

The Good Life

BUSINESS & LIFESTYLE IN A HYBRID WORLD





THE GOOD LIFE IN ... LOS ANGELES



Depuis la violente mais courte récession provoquée par la crise du Covid-19 en 2020, l'économie de la mégapole de la côte Ouest a repris sa marche en avant. Son port, ses industries de pointe, ses studios de cinéma, ses start-up et son secteur du BTP affichent une forte croissance, au point qu'ils peinent à trouver du personnel. Seul le tourisme et le commerce de détail font grise mine. Cela n'empêche pas la South California *way of life* – créativité, décontraction, optimisme – de continuer à rayonner...



TEXTE : Patrice Piquard – PHOTOS : Gilles Mingasson

Le 13 février dernier, Los Angeles a accueilli le 56^e Super Bowl, finale du championnat de football américain. Pour un Européen, il est difficile d'imaginer l'importance d'un tel moment, mais les *Angelenos* ont ressenti une excitation mêlée de fierté. Voilà vingt-neuf ans qu'ils attendaient de voir revenir chez eux cette cérémonie sportive qui rassemble les Américains. De plus, le match a eu lieu dans le magnifique SoFi Stadium d'Inglewood, qui a accueilli ses premiers spectateurs en septembre 2021. Sa construction a coûté 5,5 milliards de dollars, ce qui en fait l'enceinte sportive la plus onéreuse jamais construite. Son toit, une canopée translucide de 100 000 m² incrustée de 27 000 diodes électroluminescentes, peut s'orner de dessins lumineux visibles depuis les avions atterrissant à l'aéroport international. C'est aussi là que se déroulera la cérémonie d'ouverture des JO d'été, en 2028. Los Angeles accueillera cet événement pour la

troisième fois, une performance extraordinaire pour une métropole de province. Il est vrai que c'est la plus peuplée du monde développé (à égalité avec Osaka), avec près de 19 millions d'habitants. Et surtout, c'est la plus prospère... Au moment où Los Angeles a été frappée par la crise du Covid-19, l'optimisme était à son zénith. Une décennie de croissance avait fait augmenter le pouvoir d'achat de ses habitants de 18,5 %. Le taux de chômage était descendu à 4,2 %, un niveau jamais atteint

LES DIPLÔMÉS TRAVAILLENT EN SHORT ET TEE-SHIRT

depuis l'époque des hippies. Plus que jamais, la SoCal (Southern California) *way of life* – un quart de soleil, un quart de créativité, un quart d'optimisme, un quart de trajets en voiture – prouvait son efficacité. Provinciale certes,



CHIFFRES CLÉS

- **Population** : ville de Los Angeles : 3,9 M d'habitants. Comté de L.A. : 10 M. Grand Los Angeles : 18,8 M.
- **Superficie** : ville de Los Angeles : 1 215 km² (12 fois Paris). Comté de L.A. : 12 310 km².
- **Administration** : le maire de L.A. approuve ou rejette, par veto, les décisions du City Council, dont les membres élus représentent chacun l'un des 15 districts de la ville. Le comté de Los Angeles (88 villes) est gouverné par un conseil de 5 directeurs élus.
- **Économie** : PIB du comté : 815 Mds \$. PIB du Grand Los Angeles : 1 600 Mds \$ (un peu plus que l'Australie). Salaire moyen dans le comté : 5 800 \$/mois. Salaire minimum : 15 \$/h depuis juillet 2021. Taux de chômage dans le comté : 7,8 %.
- **Mobilité** :
 - 12,3 M de voitures et 2,5 M de camions enregistrés dans les 5 comtés du Grand Los Angeles.
 - 82 % des habitants utilisent leur voiture pour se rendre au travail.
 - Les 6 lignes de métro et 93 stations sont loin de couvrir le territoire. Cinq extensions de lignes sont en construction.

Los Angeles n'en était pas moins la mégapole la plus cool de la planète, où les diplômés d'université travaillaient plus souvent en short et tee-shirt qu'en pantalon-veste, et où arriver au bureau en skateboard avec sa planche de surf sous le bras ou en Aston Martin faisait partie du même esprit – décontracté, sans complexe, un peu m'as-tu-vu. Mais dès que la pandémie s'est déclarée, les licenciements, immédiats et brutaux, ont fait quadrupler le nombre de sans-emploi. En deux mois, un *Angeleno* sur six s'est retrouvé au chômage ! La majorité de ces licenciés travaillaient dans l'hôtellerie, la restauration, l'éducation et les services à la personne, des activités que le confinement a stoppées net.

Pénurie de travailleurs

Heureusement, l'économie est vite repartie : depuis mai 2020, les entreprises ont même recréé 1,2 million d'emplois, et le taux de chômage est revenu à 7,2 % début 2022. La reprise



VÉHICULES: VERS

LE « ZÉRO ÉMISSION »

Le gouverneur de Californie, Gavin Newsom, ayant ordonné que tout moyen de locomotion transportant des passagers soit « zéro émission » en 2035, l'État se prépare, dans un premier temps, à ce que 7,5 millions de véhicules électriques ou à hydrogène puissent circuler en 2030. Pour cela, il faudra 1,2 million de chargeurs publics pour les voitures, et 157 000 pour les bus et les camions. Un effort colossal en prévision, car il y en a 73 000 en tout actuellement. Le budget 2022 y consacre donc 500 M \$. Il sera aussi nécessaire d'augmenter la production d'électricité de 25 % en neuf ans.

CARREFOUR MAJEUR DU COMMERCE INTERNATIONAL, LES PORTS JUMEAUX DE LOS ANGELES ET LONG BEACH ONT VU TRANSITER SUR LEURS QUAIS 21 % DE CONTENEURS DE PLUS QU'EN 2019 !

DÉCHETS: RECYCLAGE

TRÈS TARDIF

Les Californiens du Sud sont les derniers citoyens du monde développés à se mettre à recycler leurs déchets. Depuis le 1^{er} janvier 2022, la loi sénatoriale 1383 de l'État les oblige à séparer les restes de leurs repas, coquilles d'œufs, épluchures de fruits... de leurs déchets solides, en les mettant dans des poubelles vertes jusqu'ici réservées aux feuilles mortes et au gazon tondu. Amende pour les contrevenants : 500 \$ par jour. La ville de Los Angeles a ainsi douze ans de retard sur San Francisco, au nord de l'État et proche du « zéro déchet ». La loi 1383 force également les supermarchés à donner leurs aliments atteignant la date de péremption à des organismes caritatifs.

est telle qu'une multitude de jobs sont non pourvus, et les écriteaux « *We Hire* » prolifèrent. « *La population active a en effet diminué: durant la pandémie, des salariés âgés ont avancé leur retraite, certains ont quitté leur petit job mal payé, et d'autres sont partis dans des*

L'ÉCONOMIE EST DIVERSIFIÉE, MONDIALISÉE ET TRÈS INNOVANTE

États où se loger coûte moins cher », souligne William Yu, économiste à UCLA Anderson School of Management. Aujourd'hui, le Grand Los Angeles produit donc presque autant de richesses qu'avant la pandémie, avec 7 % de salariés de moins. Cette pénurie de travailleurs, ainsi que l'accélération de la croissance (4,2 % prévus en 2022, malgré Omicron), va entraîner une nouvelle baisse du taux de chômage. Si le redressement a été si rapide, c'est

parce que l'économie de la Californie du Sud est diversifiée, mondialisée et très innovante. Certaines activités ont même profité de la pandémie. Carrefour majeur du commerce international, les ports jumeaux de Los Angeles et Long Beach ont ainsi vu transiter sur leurs quais 21 % de conteneurs de plus qu'en 2019 ! Les commandes en ligne des Américains ont en effet doublé en deux ans, ce qui a fait exploser les importations de meubles, téléviseurs, ordinateurs... fabriqués en Asie. Fin 2021, plus de 100 navires attendaient parfois au large de pouvoir trouver une place à quai. Les deux ports ont du mal à ouvrir 7 jours sur 7, 24 heures sur 24, du fait d'une pénurie de travailleurs de nuit et de conducteurs de camions. La chaîne logistique très performante qui leur est liée (des entrepôts gigantesques et automatisés qui constituent la plus grande zone industrielle du pays) n'en permet pas moins de livrer des marchandises à Chicago ou Houston en deux jours. ►



