



**HAL**  
open science

## Néolibéralisme, mondialisation de l'industrie du jeu et création d'espace urbain.

Salvador Anton Clave, Nacima Baron-Yelles

### ► To cite this version:

Salvador Anton Clave, Nacima Baron-Yelles. Néolibéralisme, mondialisation de l'industrie du jeu et création d'espace urbain. : Réflexion à partir de la stratégie globale de Las Vegas Sands Corporation. Narrations touristiques et fabriques des territoires Quand tourisme, loisir et consommation réécrivent la ville, L'oeil d'or, 2015, Narrations touristiques et fabriques des territoires Quand tourisme, loisir et consommation réécrivent la ville. hal-01154988

**HAL Id: hal-01154988**

**<https://hal.science/hal-01154988>**

Submitted on 25 May 2015

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Néolibéralisme, mondialisation de l'industrie du jeu et création d'espace urbain. Réflexion à partir de la stratégie globale de Las Vegas Sands Corporation.

Salvador Anton Clavé. *Universitat Rovira i Virgili*

Nacima Baron. *Université de Paris Est*

Las Vegas Sands Corporation est l'une des principales sociétés nord-américaines dans le secteur du jeu, des conventions, de l'hôtellerie et du divertissement. Elle s'est développée ces dix dernières années à Macao et à Singapour, en répliquant un modèle de *resort* sur tout le front asiatique qui entoure la Chine (LVS, 2012, 2013a). A travers l'analyse de l'expansion globale de cette compagnie, l'objectif de ce chapitre est double : d'un côté, étudier le processus de mondialisation du divertissement consumériste (et, notamment, du jeu); de l'autre côté, analyser son modèle d'insertion territoriale. On illustre ces deux points en s'appuyant sur l'annonce de l'abandon (faite en décembre 2013) d'un seul projet que Las Vegas Sands Corporation avait conçu pour l'Europe, et qui était prévu à Madrid.

## 1. La ville et les dynamiques territoriales du loisir

Au cours de la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle, le loisir est devenu un produit de consommation et, conséquemment, un objet de production et de commercialisation entièrement intégré au fonctionnement du capitalisme (Rifkin, 2000). Ce processus n'est pas étranger à l'émergence de grandes corporations dans le secteur du divertissement, du loisir et du tourisme. En effet des sociétés multinationales produisent, commercialisent et diffusent globalement des expériences culturelles, des spectacles de masse ayant une vocation hégémonique qui concurrencent le loisir non commercial. Hillary Clinton elle-même a reconnu et dénoncé, à la fin du XX<sup>e</sup> siècle, la culture nord-américaine de divertissement et l'exportation des produits de consommation comme un agent de destruction culturelle majeur (Holt et Schor, 2000, p. vii).

Ce produit de loisir est consommé dans des lieux singuliers. Sharon Zukin (1991) écrit que le loisir commercial a créé une forme d'investissement qui doit faire appel à la multiplication et la réplique d'installations spécifiques destinées à la reproduction et la consommation d'expériences de divertissement associées à la mobilité touristique. De son côté Britton (1991), dans la lignée des interprétations marxistes sur le loisir, explique que celui-ci est une conséquence de l'organisation productive du système capitaliste, dans la mesure où il permet la récupération de la force de travail, mais que le loisir crée à son tour une nouvelle division sociale du travail et fournit de nouveaux paysages sociaux et urbains. Ces paysages, ce sont les complexes de loisir, qui sont devenus des éléments de ce que Lefebvre (1973) nomme « le deuxième circuit du capital », c'est-à-dire de l'investissement immobilier, du développement urbain et des nouvelles élites sociales et économiques (Gottdiener *et al.*, 1999). Enfin, pour Debord (1967), les lieux du loisir marchand sont caractéristiques de la société capitaliste renouvelée où le spectacle est un pur instrument de domination. Toujours en France, et notamment à propos de l'installation de la firme Disney, la critique sociale avec par exemple Ariès (2002, p. 24) a produit de nombreux commentaires :

Disney « est devenu avec McDonald's, IBM, Microsoft et Monsanto l'un des symboles les plus importants de la mondialisation capitaliste en marche ».

