, quand l'argent bloqué dans les banques il y a six ans n'a souvent jamais été rendu? Résultat: tout semble possible. Nous sommes tous des fils et des petits-fils d'immigrés, nous avons la culture du travail chevillée au cœur et 80 % de la société argentine est citadine. »

Un enthousiasme que tempère Martin Lousteau, ministre de l'Economie de 37 ans, fraîchement nommé par la présidente Kristina Kirchner. Il confirme que le miracle argentin est lié à l'économie mondiale: la flambée des prix des matières premières (pétrole, gaz, soja et céréales que le pays exporte par millions de tonnes), le boom du bâtiment, l'envolée du tourisme grâce à la dévaluation du peso. Mais il reste prudent: l'Argentine est un pays à l'économie cyclique, qui a connu autant de crises que de nouveaux départs. Inès Berton est aujourd'hui célèbre pour son thé. Elle fait partie des onze meilleurs nez au monde et ses mélanges sont vendus sur tout le globe. « Je vivais à New York quand la crise a éclaté. Je préparais des mélanges pour des hôtels, je m'étais fait une réputation. Je n'ai pas supporté les images de détresse de mon pays sur CNN: il a fallu que je rentre alors que tout le monde fuyait Buenos Aires. Il n'y avait qu'un seul autre passager dans l'avion! J'ai atterri le jour où notre Président s'est sauvé de chez lui en hélicoptère. Je me suis retrouvée au chômage, dans une ville dévastée, avec tous mes amis me suppliant de leur trouver du travail à New York. La personne à qui j'avais prêté mon appartement new-yorkais s'est endormie dans le canapé avec une cigarette, et tout est parti en fumée. C'était presque grisant d'être ainsi forcée de tout reconstruire! J'avais en poche 132 \$. Un monsieur m'a cédé une minuscule boutique dans une galerie marchande vide. Je n'avais ni thé, ni épices, ni théière, ni passoire. J'ai tout emprunté et j'ai commencé mes mélanges pour des restaurants, des hôtels et la boutique.

« **E**n une journée tout était vendu. Le lendemain, il y avait une file d'attente devant la boutique. Le thé devenait un luxe abordable; les riches qui n'osaient plus afficher leurs biens avec des sacs et des vêtements se jetaient sur mes mélanges; la classe moyenne, en pleine crise existentielle, découvrait la méditation, le yoga et... le thé. Le soir de Noël, il fallait faire la queue pendant trois heures. Les magasins autour du mien ont été repris à cause de l'affluence des clients, et aujourd'hui c'est l'arcade la plus fréquentée de la ville. Je suis fière de mon pays, de sa réactivité et de son optimisme. » Maria Cher, devenue l'une des plus grandes stylistes d'Argentine, est elle aussi partie de presque rien. « Notre force, c'est que nos vêtements sont fabriqués chez nous à des prix ultra-compétitifs. Nous n'importons pas de tissus ni de matières premières. La crise nous a forcés à rouvrir nos usines et réapprendre la confection. La créativité des designers de vêtements, de chaussures, de mobilier, de porcelaine... booste la production locale et tout le monde y gagne. J'ai commencé avec une valise de vêtements que j'ai pu montrer à un showroom new-yorkais ►

► parce qu'on m'avait prise pour quelqu'un d'autre! Avec l'argent de la vente de ces vêtements, j'ai loué un local à Buenos Aires fin décembre 2001, en pleine crise. Pendant quinze jours, je n'ai pas ouvert le tiroir-caisse. Aujourd'hui, j'ai soixante-dix boutiques dans le pays et j'exporte en Espagne et au Japon. » Si la classe moyenne et citadine s'en sort bien, l'extrême pauvreté est encore loin d'être résorbée. Les « cartoneros », ces familles qui envahissent les villes la nuit pour trier les poubelles et revendre quelques pesos les matières recyclables, existent toujours. Pire, ils font maintenant partie du paysage. L'insécurité grandit dans les villes, les bidonvilles aussi.