LA NOUVELLE VIE DU LOS ANGELES TIMES

Depuis trois ans, le *Los Angeles Times*, phare de l'information sur la côte Ouest depuis 1881, est détenu par un milliardaire, de même que le *Wall Street Journal* (Rupert Murdoch) et le *Washington Post* (Jeff Bezos). En 2018, Patrick Soon-Shiong, chirurgien inventeur d'un traitement contre le cancer qui a fait sa fortune et fondateur d'entreprises de biotech et d'intelligence artificielle, l'a acquis, ainsi que le *San Diego Union-Tribune*, pour 500 M \$. Depuis 2016, Soon-Shiong, né en Afrique du Sud, mais *Angeleno* depuis ses études à UCLA, possédait 24 % du groupe de presse Tribune Publishing, alors propriétaire du *L.A. Times*. Il est intervenu pour empêcher des licenciements massifs, en rachetant le titre à 100 %. Il est par ailleurs très attaché aux combats contre le racisme et le réchauffement climatique. Après avoir fermé les locaux de Downtown, il a déménagé le journal à Segundo. Et pour faire évoluer le titre, il a engagé des rédacteurs en chef (Norman Pearlstine, puis l'Afro-Américain Kevin Merida depuis mai 2021) qui travaillaient ailleurs. À son arrivée, le *L.A. Times* n'avait quasiment pas d'abonnés numériques, contrairement au *New York Times* (5,7 millions aujourd'hui) et au *Wall Street Journal* (2,2 millions). Après trois ans d'efforts marketing et la refonte du site, il en a désormais 450 000 (encore très en deçà des objectifs). Le journal a multiplié podcasts et vidéos, créé une chaîne de télévision, renforcé « le prisme californien » des éditos et organisé des événements (foire aux livres, expositions culinaires, concours de DJ, e-sport...). L'investissement dépasse 150 M \$, mais les pertes atteindraient encore 50 M \$ en 2021. Sans que cela paraisse émouvoir Patrick Soon-Shiong... occupé à suivre les essais cliniques de son vaccin révolutionnaire contre le Covid-19, produit en Afrique du Sud.



► « En 2020 et 2021, le secteur logistique a créé près de 50 000 nouveaux emplois. Quant au prix de location des entrepôts, il a doublé en six ans, plus aucun espace n'étant disponible », explique John Husing, fondateur du centre de recherche Economics & Politics Inc. Autre

SILICON BEACH N'A PAS ÉTÉ TOUCHÉE PAR LA CRISE DU COVID

pilier de l'économie locale ayant peu pâti du Covid-19 : l'industrie de l'*entertainment*, qui fait la célébrité de la ville depuis un siècle. Si les salles de cinéma ont souffert d'une longue fermeture et n'ont pas retrouvé tout leur public, la production de films et de séries bénéficie des gros investissements des plates-formes de streaming, dont le nombre d'abonnés a fait un bond durant le confinement. Netflix s'est installé dans un superbe immeuble de

14 étages sur Sunset Boulevard début 2020 et a ouvert un autre « campus » de 50 000 m² (qui comprend des studios de tournage) à Hollywood. Amazon Studios et Amazon Video prennent possession de cinq nouveaux bâtiments (bureaux, studios...) à Culver City. C'est dans cette même ville qu'Apple TV+ construit un espace de 50 000 m² pour héberger ses collaborateurs à partir de 2026. WarnerMedia va lui aussi inaugurer un immeuble à Culver City. Ces nouveaux rois du divertissement embauchent à tour de bras et dépensent sans compter afin de créer des « contenus » pour leurs abonnés. « Fin 2021, le nombre de séries télévisées tournées à Los Angeles – dont plus de 40 % seront diffusées sur des plates-formes de streaming – a égalé les records de 2019. Nous nous attendons à une formidable année 2022, même si le variant Omicron a décalé certaines productions », affirme Paul Audley, président de FilmLA. Même son de cloche dans le high-tech : Silicon Beach, qui regroupe un millier de start-up dans le Westside (à Venice, Santa Monica, Playa Vista, Culver City, Marina del Rey, El Segundo...) et qui

1. Silver Lake, un quartier hipster parsemé de villas modernistes, de coffee shops et de galeries d'art.
2. Le Walt Disney Concert Hall, un complexe de salles de spectacle conçu par Frank Gehry et inauguré en octobre 2003.
3. Une facade à Culver City, nouveau hub de la tech et du cinéma à Los Angeles.
4. La plage de Santa Monica.



talonne la Silicon Valley et la Silicon Alley (à New York) comme pôle d'industries de pointe, n'a pas été touchée par la crise du Covid-19. Ses salariés ont continué à travailler de chez eux. Les fondateurs de jeunes pousses de Silicon Beach espèrent égaler le succès de Snap Inc. (l'app Snapchat), Oculus (réalité virtuelle, racheté par Facebook), Tinder, Hulu (plate-forme de streaming) ou Naughty Dog (jeux vidéo). Ils bénéficient de synergies avec les industries en forte croissance de la région – l'aéronautique, les technologies de l'information, l'entertainment, la mode, la pharmacie, les équipements médicaux et la biotech. Chacune de ces branches a en effet développé son propre écosystème de start-up. Enfin, le secteur du BTP, florissant, bénéficie d'une série de lois récemment

LE NOMBRE DE VISITEURS EST PASSÉ DE 51 M EN 2019 À 39 M EN 2021

adoptées par l'État de Californie afin de densifier les zones d'habitat. Elles ont mis fin à l'immobilisme qui prévalait en matière de nouvelles constructions du fait du syndrome Nimby – le « *Not in my backyard* » des résidents s'opposant à des projets immobiliers d'intérêt général.

Aggravation des inégalités

Si l'économie est repartie, Los Angeles n'en fait pas moins face à des



problèmes exacerbés par la crise du Covid-19. D'abord, le tourisme – et donc l'hôtellerie-restauration – continue à souffrir. De 51 millions en 2019, le nombre de visiteurs est descendu à 29 millions en 2020, et Adam Burke, président de l'office du tourisme, l'estime à 39 millions en 2021. Les étrangers – qui comptent pour la moitié des dépenses – manquent à l'appel, et le secteur emploie 100 000 personnes de moins qu'avant la pandémie. De même, le commerce de détail a subi un coup terrible, du fait de l'essor fulgurant des achats en ligne. Dans tous les quartiers, y compris à Hollywood et Beverly Hills, des panneaux « To Lease » sont affichés sur des magasins et centres commerciaux vides. « *Comme les hôtels, restaurants et boutiques proposaient des rémunérations médiocres, ce sont donc des salariés pauvres qui ont perdu leur emploi, tandis que les avocats et les cadres du high-tech ont conservé leurs gros émoluments. La pandémie a donc* »

5 questions à Steve Frankel (5)

Directeur « Grandes Propriétés » chez Coldwell Banker – Beverly Hills.

Comment se porte le marché de l'immobilier de luxe à Los Angeles ?

Très bien, en dépit de l'absence des Asiatiques et des Européens depuis la crise du Covid-19. Ils représentaient un tiers des clients, mais ont été remplacés par des gens aisés du cru qui veulent vivre dans un environnement agréable et sûr. L'offre reste donc inférieure à la demande. Les prix explosent, la hausse dépassant 30 % depuis deux ans, dans le luxe comme ailleurs. Hier encore, l'idée de vendre une maison pour plus de 100 M \$ était un rêve d'agent immobilier. En 2021, on a vu plusieurs transactions au-delà, le record étant 177 M \$. Autre exemple : je propose une fantastique résidence près de Palm Springs pour 49 M \$. On n'a jamais vu un prix aussi élevé dans cette région désertique.

Quelles sont les exigences des acheteurs ?

Depuis la pandémie, la plupart travaillent chez eux, et passent plus de temps à la maison. Ils veulent un gymnase, une salle de cinéma, une cave à vins, voire un spa ou une piscine intérieure, en plus de celle de rigueur dans le jardin. Au besoin, ils rasent la maison qu'ils achètent, et en reconstruisent une avec un sous-sol où ils placent toutes ces salles. Quant aux résidences neuves – de petits promoteurs sont actifs sur le marché du luxe depuis quatre ans, c'est nouveau –, elles sont toutes livrées avec ce sous-sol rassemblant ce que j'appelle les « pièces excentriques ». Un célibataire ou un couple exigera en plus une belle vue, tandis qu'une famille se focalisera sur la taille du jardin. Enfin, les célébrités achètent souvent dans des communautés murées avec gardes à l'entrée.

Aucun habitant fortuné de Los Angeles ne veut vivre dans un appartement ?

L'achat d'un appartement de 200 m² couplé avec l'accès aux restaurants et aux services d'un grand hôtel, comme le proposent le Four Seasons à Beverly Hills ou le Ritz Carlton à Downtown séduit certains jeunes, là encore dans l'esprit d'une « villégiature personnelle ». Mais dès qu'ils ont un enfant, ils veulent une maison...

Les quartiers les plus recherchés ont-ils changé ?

Comme les gens vont moins au bureau, ils peuvent habiter plus loin. Alors que le Sunset Strip et West Hollywood étaient auparavant *the place to be*, l'intérêt se porte désormais tout à l'ouest, à Pacific Palisades et Malibu, voire Calabasas et sa nature intacte, où habitent, par exemple, Madonna et Kim Kardashian.

Il y a six ans, vous déclariez à *The Good Life* :

« *Le vrai luxe commence à partir de 5 M \$.* » Qu'en est-il aujourd'hui ?