Cependant, ces lieux et ces produits trouvent incontestablement un marché. Selon d'Hauterive (1997), le capital investi dans la production de formes culturelles est devenu une ressource pour l'accumulation nettement plus rentable que d'autres secteurs, car les sociétés contemporaines construisent et consomment continuellement des icônes et des symboles à travers les médias de masses. Les corporations de loisir, de leur côté, spatialisent les formes et les contenus de cette culture populaire et médiatique à travers des « cathédrales de la consommation » où, selon Ritzer (1999), se pratique la « religion des consommateurs ». Si certains auteurs considèrent ces lieux, ou ces « enclaves » comme a-spatiales et a-historiques, elles s'inscrivent pourtant très concrètement dans les paysages urbains. Et même, si l'on suit Castells (1998), on peut considérer qu'elles modifient en profondeur le territoire et la société locale, puisqu'elles ont la capacité de transformer les trois piliers de base sur lesquels une société s'appuie : la manière de produire, la manière de vivre et les formes d'organisation collective et de gouvernement.

« Enclaves » ou « non-lieux », le développement de complexes de loisir redéfinit l'espace social (Sorkin, 1992) car en général ces lieux n'ont aucune relation avec l'espace géographique et social où ils sont construits. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle leur emplacement préférentiel se situe dans le périurbain (Lazzarotti, 1995). Les compagnies de loisir recherchent aussi dans le milieu périurbain, comme le souligne Barrado (1999) « ses caractéristiques d'endroit inachevé, en procès de conformation, sans identités et références claires pour les habitants de la métropole, et encore libre des inerties et des contrôles socio-spatiaux lourds des milieux urbains consolidés ». Mais, quelques années ou décennies après l'implantation de ces enclaves de loisirs, les milieux d'accueil passent de secteurs peu connus et peu structurés du point de vue territorial à des territoires attractifs et animés. C'est « l'effet Disney » dont parle Zukin (1995) pour le cas d'Orlando, cas que l'on pourrait aisément comparer avec le cas de l'est parisien sous l'effet de Disneyland Paris.

L'impact territorial des espaces de loisirs est donc une réalité, comme le montre la photographie 1. La littérature scientifique montre que les sociétés de loisir influencent profondément les processus de construction sociale de l'espace urbain, mais selon des processus complexes, et non exempts de tensions, à tel point que parfois la population s'oppose quelquefois au projet malgré les impacts réels qu'ont ces complexes en termes d'activité économique et d'emploi. Au-delà des parcs et des zones résidentielles qui leur sont souvent associées (Baron-Yellès et Anton Clavé, 2014), le développement territorial de ces complexes de loisir conduit aussi à l'apparition de tissus urbains diversifiés, comprenant des centres commerciaux, des hôtels, des casinos et des zones de divertissement, et même des zones industrielles et logistiques... avec une telle complexité, un tel enchevêtrement que les administrations publiques ont souvent de grandes difficultés à définir des modes de régulation de ces grands projets. Souvent, l'entreprise de divertissement prend en charge le développement du parc et de ses abords et effectue une planification spatiale spécifique, à moins que, quand les autorités gardent un niveau d'intervention plus fort, des organismes de gestion à caractère mixte ne soient créés. Dans les deux cas, les sociétés privées de loisir acquièrent de toute façon un rôle important dans la définition du modèle territorial et urbain des espaces où ces complexes sont construits.

Ces considérations générales étant faites, nous précisons maintenant les acteurs et les dynamiques économiques et urbaines d'un secteur moins étudié que les autres dans la littérature critique sur le loisir urbain, à savoir les entreprises internationales de jeu et de casino.

## 2. La globalisation de l'industrie du jeu

Chacun a entendu parler de Las Vegas et identifie le monde des casinos à cette ville fétiche. Pourtant, nous montrons dans cette partie à quel point, au cours des dernières décennies, l'industrie des casinos est sortie de sa matrice nord-américaine et s'est internationalisée. Aux États-Unis, ce processus a démarré par la concentration du marché autour de quelques opérateurs au tournant des années 2000. Le marché a lui aussi évolué, il est plus « mature » et s'adapte à des changements réglementaires (émergence de casinos d'importance régionale dans les réserves tribales). Les quelques grands opérateurs qui dominent le marché américain se tournent alors vers l'Asie et le Pacifique, et abordent d'emblée un petit nombre de destinations, avant que la croissance de la demande chinoise ne multiplie les sites cibles. Au même moment, en Europe, même sans bénéficier d'un marché aussi mature, l'offre de casinos est aussi en restructuration. Néanmoins, le marché est beaucoup plus atone, du fait de facteurs plus défavorables : en termes de peuplement, les agglomérations présentent souvent un potentiel de population trop restreint, et en terme de modèles culturels de consommation, le jeu n'est pas toujours aussi populaire. Enfin, le profil socio-économique des pays européens ne présente pas d'aussi grandes différences dans la distribution des revenus et les conditions réglementaires sont plus restrictives, même si elles se sont assouplies récemment.