Astrid Perkins nous rejoint dans un café avec son chien. Elle explique que les enlèvements d'animaux de compagnie sont de plus en plus courants chez les classes aisées et que les rançons demandées sont exorbitantes... Elle ne fait donc plus confiance à son promeneur de toujours qui

s'en est vu voler un le matin même. Volubile, elle raconte son amour des grands espaces, la beauté des jeux de polo, le caractère des « gauchos », ces cow-boys d'Amérique du sud, la saveur unique de la viande de leurs vaches. Elle raconte la liberté de camper dans des paysages vierges, de prendre sa voiture et de rouler jusqu'à la Patagonie ou la Cordillère des Andes. Son métier? Faire en sorte que le monde pense à son pays. Elle a ouvert un bureau de presse, Think Argentina, qui chante les louanges des meilleurs artisans, producteurs et designers locaux. Le soir venu, elle nous entraîne à un concert de la somptueuse Soledad Villamil. La salle est comble et l'assemblée fredonne à l'unisson les mélodies mélancoliques et enfiévrées de la chanteuse de tango. Paco Savio, un ami d'Astrid, remarque: « Au fait, savez-vous ce que c'est, un Argentin? C'est un Italien qui parle espagnol, qui aimerait être anglais et qui rêve des femmes françaises... » ■

Comment ils ont surfé sur la crise



Paco Savio, 41 ans, fondateur de l'agence de publicité Remolino.

Marie Claire: Qu'avez-vous fait lorsque la crise a éclaté?

Paco Savio: J'ai perdu mon travail et assisté à la dégringolade des projets et des opportunités de mon pays. Je me suis exilé à Barcelone, où je me suis perfectionné et taillé une place, sans jamais perdre le contact avec Buenos Aires.

M. C.: Et où en êtes-vous?

P. S.: Je suis revenu au pays il y a un an pour y fonder ma propre agence de publicité. C'est un rêve devenu réalité: j'emploie quarante personnes et nous avons cinquante clients, répartis dans le monde entier. Notre atout? Nous sommes argentins: créatifs, réactifs, à petits tarifs!



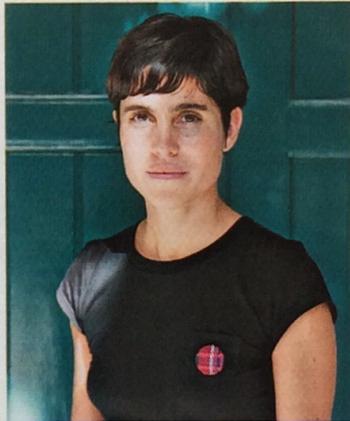
Maria Sol, 33 ans, créatrice avec sa sœur d'Amor Latino, marque de lingerie fine.

Marie Claire: Qu'avez-vous fait lorsque la crise a éclaté?

Maria Sol: Je finissais des études de psychologie mais ne voulais pas être psy, ma sœur ne voulait plus être prof... Nous n'avions rien à perdre et avons réalisé notre rêve: dessiner et vendre de la lingerie. Nous avons créé un collectif de créateurs et utilisé le jour l'espace de restaurants du soir pour y vendre nos créations. Nous avons assisté à la réouverture des usines locales et pu confectionner nos produits à moindre coût.

M. C.: Et où en êtes-vous?

M. S.: Nous avons trois boutiques, neuf employés et nos produits sont fabriqués dans huit usines dans le pays. Prochain objectif: exporter!



Ana Hevia, 35 ans, fondatrice du cabinet de graphisme Tolon.

Marie Claire: Qu'avez-vous fait lorsque la crise a éclaté?

Ana Hevia: Je venais de fonder mon cabinet et j'ai perdu mes clients un à un. L'avenir me paraissait tellement bouché et limité que je suis partie à Madrid et j'ai continué à travailler de là-bas.

M. C.: Et où en êtes-vous?

A. H.: Les opportunités de travail sont extraordinaires à Buenos Aires! Tout le monde crée, se lance, publie... J'ai cinq employés, des clients argentins et espagnols, je fais aussi bien des jaquettes de livres que des étiquettes de vin, des meubles, etc. Il y a une telle bouffée d'oxygène que tout semble possible.



Ana Armendariz, 32 ans, fondatrice de l'espace artistique Canasta.

Marie Claire: Qu'avez-vous fait lorsque la crise a éclaté?

Ana Armendariz: Cela a été un choc, j'ai perdu tout l'argent que je possédais en banque et sombré dans une longue dépression. Je n'ai même pas tenté de me battre. J'ai divorcé de mon mari et j'ai décidé de changer de vie.

M. C.: Où en êtes-vous?

A. A.: La crise m'a donné la liberté de tout recommencer! Avec quatre amis, j'ai fondé un espace à la fois culturel, artistique et convivial: on y projette des films, on y vend des vêtements de stylistes et du pain fait maison, on y expose des photographes... Le local nous coûte 100 pesos (10 €) par mois chacun. C'est une période passionnante, il y a tant à faire!