Je dirais 20 M \$! J'ai cependant en portefeuille de belles demeures entre 4 et 6 M \$. Certes, l'immobilier de luxe est cher à Los Angeles, mais les prix vont de 13 000 à 25 000 \$ le mètre carré, comme à Paris, Londres, New York ou San Francisco. Los Angeles vous offre cependant en plus un jardin, une piscine et une vue fantastique. C'est la plus belle métropole où vivre, et le marché immobilier le plus excitant de la planète.



SÉCHERESSE: CATASTROPHE EN VUE

Pour Noël dernier et le Nouvel An 2022, les habitants de Los Angeles ont reçu un cadeau inespéré : quelques journées orageuses qui ont arrosé la région et couvert de neige les montagnes de San Gabriel. Cela n'a en rien modifié des statistiques météo très déprimantes, pour cause d'ensoleillement excessif. La sécheresse dure depuis trois ans, et 2020 et 2021 ont été les deux années où la pluie est la moins tombée depuis... toujours. Derrière leurs barrages, le lac Mead et le lac Powell – les immenses réservoirs sur le fleuve Colorado qui sont une source d'eau cruciale pour la Californie du Sud – sont à leur plus bas niveau historique, au point qu'on se demande s'ils pourront continuer à produire de l'hydroélectricité. En juillet dernier, le gouverneur de Californie, Gavin Newsom, a demandé à chacun de réduire sa consommation d'eau de 15 %. Mais depuis, elle n'a diminué que de 9 % à San Francisco et de 3 % à Los Angeles. Il faut dire que son prédécesseur avait déjà exigé une réduction de 25 % en 2015, qui avait été un succès : les Californiens du Sud avaient alors remplacé leurs pelouses par des jardins désertiques, espacé le lavage de leur voiture, installé de petits réservoirs dans leurs toilettes et des douches à bruite dans leur salle de bains. Aujourd'hui, ils refusent d'espacer leurs ablutions, de peur de subir « une apocalypse d'odeurs corporelles ». Pour parer à la pénurie, le comté de San Diego a construit une usine de désalinisation d'eau de mer qui produit (à prix très élevé) 200 millions de litres par jour. Une usine semblable fonctionnera en 2023 à Huntington Beach, et d'autres sont à l'étude. Mais il en faudrait des dizaines pour faire face à la raréfaction de la ressource. Selon la revue *Nature Reviews Earth & Environment*, les réserves d'eau provenant de la fonte des neiges diminueront de 25 % d'ici à 2050, et disparaîtront vers 2070. Une autre étude réalisée par l'université Cornell et celle de l'Arizona estime entre 20 % et 50 % la probabilité d'une période de trente-cinq ans sans pluie. Des restrictions d'eau plus drastiques encore vont donc devenir la norme.



► *renforcé des inégalités déjà criantes*», analyse John Husing. Lesdites inégalités sont aggravées par une crise du logement aiguë : les prix de l'immobilier et les loyers ont fait un bond de 30 % depuis 2018. « *Du coup, on assiste à une migration des citoyens les moins aisés vers la lointaine banlieue. Les comtés de Riverside et de San Bernardino, où l'immobilier est plus abordable, hébergent*

LA CRISE DU COVID A RENVOYÉ DOWNTOWN L.A. DANS LE PASSÉ

500 000 habitants de plus qu'en 2010, alors que le comté de Los Angeles n'en a pas gagné et commence à en perdre», explique William Yu. Le nombre de sans-abri a aussi fait un bond, plus de 50 000 personnes de la région logeant dans la rue. C'est à Downtown que ces changements sont les plus flagrants. Ce quartier autrefois décrépi s'était

formidablement rénové et gentrifié depuis quinze ans, attirant des dizaines de milliers de jeunes créatifs. La crise du Covid-19 l'a renvoyé dans le passé : rangées de magasins et restaurants fermés pour cause de faillite, campements de sans-abri à de nombreux coins de rue, trottoirs jonchés de débris, colonies de rats dans les squares... Il faudra que la reprise économique se poursuive longtemps pour réussir à panser ces cicatrices. Cela n'empêche pas la plupart des *Angelenos* de se lever chaque matin devant un soleil voilé par un léger brouillard de pollution en se disant que la vie est belle... ■

1. Le Beverly Hills Hotel, ouvert en 1912, est à l'origine du développement de ce quartier *hype* de Los Angeles.
2. Les gratte-ciel de Downtown L.A.
3. Le lac Powell, dans l'Utah, source d'eau cruciale pour la Californie du Sud. En raison de la sécheresse, il est à son plus bas niveau depuis sa mise en eau en 1980.



Avec près de 19 millions d'habitants, l'agglomération de Los Angeles est l'une des plus étendues au monde. C'est surtout l'une des



PHOTO: GILLES MINGASSON

métropoles les plus prospères. Le PIB du Grand Los Angeles (1 600 milliards de dollars) surpasse celui de l'Australie.



Les nouveaux géants d'Hollywood

La pandémie a porté un coup terrible aux salles de cinéma, qui pâtiennent également de l'irrésistible montée en puissance des plates-formes de streaming. Netflix, Amazon et consorts produisent près de 50 % des films et séries, mais les réservent de plus en plus à leurs abonnés. Analyse d'une mutation.

TEXTE : Patrice Piquard – PHOTOS : Gilles Mingasson

Au cours de son histoire, Hollywood a souvent craint de se voir délivrer l'acte de décès du cinéma. En 1951, l'arrivée de la télévision avait poussé le producteur David Selznick à comparer l'industrie du film à l'Égypte, « *et ses pyramides croulantes qu'un vent de sable fera bientôt disparaître* ». Dans les années 80, la diffusion des magnétoscopes suscita la même frayeur. Et au cours de la décennie 2010, la croissance de Netflix a aussi provoqué des sueurs froides. Encore une fausse alerte, car des millions de spectateurs ont continué à aller voir dans les salles obscures *Black Panther*, *Stars Wars*. *Le Réveil de la force* ou *Once Upon a Time... in Hollywood*. Depuis la crise du Covid-19, pourtant, la catastrophe tant de fois évitée est bien là. Plus du tiers des 5 500 salles de cinéma américaines n'ont pas rouvert. Le chiffre d'affaires des exploitants a baissé de 60 %. Cineworld, qui possède 550 multiplexes aux États-Unis, a alourdi sa dette de 750 millions de dollars. Et AMC Entertainment a levé

917 millions de dollars pour essayer de sauver ses 650 multiplexes. La survie des salles est en question. Est-ce qu'aller au cinéma ne sera bientôt plus qu'un souvenir ? On peut le redouter, car la pandémie a permis aux plates-formes de streaming (ou SVOD, pour Subscription Video On Demand) de remplir le vide créé par la fermeture

LA STRATÉGIE DES STUDIOS CONSISTE À NE PLUS MISER SUR LES ENTRÉES EN SALLES

des salles. Début 2022, Netflix compte 220 millions d'abonnés et Prime Video d'Amazon, 200 millions. The Walt Disney Company en aligne 118 millions avec Disney+ et 43 millions avec Hulu, WarnerMedia près de 100 millions avec HBO/HBO Max et Discovery, et Apple TV+, 50 millions. Ces nouveaux géants remplacent les studios historiques d'Hollywood – seul

UN FANTASTIQUE MUSÉE DU CINÉMA

Dès 1927, l'Academy of Motion Picture Arts and Sciences (Ampas) a voulu construire un musée du cinéma. Mais tous ses projets ont avorté. Le 1^{er} octobre dernier, le musée de l'Ampas a enfin ouvert à Los Angeles. Dans un superbe bâtiment de 1946 rénové qui jouxte un dôme futuriste – le tout signé Renzo Piano –, il présente 110 ans d'histoire du cinéma : le requin des *Dents de la mer*, le traîneau « *Rosebud* » de *Citizen Kane* et des milliers d'affiches, accessoires, costumes, décors et extraits de films. Jusqu'en juin, l'exposition temporaire est consacrée au génial créateur de dessins animés Hayao Miyazaki. academymuseum.org

Disney subsiste, Amazon ayant racheté la MGM en 2021, Warner Bros étant contrôlé par ATT depuis 2019 et 21st Century Fox par Disney depuis 2017. Pour proposer à leurs abonnés de regarder chez eux les dernières nouveautés, lesdits géants ont abrogé la règle voulant qu'un film sorte d'abord dans les salles, puis trois mois après sur Netflix, Disney+ ou HBO Max... En 2021, Warner Bros a ainsi lancé 17 films (dont *Dune*, *Matrix 4...*) à la fois sur HBO Max et au cinéma, ce qui cannibalise la vente de tickets. La stratégie des studios consiste donc à ne plus miser sur les entrées en salles. D'où le procès intenté par Scarlett Johansson à Disney. En 2021, la diffusion de *Black Widow* simultanément dans les salles et sur la plate-forme Disney+, sans respecter les trois mois d'exclusivité dans les cinémas, aurait fait chuter le cachet de la star, indexé sur le box-office en salles. Autre facteur limitant la sortie dans les cinémas au niveau mondial : la fermeture progressive de l'immense marché chinois aux films américains. Pékin privilégie les super-productions locales « *qui font l'éloge du parti, de la patrie et du peuple* », et a dressé une liste de metteurs en scène interdits, telle Chloé Zhao, oscarisée pour *Nomadland* et qui a signé en 2021 *Les Éternels* chez Disney.