L'expansion de l'industrie des casinos à l'échelle globale est également liée à la transformation de cet objet. Depuis les années 1960, date de leur fantastique essor à Las Vegas (sous l'effet de la Nevada Gaming Commission en 1959), les casinos étaient conçus et gérés simplement comme des espaces de divertissement. Mais ils se transforment, s'agrandissent continuellement, et on voit apparaître un nouveau concept de casino entendu comme unité d'affaires intégrée dans un espace touristique et de divertissement plus complexe (Denton et Morris, 2002). A Las Vegas, la libéralisation du jeu entraîne une croissance urbaine fulgurante (64 405 habitants en 1960, plus d'un million à la fin de la décennie de 1980) (voir Davis, 2002).

Si Las Vegas reste la principale destination mondiale de jeu pendant la deuxième moitié du XX<sup>e</sup> siècle, son poids décline désormais. En 2011, selon Travel and Gamble (2012), Las Vegas « pesait » 6,07 milliards de US\$ et l'industrie du jeu à Macao (seule ville chinoise dans laquelle le jeu est autorisé), représentait 26,8 milliards de US\$. La Sociedade do Jogos de Macau (SJM), qui possédait la concession administrative pendant la période de la domination portugaise, a perdu le monopole, et elle côtoie désormais des firmes comme Las Vegas Sands, Wynn Resorts, Galaxy Casino Company, MGM Grand Paradise, Melco International Development Ltd., Publishing & Broadcasting Ltd. de Australia. L'activité de jeu à Macao a donc connu une croissance quasi explosive, quadruplant son chiffre d'affaire depuis 2006. De manière aussi violente que dans le golfe persique avec Dubaï, Macao s'impose comme une nouvelle marque de référence de l'hypercapitalisme de consommation, ce que Trotsky appelait la « dialectique du développement inégal et combiné » (Davis, 2007).

Il convient de préciser le panorama économique du secteur en rappelant que la plus ancienne des entreprises de jeu, SJM Holdings Ltd, hier unique concessionnaire, est devenue la plus grande entreprise de casinos du monde, avec des revenus de 9,7 milliards de US\$ en 2011 (voir Tableau 1). Las Vegas Sands Corporation arrive au deuxième rang mondial, et présente un chiffre d'affaire également croissant (de 1,7 milliards en 2006 à 7,5 milliards de US\$ en 2011). Présent à Macao, à Singapour et aux États-Unis, Las Vegas Sands représente la seule vraie compagnie de jeu transnationale. La troisième société mondiale en volume de revenus est Caesars Entertainment. Cette dernière a connu une chute de 7,7 à 6,2 milliards de US\$ de revenus entre 2006 et 2011, car elle n'est pas implantée en Asie (Travel and Gamble, 2012).

**TABLEAU 1 Les grandes compagnies de l'industrie du jeu dans le monde**

Rang mondial	Nom de la société de jeu	Chiffre d'affaire 2011	Localisation
		En milliards de \$	
1	SJM Holdings Ltd	9,7	Macao
2	Las Vegas Sands Corporation	7,5	Las Vegas, Macao, Singapour
3	Caesars Entertainment	6,2	Nombreuses villes aux Etats-Unis

Source Travel and Gamble, 2012.

L'affirmation internationale de Macao n'est sans doute qu'un avant-goût de l'importance à venir de l'Asie sur ce type de marché. Certes, les États-Unis ont commencé la décennie de 2010 en étant le principal marché mondial du jeu, avec des revenus totaux en 2010 de 57,5 milliards de US\$ face aux 34,3 de la région asiatique pour la même année selon PwC(2011). Mais les tendances observables montrent un fort rattrapage asiatique depuis 2010 et d'ici 2015, la croissance annuelle prévue aux États-Unis est estimée à 5 % contre 18,3 % en Asie. Toujours selon PwC, les revenus du jeu en Asie atteindront les 79,3 milliards de US\$ en 2015 (ce qui correspondra à 43,4 % des revenus totaux des casinos du monde), grâce à la demande de la classe moyenne chinoise et aux marchés japonais, coréen et philippin. D'ailleurs, de nouvelles constructions de casinos (sur le modèle des hôtels-casinos intégrés comme à Las Vegas) sont prévues prochainement au Vietnam, en Corée du Sud, en Thaïlande, aux Philippines.

Il est clair que ce basculement géographique découle d'une adaptation des grandes sociétés américaines à la stabilisation de leur demande interne. Les compagnies les plus actives ont récemment tiré profit de l'ouverture de Macao pour relocaliser leurs investissements et concurrencer frontalement les sociétés asiatiques sur leur terrain. La taille gigantesque du marché asiatique favorise l'amélioration substantielle de leurs résultats. D'ici peu, il est clair que le marché chinois deviendra émetteur, et que des joueurs « initiés » au jeu à Macao fréquenteront des destinations proches. Les 10 premières destinations internationales de la Chine comme pays émetteur en 2012 sont Hong-Kong, Macao, la Corée du Sud, la Thaïlande, Taïwan, Singapour, le Japon, le Vietnam et la Malaisie, en plus des États-Unis à la septième place(Grant, 2013).