Une exclusivité par semaine

La métamorphose de l'industrie du cinéma a d'autres conséquences. La réussite d'un film se mesure souvent au prix auquel ses droits de distribution ont été acquis par une plate-forme de streaming. *Borat 2*, le film d'après a ainsi été acheté par Prime Video pour 80 millions de dollars en exclusivité totale, la sortie en salles prévue avec Universal étant annulée. Prime Video a même payé 200 millions de dollars pour diffuser *The Tomorrow War* à l'été 2021. Surtout, les plates-formes de SVOD produisent elles-mêmes des films et des séries. « Tous les géants du streaming construisent de nouvelles salles de tournage à Los Angeles afin d'accroître leur rythme de création d'œuvres originales », se réjouit Paul Audley, président de FilmLA. Chez Disney, 80 des 100 projets lancés en 2021 sont réservés au streaming sur la plateforme Disney+. « Cette année, des films importants, comme *Pinocchio*, avec Tom Hanks, ou *Peter Pan & Wendy*, avec Jude Law, ne sortiront probablement pas en salles, mais en exclusivité sur Disney+, comme ce fut le cas pour *Mulan* dès 2020 », remarque Kevin Tran, auteur du rapport « The State of streaming 2021 » de Variety Intelligence Platform. Le but de Netflix, Disney+, Prime Video et WarnerMedia : offrir au moins une exclusivité (film ou série) par semaine à leurs abonnés, qu'elle soit produite dans les studios maison ou achetée. Prime Video y ajoute des retransmissions sportives (football américain et hockey aux États-Unis, Ligue 1 en France, cricket en Inde...), de même que Disney+ et WarnerMedia. Netflix préfère s'orienter vers la création de jeux

UN HOLLYWOOD PLUS ACTIF QUE JAMAIS, MAIS GLOBALEMENT TRÈS DÉFICITAIRE

vidéo, avec un œil sur les développements du métavers, qui fera converger la vie physique et numérique de « spectateurs-acteurs ». D'où des dépenses ahurissantes pour les contenus originaux : 30 milliards de dollars chez Disney en 2021, entre 17 et 23 milliards chez les trois autres membres de la « bande des quatre », selon Wells Fargo. Du coup, seul Netflix dégage de (petits)



profits, Disney+, WarnerMedia, Prime Video et Apple TV+ investissant à perte pour gonfler leur portefeuille d'abonnés. Selon Kevin Tran, « la croissance des investissements et le ralentissement de la progression du nombre d'abonnés fait reculer la date où les plates-formes de streaming feront des bénéfices. Par exemple, 2025 au plus tôt pour HBO Max ». Côté production, ce nouvel Hollywood – façon de parler, car le siège de Netflix est à Los Gatos, près de San Francisco, celui de Prime Video, à Seattle, et celui de WarnerMedia, à New York, même si ces plates-formes produisent à Los Angeles – est donc plus actif que jamais, mais globalement très déficitaire. Il donne la priorité aux séries pour les contenus novateurs. Quant aux films les plus attendus, ils présentent des héros récurrents : Batman, Indiana Jones, Thor, Doctor Strange ainsi que les protagonistes de Star Wars et d'Avatar vont réapparaître en 2022. Mais côté distribution, les salles semblent condamnées, du moins aux États-Unis. Selon l'institut de sondage Magid, un Américain sur six est déjà abonné au moins à cinq plates-formes de streaming... ■

1. et 3. À Hollywood, les sièges des studios historiques tel Paramount (1) côtoient ceux des plates-formes comme Netflix (3).
2. Un tournage à Downtown L.A.



3 questions à Colleen Bell

Directrice générale de la California Film Commission.

Comment Hollywood a-t-il été affecté par la crise du Covid-19 ?

L'arrêt des tournages, en mars 2020, n'a duré que trois mois. Nous avons rapidement établi des protocoles sanitaires, et fait admettre que les collaborateurs des studios étaient « une force de travail critique », comme les salariés des industries essentielles. Aujourd'hui, la production de films et de séries a retrouvé son niveau d'avant la pandémie. Mais les protocoles sanitaires alourdissent les coûts de 7 % à 15 %.

Pourquoi offrez-vous des crédits d'impôts aux productions tournées en Californie ?

C'est indispensable, car de nombreux pays ou régions (la Géorgie, New York, la Caroline du Nord, la Colombie-Britannique, le Royaume-Uni...) proposent des avantages fiscaux considérables pour attirer les tournages. Malgré la diversité de ses paysages, son climat et la concentration d'infrastructures et de compétences, la Californie n'était plus compétitive. Depuis 2010, nous offrons donc nous aussi des crédits d'impôts. De 100 M \$ par an jusqu'en 2015, ils sont ensuite passés à 330 M \$ par an jusqu'en 2020. L'an dernier, j'ai réussi à les hisser à près de 400 M \$ par an jusqu'en 2025, le supplément étant destiné à des tournages de séries télévisées qui reviennent en Californie et à des productions réalisées dans des studios neufs ou rénovés.

Avec quel résultat ?

L'impact économique est énorme : nous avons rapatrié une part significative des tournages en Californie. Depuis 2010, les 591 productions que nous avons contribué à financer ont généré 19,4 Mds \$ de dépenses et créé 160 000 embauches. Sans compter les nombreux emplois indirects – figurants, hôtels, restauration, pressing, services à la personne... Nos critères d'attribution privilégient le nombre de jobs créés, la promotion de la diversité (femmes, minorités...) et la présence de stagiaires perfectionnant leur formation. Notre but : conforter la Californie comme capitale mondiale de l'entertainment.



Quatre acteurs majeurs de l'économie de Los Angeles

À la tête d'entreprises ou de départements clés, ils participent au dynamisme et à l'essor de Los Angeles.

TEXTE : Patrice Piquard

BOB CHAPEK (1)

CEO de la Walt Disney Company

Après un début de carrière dans le marketing chez Heinz et l'agence de pub Walter Thomson, il a fallu à Bob Chapek vingt-six ans d'expérience chez Disney avant d'en être nommé CEO, à 59 ans. Mais sa prise de fonction, en février 2020, a été concomitante avec le début de la crise du Covid-19, catastrophe pour le cinéma et les parcs à thème, ce qui a conduit son prédécesseur, Bob Iger, à rempiler d'avril 2020 à décembre 2021 comme président exécutif. Bob Chapek a donc démarré son mandat de patron sous la surveillance étroite d'Iger, l'homme qui a durant quinze ans accru la puissance du géant de l'entertainment, en faisant l'acquisition de Pixar, Marvel Entertainment, Lucasfilm et 21st Century Fox, en ouvrant des parcs Disney à Hong Kong et Shanghai et en propulsant l'entreprise dans l'ère du streaming. Bob Chapek, obsédé par l'idée de renforcer Disney face à ses concurrents, a lui aussi quelques réussites à son actif. D'abord responsable du Home Entertainment, il a fait entrer l'entreprise dans l'ère numérique avec les DVD et les Blu-Ray. Puis il a boosté la division Consumer Products en passant un accord juteux avec le fabricant de jouets Hasbro pour les licences Star Wars et Marvel. Il a aussi lancé Imagicademy (applications éducatives sur smartphones signées Disney), avant d'être nommé en 2015 patron des Parcs et Resorts. Grâce à un investissement de 24 milliards de dollars, il les a ouverts à de nouveaux thèmes – « Pandora, le monde d'Avatar » en Floride et « Star Wars : Galaxy's Edge » en Floride et en Californie – et y a construit des dizaines de nouveaux hôtels. À son actif également, l'explosion de la croissance de la division

Croisières et l'accord avec la chaîne de supermarchés Target pour installer des corners vendant 450 jouets Disney. En tant que CEO, son premier succès est l'Oscar du meilleur film décerné en 2021 à *Nomadland*, sorti directement sur Disney+. Cette plate-forme de streaming mobilise toute l'attention de Bob Chapek, car sa croissance ralentit. Elle compte 118 millions d'abonnés dans le monde, et l'objectif de 250 millions à la fin 2024 s'éloigne, de même que celui de dépasser Netflix en 2026. Les dépenses pour améliorer l'offre et les discounts offerts aux nouveaux abonnés rendent Disney+ déficitaire, et ses pertes culmineront, selon Bob Chapek, en 2022. Mais c'est sur cette plate-forme que se joue l'avenir du dernier studio historique d'Hollywood encore indépendant...

ERIC GARCETTI (2)

Maire de Los Angeles

Fin de règne agitée pour Eric Garcetti, qui officie depuis huit ans comme maire démocrate de la deuxième ville américaine – réputée impossible à gérer. Nul ne sait s'il finira son mandat, sachant que la prochaine élection municipale (à laquelle il ne pourra se présenter, ayant déjà été élu deux fois) aura lieu en novembre 2022. Pressenti par Joe Biden pour être ambassadeur en Inde, Eric Garcetti attend que les sénateurs républicains cessent de retarder l'approbation de sa nomination. Cet écueil franchi, il pourra soit rester maire en 2022, soit partir, un intérimaire élu par le Los Angeles Council prenant sa place jusqu'à l'élection. À cette incertitude s'ajoute une fin de mandat ternie par la crise du Covid-19 : explosion des inégalités (le chômage touchant davantage les citoyens pauvres), irruption de milliers



de sans-abri dans des quartiers résidentiels, contestation par des groupes luttant contre les injustices raciales de sa décision d'augmenter le budget de la police. Le *Los Angeles Times* n'en a pas moins publié un éditorial invitant ce maire dont il loue « la vision et les efforts pour construire une ville plus vivable, dotée de transports en commun, attirant les nouvelles technologies et bénéficiant d'un environnement plus sain » à rester jusqu'à l'élection pour « finir le travail ». L'ère Garcetti a été caractérisée par l'amélioration des transports publics (au prix d'une hausse de la taxe locale sur les ventes), la montée en puissance de Silicon Beach (devenue le troisième centre national pour les entrepreneurs de la high-tech), la marche vers l'objectif « 100 % d'énergie propre » en 2045, la revitalisation du fleuve Los Angeles grâce à un programme public-privé de restauration écologique et de construction, et enfin la poursuite de la résurrection de Downtown, le seul quartier de la ville où on circule à pied. Cerise sur le gâteau, Eric Garcetti a décroché la tenue des JO d'été de 2028, Los Angeles devenant l'une des trois métropoles (avec Londres et Paris) à les accueillir pour la troisième fois. Si on lui reproche d'être un maire qui aime trop « prendre la lumière » lors d'innombrables séances photo et qui multiplie parfois sans raison les visites à l'étranger, Eric Garcetti s'est révélé être un excellent VRP pour sa ville. Âgé de 50 ans, il pourra encore rêver, à son retour d'Inde, d'un destin national... que jamais aucun maire de Los Angeles n'est parvenu à se tailler.



2

GREGG RENFREW (3)

Fondatrice et CEO de Beautycounter

Existe-t-il un rapport entre le taux de pollution à Los Angeles (le pire du pays) et l'attrance des femmes qui respirent cet air vicié pour les cosmétiques « naturels » ? C'est en tout cas sur ce créneau que Gregg Renfrew a misé dès 2013 en créant, à Santa Monica, la marque de produits de beauté Beautycounter. Après avoir lancé puis revendu sa première société, le site The Wedding List, elle opère comme consultante pour des grands magasins, puis comme patronne de la chaîne de jouets Best & Co. En 2008, elle déménage à Los Angeles. Elle travaille un temps avec l'actrice Jessica Alba, qui prépare alors le lancement de sa société de produits de soin et d'entretien non toxiques pour bébés (The Honest Company, aujourd'hui cotée au Nasdaq). Ce principe du « *clean and safe* », Renfrew l'applique à la beauté. Après avoir réalisé que les autorités américaines n'interdisent que 30 ingrédients dans les cosmétiques – la législation datant de 1938 –, elle bannit 1 800 composants de ses crèmes et fards de maquillage (dont les 1 400 prohibés en Europe), créant ce qu'elle appelle la « Never List ». Dès la naissance de Beautycounter, Gregg Renfrew figure parmi les « Most Creative People » de la revue *Fast Company*, puis elle intègre la liste des « 100 fondatrices de business » du magazine *Inc.* et celle des « Entrepreneurs les plus étonnants » de Goldman Sachs. *Glamour*, *Allure*, *CNBC*, *Forbes*... font son portrait. Cette présence dans les médias limite les dépenses de marketing.



3

RAUL ANAYA (4)

Président de Bank of America Business Banking et de Bank of America Greater Los Angeles

Avec son visage lisse et jovial le faisant paraître plus jeune que ses 53 ans, ce *wonderboy* de la communauté latino de Californie en est aussi le représentant le plus influent. Ayant fait sa carrière à Bank of America (BoFA, la deuxième du pays, derrière JP Morgan), Raul Anaya en dirige la division chargée du conseil stratégique et des prêts aux PME américaines. Il fait partie du comité exécutif de la banque, et en est le président pour la région de Los Angeles, où il s'occupe de poids lourds d'Hollywood tels que



4

Creative Artists Agency ou Anschutz Entertainment Group. Ses remarquables performances, qui ont fait croître le chiffre d'affaires « entreprises » de BoFA de près de 15 % par an en Californie du Sud depuis quinze ans, s'accompagnent de *deals* très médiatisés, comme la vente des Clippers par Donald Sterling (conseillé par Raul Anaya) à l'ex-boss de Microsoft Steve Ballmer – 2 milliards de dollars, dont 40 millions de commission pour BoFA... Ces succès sont largement dûs au talent d'Anaya pour le *networking*. Nommé en 2021 président de la chambre de commerce de Los Angeles, il fait aussi partie du conseil d'administration de fondations patronales, médicales, scientifiques, culturelles et hispaniques (dont le Congressional Hispanic Caucus Institute, qui finance la formation de nouveaux leaders latinos). Il sponsorise aussi d'innombrables ONG. Rares sont donc les patrons et les entrepreneurs de la région de Los Angeles qu'il ne connaît pas. Sa banque a, en outre, profité du fait qu'il est devenu une référence pour la communauté des affaires hispanique. Raul Anaya est tout aussi actif en interne : il préside l'Hispanic-Latino Executive Council (les 200 cadres hispaniques les plus gradés de BoFA), a développé les activités philanthropiques et les initiatives en faveur de l'environnement et de la culture, et incite tous ses collaborateurs à s'engager dans le bénévolat, en montrant l'exemple. Grâce à lui, BoFA est perçue dans la région comme une banque citoyenne. Et de nombreux *Angelenos* lui doivent en partie leur réussite...

City-guide

The Good Life vous donne les clés des lieux qui font bouger Los Angeles, entre passages obligés et adresses plus confidentielles.

TEXTE : Alexis Chenu

NOS HÔTELS

Contemporain

SILVER LAKE POOL & INN (1)

À l'est de Los Angeles, pauvre en hôtellerie, le groupe Palisociety a transformé un motel des années 80 du quartier *trendy* de Silver Lake en un hôtel axé vers la détente maximale. La preuve ? Cette somptueuse piscine bordée de cactus, avec vue sur le célèbre Hollywood Sign, où clients et locaux viennent trinquer au Spritz et au champagne à toute heure du jour et de la nuit. Habillées des matériaux à la mode – vasques en terrazzo, mobilier canné, fauteuils en cuir brut –, les chambres et suites séduisent, et le restaurant Marco Polo régale en mode trattoria italienne. Autour du bar marbré ovale ou sur la terrasse à l'ambiance bistrot, on commande burger et salade de *baby kale* very healthy. **4141 Santa Monica Boulevard, Silver Lake. palisociety.com**

INFOS PRATIQUES

L'office de tourisme de Californie en France peut aider à organiser son séjour à L.A. **visitcalifornia.fr**
Il est assisté par les offices de tourisme des différents quartiers ou localités qui composent le Grand Los Angeles : **visitwesthollywood.com**
discoverlosangeles.com
santamonica.com
visitgreaterpalmsprings.com

Y ALLER

Air France, Air Tahiti Nui et French Bee proposent plusieurs vols directs qui connectent Paris à Los Angeles.

Business

THE SHAY

Au cœur de Culver City, zone où se concentrent aujourd'hui les bureaux d'Amazon Studios, Warner Bros. ou Apple TV, ouvrait en octobre dernier The Shay (groupe Hyatt), un hôtel entièrement pensé pour la communauté tech et business de passage. Configuré en espace de coworking, le lobby ouvre sur un étage de salons pour séminaires, et connecte aux 148 chambres, toutes pensées sur le même modèle, habillées de mobilier design et graphique, d'éclairages industriels et de salles de bains modernes. *Laptops* greffés aux bras, les clients, trentenaires dans leur majorité, rejoignent le rooftop et sa piscine pour une séance de pataugeage et de cocktails-pool. Sur les tables pixelisées du bar Celestina, tacos et burritos s'accompagnent de cocktails à la tequila, spécialité de la maison. En cas d'urgence shopping, le complexe Platform, juste en face, propose quelques concept-stores (The Optimist, Teller, Broome Street General...) parmi les plus pointus en ville. **8801 Washington Boulevard, Culver City. hyatt.com**

Central

DOWNTOWN L.A. PROPER HOTEL (2)

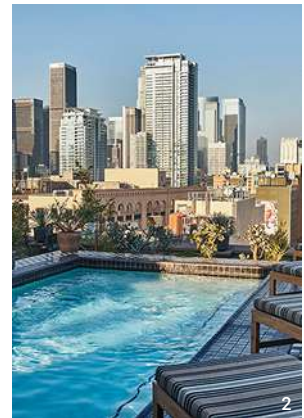
Voisine du Hoxton et de l'Ace Hotel, la nouvelle pépite de la marque Proper Hotels investissait, fin 2021, les 15 étages d'un immeuble Art déco, longtemps occupé par un club privé. Au décor, la star du design intérieur à L.A., Kelly Wearstler, habille les 148 chambres de mobilier et d'œuvres aux inspirations mexicaines, et convertit l'ancienne piscine et le terrain de basket originel en suites ultraspacieuses. Passée maître dans l'association du vintage et du contemporain, la décoratrice fait sensation

au restaurant Cara Cara, au dernier étage de l'immeuble, un espace avec vue sur la ville, terrasse somptueuse avec brasero et piscinette pour faire trempette. C'est là qu'il faut réserver pour le dîner : la cheffe, Suzanne Goin, en équipe avec la sommelière star Caroline Styne, imagine des plats méditerranéens ultragourmands à partager. **1100 S Broadway, Downtown. properhotel.com**

Confidentiel

NOBU RYOKAN MALIBU (3)

Posé sur la plage de Carbon Beach, aussi surnommée la « plage des milliardaires », cet hôtel de Malibu, premier de la collection Ryokan, est né du partenariat entre Robert De Niro et le fondateur d'Oracle, Larry Ellison. Ancien motel de plage, l'endroit s'est mué en véritable *ryokan* japonais sur deux niveaux, entièrement couvert de bois de teck et arboré de jardins zen. Promettant à ses célèbres clients (Kanye West compte parmi les fidèles) une confidentialité absolue – les photos sont interdites dans les espaces communs –, l'hôtel décline 16 suites au pur style minimaliste, l'œuvre de l'agence d'architecture française Studio PCH, installée à Venice. L'établissement met à la disposition de ses clients les dernières technologies à la mode – WC automatiques, écran caché dans le plafond, tablettes pour régler température et lumières... Pour combler les plus exigeants, la suite Rock'n'roll dispose d'une baignoire en extérieur avec vue plongeante sur l'océan. Côté saveurs, le room service sert les spécialités de sushis et plats japonais du restaurant Nobu voisin. **22752 Pacific Coast Highway, Malibu. malibu.nobuhotels.com**



Grandiose THE WEST HOLLYWOOD EDITION (4)

Après New York, la nouvelle marque hôtelière lancée par Marriott et Ian Schrager (cofondateur du Studio 54 et pionnier des boutique-hôtels) ouvrait en 2019 sur Sunset Boulevard. Quintessence du luxe à la californienne, l'hôtel s'ouvre sur un immense lobby avec salons, bar à cocktails, table de billard, l'ensemble étant coiffé d'une suspension mobile bien choisie de l'artiste Sterling Ruby. Les 190 chambres imaginées par le Britannique John Pawson jouent la carte du minimalisme chic et des matières naturelles. Certaines suites disposent de terrasses gigantesques avec vue sur la ville, et le rooftop profite d'une piscine de 20 mètres, parfaite en mode *sunset*. Parmi les autres réjouissances : le spa et sa liste de soins au CBD, et le menu tout végétal signé du chef John Fraser au restaurant Ardor.

9040 Sunset Boulevard, West Hollywood. editionhotels.com

Classique THE HOLLYWOOD ROOSEVELT (5)

Hollywood Boulevard abrite un hôtel de légende. C'est là, en 1929, que s'organisa la première cérémonie des Oscar. C'est aussi là que Marilyn Monroe vécut deux années. Et que Lady Gaga et Bradley Cooper tournèrent plusieurs scènes du film *A Star is Born*. Rénovées par l'agence de design Yabu Pushelberg, les 300 chambres et suites, moulées dans un classicisme élégant et intemporel, offrent le meilleur confort. Les clients raffolent de la piscine Tropicana logée dans un jardin bordé de palmiers, et dont le fond est signé de l'artiste David Hockney, des burgers du *diner* logé au rez-de-chaussée et du nouveau steakhouse mené par la cheffe star Nancy Silverton. L'hôtel héberge aussi un bar à cocktails, deux couloirs de bowling, un théâtre et un auditorium où se produisit Prince.

7000 Hollywood Boulevard, Hollywood. thehollywoodroosevelt.com



Hype VENICE V HOTEL (6)

L'offre hôtelière dans ce quartier étant limitée (le Rose Hotel a fermé ses portes pendant la crise du Covid), ce nouvel établissement de 44 chambres et suites, toutes avec vue sur l'océan, est idéal pour une immersion dans l'ambiance de Venice. Bordant le Venice Beach Boardwalk, l'ancien Waldorf Hotel – qui vit défiler Charlie Chaplin, les Doors et le collectif de skateurs Z-Boys – s'est offert un lifting et accueille ses clients dans un lobby à la gloire d'Abbot Kinney, entrepreneur à l'origine du développement de Venice dont le portrait en roues de skate amuse la galerie. Les meilleures chambres sont sur le toit : 7 penthouses au décor bohème, industriel ou marocain, équipées de minibars garnis de barres de céréales, de chips bio et de wax pour surfer. Pas de restaurant ici, mais un service de livraison en partenariat avec Great White, une table courue du quartier.

5 Westminster Avenue, Venice. venicevhotel.com

Exclusif THE BEVERLY HILLS HOTEL (7)

Ouvert en 1912, au milieu des champs de haricots, le Beverly Hills Hotel est à l'origine du développement de ce quartier *hype*, peuplé de villas somptueuses et des plus grandes fortunes de L.A. L'hôtel connaît ses heures de gloire dans les années 40, époque où Marlène Dietrich défraie la chronique au restaurant Polo Lounge, habillée en pantalon... jusqu'alors interdit aux femmes. Les stars sont toujours là, toutes adeptes du confort des chambres et de la vingtaine de bungalows posés au cœur d'un jardin luxuriant, rénovés avec grand chic par la décoratrice d'intérieur Alexandra Champalimaud. À la piscine de l'hôtel, toute de rose vêtue et cerclée de transats à rayures vertes, l'appareil photo n'a pas droit de cité, garantissant la confidentialité aux habitués.

9641 Sunset Boulevard, Beverly Hills. dorchestercollection.com



CHATEAU MARMONT, LA FIN D'UNE LÉGENDE?

Victime d'une chute de sa fréquentation lors du premier confinement de mars 2020, le célèbre hôtel Chateau Marmont se séparait, manu militari, de ses 248 employés. Constitués en collectif, les anciens, soutenus par une horde de célébrités (Spike Lee, Jane Fonda ou encore

Issa Rae) ont, depuis, pris la parole, pour témoigner des discriminations et des harcèlements dont ils faisaient l'objet et appeler au boycott général. Transformé en « club privé », le Chateau Marmont ne reçoit plus de réservations du grand public depuis plus d'une année.

chateaumarmont.com

NOS RESTOS

Diner

CLARK STREET DINER (8)

Diner historique du quartier d'Hollywood, le 101 Coffee Shop devint célèbre lorsque le duo d'acteurs Vince Vaughn et Jon Favreau tournèrent ici quelques scènes culte du film *Swingers*. Mais l'adresse aux tables en Formica et fauteuils en Skaï dut se résoudre à mettre la clé sous la porte au début de la crise du Covid. Rouvert fin 2021, l'endroit a conservé l'enseigne du 101 sur sa façade, décroché quelques photos aux murs, mais sert toujours pancakes, œufs Bénédicte et milkshakes. Zack Hall, boulanger de métier, a revu les recettes à sa manière et ajouté une sélection de pâtisseries et tartes (*banana cream* en favori) à se damner. **6145 Franklin Avenue, Hollywood.** clarkstreetbakery.com

Burgers

BURGERS NEVER SAY DIE

Dans la catégorie burgers, cette enseigne du quartier de Silver Lake vaut son pesant d'or. Shawn Nee s'est fait connaître avec une série de burgers préparés dans son jardin et vendus lors d'événements privés. Sa recette miracle : un smash burger – un steak écrasé sur sa plaque de cuisson au goût ultrasavoureux – au jus de pickles et de doux ketchup, enveloppé dans une simple feuille de papier. Le garçon décide d'ouvrir son premier restaurant en 2018 exclusivement à emporter. Les *Angelenos* traversent la ville pour y déjeuner, la tradition voulant que chaque client ouvre le coffre de son véhicule, y pose le menu et déguste. **2388 Glendale Boulevard, Silver Lake.**

En mode date

MANUELA (9)

Dans l'Arts District, la galerie d'art Hauser & Wirth abrite dans sa cour intérieure un restaurant peuplé d'œuvres d'art, idéal pour roucouler à deux. Au comptoir, en salle ou sur la terrasse arborée, on savoure la cuisine du chef local, Kris Tominaga, dans un esprit californien (huîtres, poisson grillé, poulet au citron, légumes du marché...) équilibré. En partant, il faut passer une tête

dans le potager du chef, là où les herbes poussent et où gloussent les plus belles poulettes de la ville, jeter un œil aux expos en cours (gratuites) et finir par un tour à la librairie de beaux livres. **907 East 3rd Street, Arts District.** manuela-la.com

Expérimental

VESPERTINE

À Culver City, le charismatique chef Jordan Kahn invite dans une tour futuriste pour une expérience culinaire unique au monde. En tablier noir, le chef organise un menu en 18 plats, où l'on savoure chips d'algues, cookie aux mûres et fleurs sauvages, feuilles de bougainvillier au raifort... et autres surprises, toutes présentées dans d'audacieux et parfois déroutants dressages. L'expérience – trois heures – fait passer d'une terrasse à un salon au noir glamour et se termine sur les bancs d'un jardin design. À quelques mètres du restaurant gastronomique, Kahn tient également Destroyer, une cantine parfaite au déjeuner au menu inspiré des fermentations et autres émulsions végétales. **3599 Hayden Avenue, Culver City.** vespertine.la

Tendance

GIGI'S (11)

Dans un Media District en pleine ébullition – ont écos tour à tour le magasin de mode Just One Eye, Tartine et le coffee-shop et concept-store alimentaire Sightglass Coffee –, ce restaurant a ouvert pendant

la pandémie. Déclinaison californienne du bistrot à la française, l'endroit se pare d'un décor fabuleux autour d'un bar central posé sur un sol en damier, des tables en velours vert forêt, l'ensemble enveloppé des fresques de la peintre Andie Dinkin. Covid oblige, la maison sert exclusivement en extérieur, et sort les nappes blanches pour accueillir une clientèle du monde de la mode, des médias et des arts. Au menu, un concentré de rétro parisien avec cocktail crevettes, escargots, steak tartare, moules et poulet rôti bons sous tous rapports.

904 North Sycamore Avenue, Hollywood. gigis.la

Grand chic

THE TOWER BAR AND RESTAURANT (10)

Le restaurant du légendaire Sunset Tower Hotel est le spot préféré des stars d'Hollywood et des familles *hype*, ravis de venir dîner dans l'ancien appartement du célèbre gangster Bugsy Siegel. Très chic, la maison interdit les photos pour préserver le charme du lieu. À la carte italo-franco-californienne, les habitués commandent les tacos de homard, le filet mignon ou le Tower burger de viande ou végétal. Au bar, avec pour voisin Sean Penn ou Jack Nicholson, se dégustent des cocktails imaginés par la maître d'hôtel Gabé Doppelt, ancienne bras droit d'Anna Wintour... **8358 Sunset Boulevard, West Hollywood.** sunsettowerhotel.com

COMMENT CHOISIR/RÉSERVER

SON RESTAURANT À LOS ANGELES ?

Pour sélectionner le meilleur restaurant, les *Angelenos* ont à leur disposition plusieurs sites références, dont The Infatuation et LA Eater parmi les plus populaires. Le *Los Angeles Times*, ses chroniques et son classement annuel des 101 tables est une bible pour qui cherche l'adresse du moment. Enfin, dans la catégorie food truck, il faut télécharger les applications Roaming Hunger ou

Streetfoodfinder qui listent les camions de sortie. Pour réserver, pas la peine d'appeler. À L.A., la règle est simple : se rendre sur le site Internet du lieu sélectionné qui renvoie vers les deux principales plates-formes de réservation Opentable et Resy. Les locaux réservent très en amont, jusqu'à 2 ou 3 semaines pour les tables à la mode. Astuce de dernière minute : la place au comptoir, généralement peu demandée.



8



9



10



11



12



13



14

NOS CAFÉS ET BARS

Bar de quartier

ZINQUE VENICE (12)

Ouvert à toute heure de la journée et jusqu'à 2 h le week-end, Zinqué est le quartier général des habitants de Venice qui s'y donnent rendez-vous dès le petit déjeuner, se retrouvent dans le patio à l'heure du déjeuner, reviennent pour l'apéritif et le verre de rosé et poursuivent parfois jusqu'au dîner. Septième adresse du Français Emmanuel Dossetti, l'établissement ouvert fin 2021 sert planches de charcuterie, pizzas, lasagnes, tartines et ratatouille à partager, le tout accompagné d'une sélection de vins français, italiens et californiens. La maison tient aussi un concept-store intitulé À Côté où emporter couscous, paella et sandwiches jambon-beurre et retrouver produits d'épicerie et de décoration *made in France*.
1440 South Lincoln Boulevard, Venice. lezinque.com

Café et gourmandises

TARTINE BAKERY

Venu de San Francisco, le concept de Tartine – café, boulangerie et pâtisserie – compte 3 adresses à Los Angeles. Bondée à l'heure du café (dès 7 h) comme au déjeuner, la boutique de Silver Lake propose toute une gamme de gâteaux à faire saliver – brownies, cookies au gingembre et cakes à tous les goûts –, des pains de campagne



15

et viennoiseries. Réputée pour ses recettes de tartines salées (notamment celle aux champignons fumés), Tartine régale aussi avec sa sélection de salades et omelettes du jour. En dessert, le chou à la crème et la *banana cream pie* au coulis de chocolat et caramel rend dingue tout le quartier. Tartine sert également à toutes les heures et à toutes les sauces, cafés, chocolat chaud ou *chai latte*.
3921 Sunset Boulevard, Silver Lake. tartinebakery.com

Bar à cocktails

DEATH & CO (13)

D'abord sacré à Manhattan, dans le quartier d'East Village, le bar à cocktails Death & Co se dupliquait fin 2019 au cœur de Downtown, au sous-sol d'un immeuble scabreux. Derrière un rideau noir, une salle aux allures de sous-marin, à la lumière à peine tamisée, avec un long comptoir, quelques tables et box pour déguster entre amis la longue liste de cocktails maison, soit une sélection allant du « *frais au vivant, léger, liquoreux, intemporel ou élégant* », et passant de la recette ultracréative au classique revisité. La carte ajoute quelques plats à grignoter pour toutes les faims – depuis le bol de pop-corn jusqu'aux moules et au steak tartare.

818 East 3rd Street, Downtown. deathandcompany.com

Good vibes

BAR LIS (AU THOMPSON HOTEL) (14)

Ouvert à l'été 2021 en voisin du Mama Shelter, le Thompson Hotel (groupe Hyatt) inaugurerait, dans le calme, 174 chambres

et suites au style moderniste, l'ensemble étant coiffé d'un rooftop avec piscine panoramique et bar pour boire et danser. Inspiré par les années 60, B.B. Gainsbourg, Birkin et Saint-Tropez, le Bar Lis s'ouvre d'abord sur une place de village à la touche provençale prolongée d'un large salon où venir assister à quelques concerts privés et soirées thématiques. Rendez-vous incontournable, le mardi soir et ses soirées Jazz Eclectic LA fait découvrir une brochette de musiciens et de voix talentueux venus revisiter les standards de la pop, du bon rock et du jazz.

1541 Wilcox Avenue, Hollywood. barlisla.com

Rooftop

GRANDMASTER

RECORDERS (15 et 16)

Sur Hollywood Boulevard, voisin du disquaire culte Amoeba, Grandmaster Records fut le studio d'enregistrement de David Bowie, de Stevie Wonder, des Red Hot Chili Peppers et de Kanye West. Repris par le groupe Botanical, l'établissement réunit aujourd'hui le 71 Studio Bar au rez-de-chaussée, un restaurant à l'étage sous une charpente industrielle rouge vif où manger cru et italien, et un rooftop avec vue sur les collines d'Hollywood et le Capitol Records Building. En plein air, les clients, musiciens et artistes en nombre, commandent ici les cocktails à base de gin, spécialité du chef barman Milosz Cieslak, et trinquent à l'une des 2 000 bouteilles de vin proposées à la carte.

1518 North Cahuenga Boulevard, Hollywood. grandmasterrecorders.com



16

ARTS DISTRICT, QUARTIER ARTY

Situé à l'est de Downtown, l'Arts District fut longtemps occupé par des terres agricoles où les paysans cultivaient oranges et pamplemousses. Une activité qui entraîna le développement de lignes de chemin de fer, d'entrepôts, d'usines au début du xx^e siècle, et qui vit éclore le Terminal Market, l'un des plus grands marchés alimentaires de fruits et légumes du pays. Peu à peu repoussée en périphérie, l'activité industrielle de l'Arts District laissa place à une nouvelle génération d'habitants,

artistes en premier lieu, heureux de s'inviter dans un quartier aux loyers plus accessibles. Au début des années 80, le grand mouvement de gentrification commence alors et transforme anciens entrepôts et usines en lofts. Aujourd'hui, les cafés et restaurants à la mode – Bavel, Zinc Café, Verve, Maru – abondent. Les nouveaux concepts *food* surgissent à tous les coins de rue, comme les galeries d'art – Hauser & Wirth, Ghebaly Gallery et Mash Gallery – qui jouissent ici de surfaces idéales.



NOS BOUTIQUES

Concept-stores

PLATFORM (17)

Complexe à l'architecture préfabriquée posé au cœur de Culver City, Platform réunit la crème de la crème du shopping autour de plusieurs concept-stores, dont The Optimist, spécialisé dans le prêt-à-porter masculin, Teller, une nouvelle adresse au décor somptueux et qui décline les marques féminines Ganni, Sea et A.L.C., ou encore Broome General Store et sa sélection d'objets maison. Bien servi question cuisine, Platform aligne les enseignes à succès – les pizzas *made in Brooklyn* Roberta's, la brasserie et boulangerie Bianca, le concept de salades *healthy* Sweetgreen ou encore le restaurant Margot, coiffé du plus beau rooftop du quartier. De nombreux pop-up y ouvrent toute l'année – dernièrement la marque de bougies californienne Boy Smells – et attirent toute la communauté tech du quartier. Prévu pour 2022, un nouveau bâtiment aux allures de vaisseau amiral devrait venir étoffer l'offre autour d'une sélection de boutiques mode, décoration et maison.
8850 Washington Boulevard, Culver City.
platformlosangeles.com

Mode et design

ROW DTLA (18 et 19)

Occupant une partie du Terminal Mart de Los Angeles (ex-Alameda Square), l'un des plus gros marchés alimentaires du pays, et les anciens entrepôts d'American Apparel, le Row abrite aujourd'hui une trentaine de boutiques de mode (dont le concept-store Bodega, la marque coréenne Lvir ou le vestiaire mixte de Shades of Grey), des références du design (A+R), le fleuriste canadien Jean Pascal Florist, quelques restaurants et coffee-shops. Peu fréquenté en semaine, l'endroit vaut le détour le dimanche, jour où se déroule le traditionnel Smorgasburg, un marché en plein air qui réunit créateurs locaux et food trucks par dizaines.

777 South Alameda Street, Downtown.
rowdtla.com

Épicerie à la cool

WINE + EGGS (20)

Le quartier d'Atwater figure parmi les plus créatifs et les plus *healthy* du moment. C'est là que Monica Navarro vient d'ouvrir son nouveau concept, l'épicerie Wine + Eggs, entre un marchand de laits végétaux au curcuma, un guérisseur holistique et une salle de yoga bikram. Originaire de Pasa Robles, une ville réputée pour ses vignobles à mi-chemin entre San Francisco et Los Angeles, et déjà à la tête de l'excellent Wine and Rock Shop, à Joshua Tree, Monica a réuni ici « toutes les pépites de petits

producteurs, ceux qu'on ne voit pas dans les supermarchés, des vins qu'on cultive même dans le désert de Palm Springs, et tous attachés à la biodynamie ». Brillamment mis en scène par la designer Adi Goodrich, fondatrice du studio Sing-Sing, les casiers à bouteilles comme le reste du mobilier redonnent un coup de jeune au style de Le Corbusier – « une inspiration au bon vieux tabac ou à la boulangerie rétro française, associé à du vinyle au sol et quelques splashes de couleur ». Un décor « cool », dit une habituée, tout comme la sélection d'articles *very L.A.* Avis aux amateurs, on trouvera ici du maïs coloré, du beurre d'amandes au matcha, ou un tapis de bain en forme d'œufs sur le plat.

3219 1/2 Glendale Boulevard.
wineandeggs.com

Cabinet de curiosités

THE WINDOW

Dans ce secteur d'Hollywood où se concentrent les meilleures adresses de mobilier design et d'objets (Galerie Half, Object, Summer...), The Window tient une place à part, d'abord pour l'excellente scénographie proposée, chaque pièce étant présentée sur un podium individuel, et pour la sélection extravagante qui fait passer d'un fauteuil aux cornes d'élan à une chaise princière recyclée à base de cannettes de bière, fait découvrir des miroirs en coquillage, des sculptures

en bois surprises, d'autres en forme d'empreinte de pied géante ou de pince à linge XXL, des céramiques et vases de toutes les couleurs et toutes les matières... Tous les designers et architectes de Los Angeles se fournissent ici.

6825 Melrose Avenue, Hollywood. thewindowla.com

NOTRE MUSÉE

Musée du cinéma

L'ACADEMY MUSEUM OF MOTION PICTURES (21)

Très attendue, l'ouverture du « musée des Oscar » dévoilait l'architecture spectaculaire du designer italien Renzo Piano, soit un bâtiment de 3 étages connecté à une sphère géante logeant un théâtre de 6 000 places et un rooftop consacré aux événements privés. Les expositions permanentes décortiquent les chefs-d'œuvre du cinéma – ceux d'Almodóvar ou de Miyazaki –, dévoilent les coulisses du 7^e art, la technique, les costumes, et reviennent sur les grands moments des cérémonies. Pour un supplément de 15 \$, il est possible de jouer les stars oscarisées avec vidéo à la clé. Le restaurant Fanny's, dirigé par le chef franco-belge Raphaël François et illustré des dessins de Konstantin Kakanias, est une aubaine au déjeuner, et la boutique du musée fait repartir avec un Oscar en Lego, la bande-originale des films *Jackie Brown* ou *Call Me by Your Name*, ou le tee-shirt à l'effigie de Bruce Lee.

6067 Wilshire Boulevard, Miracle Mile.

academymuseum.org



23

ET AUSSI...

Avec peu de jours de vacances dans l'année, les *Angelenos* profitent du week-end pour fuir le trafic et s'accorder un moment de détente et de ressourcement complet.

Virée dans le désert

PARC NATIONAL DE JOSHUA TREE (22)

Il faut compter 2 h 30 en voiture pour rejoindre ce parc national, au sud-est de Los Angeles. Reconnaissable à ses arbres de Josué – ceux qui figurent sur l'album de U2 sorti en 1987 –, ce parc protégé peut se parcourir en voiture, en 4x4 ou même à pied, le prix d'entrée étant fixé à 30 \$ par véhicule et 15 \$ par piéton. À l'intérieur, de multiples sentiers de randonnées permettent d'admirer les paysages et la flore désertique – le Cholla Cactus Garden et ses cactus touffus ou le Skull Rock Trail et son rocher en forme de tête de mort –, d'escalader des formations rocheuses de toute taille, et d'assister aux plus beaux couchers de soleil. Des espaces de camping sont aménagés pour planter sa tente.

nps.gov

Rétro trip

PALM SPRINGS (23)

Réputée pour sa vie douce, ses hôtels design, ses golfs, ses palmiers, son soleil et ses spas, Palm Springs vaut surtout pour la beauté de son architecture *mid-century modern*. Au cœur du désert de Sonora, la station attire depuis les années 1920 les célébrités, ravies de fuir l'effervescence d'Hollywood. La jeune garde des architectes californiens – Richard Neutra,



21



22

Albert Frey, Donald Wexler... – suit le mouvement et trouve les espaces rêvés pour construire villas et maisons pensées pour les stars. Parmi les plus célèbres : Twin Palms, l'adresse de Frank Sinatra, l'Elvis Honeymoon Hideaway, ou encore l'Elrod House, décor du James Bond *Les diamants sont éternels*. Chaque année, Palm Springs organise le festival Modernism Week, 11 jours pour découvrir les plus belles maisons de la région.

modernismweek.com

Randonnées et méditation

OJAI

À 1 h 30 de Los Angeles, à l'est de Santa Barbara, Ojai est devenu le paradis des artistes, des sportifs et des âmes spirituelles à la recherche de nature et de tranquillité. Au cœur d'une vallée magique, cette petite ville habitée à l'origine par une tribu d'Indiens (les Chumash) charme par son architecture de type colonial espagnol. Les *Angelenos* et touristes viennent ici pour s'adonner à la randonnée à pied

ou à cheval et au yoga, assister au « Pink Moment » (l'instant où les montagnes se parent de rose avant le coucher de soleil), méditer, réserver un spa, jouer au tennis, déguster le vin local...

ojaivisitors.com

Destination bohème TOPANGA CANYON

Dans les montagnes de Santa Monica, à une demi-heure de Downtown, Topanga tient son nom des Amérindiens qui occupaient autrefois la région. Une terre adorée des hippies devenue la destination bohème des *Angelenos*, qui profitent ici des randonnées à pied et à cheval au sein du Topanga State Park et des vues sensationnelles sur l'océan et Santa Monica. Pour tout connaître du coin, il faut passer chez Hidden Treasures Vintage, boutique loufoque de seconde main, jeter un œil à Spiral Store, librairie ésotérique, prendre un verre à l'Inn of the Seventh Ray et sa terrasse panoramique. Chaque année, le festival Topanga Days célèbre nature et musique (les 28, 29 et 30 mai 2022).