En regard de cette dynamique, l'industrie des casinos en Europe connaît une croissance beaucoup plus faible. Elle ne représente que 16,3 milliards de US\$ en 2010 et se développe très doucement(2,4 % par an)(PwC, 2011). L'activité est assez strictement régulée (du fait de taux d'imposition élevés et de lois contraignantes comme l'interdiction de fumer). En outre, les établissements sont plus petits et très dispersés avec, par exemple, près de 290 casinos en France ou plus de 140 en Grande-Bretagne. Ces établissements sont donc faiblement productifs. En 2009, les 430 casinos français et britanniques produisaient un tiers des revenus des 33 casinos qui existaient à ce moment-là à Macao. Tout cela dessine une séparation très nette pour l'industrie du jeu entre le terrain de croissance asiatique, propice aux grands complexes, et le cadre européen, dans lequel ces projets sont très rares.

La presse européenne se fait pourtant l'écho, depuis plusieurs années, de la création potentielle d'une destination de jeu globale en Europe. Depuis 2011, c'est la compagnie Las Vegas

Sands Corporation qui alimente la rumeur. Elle a contacté les autorités de la région de Madrid et le gouvernement espagnol, et même commencé à négocier son implantation, en cherchant, dans une conjoncture économique très difficile pour ce pays, à s'assurer ce que Harvey appelle « des revenus de monopole » (Harvey, 2001). Et puis brusquement, en décembre 2013, la société annonce l'abandon du projet. Comment expliquer ce retournement, et, d'abord, pourquoi le choix de l'Espagne ?

### 3/ Las Vegas Sands en Espagne : mirages et réalités

Cette tentative d'implantation en Espagne s'explique facilement si on la resitue dans la stratégie de déploiement global de Las Vegas Sands Corporation. La compagnie possède déjà des propriétés à Las Vegas (les hôtels-casinos Sands Expo et Venetian/Palazzo, ouverts en 1990, mais aussi The Venetian ouvert en 1997 et The Palazzo en 2007) et à Macao (le Sands Macao depuis 2004). Elle gère aussi depuis 2009 le Sands Bethlehem en Pennsylvanie, date à partir de laquelle elle s'est aussi implantée à Singapour. Le dernier gros investissement de Las Vegas Sands Corporation est l'ouverture du Sands Cotai Central de Macao en 2012. Ce dernier regroupe plusieurs très grands hôtels (Conrad, Sheraton et Holiday Inn, soit 5 723 chambres) et va être encore agrandi : d'ici 2015 s'y adjoindra The Parisian Macao (un projet estimé à 2,7 milliards de US\$, avec plus de 3 000 chambres et un centre commercial, une réplique à l'échelle 1:2 de la Tour Eiffel, un centre de conventions ...) et le St. Regis Macao (439 chambres). Ainsi, d'ici 2017, la compagnie Las Vegas Sands prévoit de gérer 12 726 chambres d'hôtels à Macao, ce qui représentera 45 % des chambres des opérateurs de casinos et 35 % des chambres des hôtels de cette destination (voir LVS, 2013a, 2013b).

Le renforcement de la destination de Macao s'inscrit bien dans la stratégie de bascule des compagnies de jeu américaines vers l'Asie. Parti du jeu d'argent, Las Vegas Sands Corporation accélère ainsi sa conversion vers le métier de développeur de *resorts* intégrés et « positionne son business-model afin de bénéficier des meilleures opportunités mondiales » (LVS, 2013b, p. 20). En outre, la société cherche à placer des actifs du Japon à la Corée du Sud, du Vietnam à Singapour, des États-Unis au Brésil. (PwC, 2011). C'est dans ce contexte que l'entreprise apparaît sur le territoire espagnol, laissant au départ planer le doute sur une localisation madrilène, ou bien dans la banlieue de Barcelone (voir Tableau 2).

Le projet de Las Vegas Sands Corporation à Madrid (voir la chronologie du projet) était censé occuper 750 hectares dans la commune d'Alcorcón, au sud de Madrid, cette vaste parcelle appartenant au promoteur Metrovacesa, au ministère de la Défense et à plusieurs propriétaires privés. Le plan initial prévoyait 12 hôtels (de 140 mètres de haut, soit 3 000 chambres et plus), 6 casinos, 3 terrains de golf et 4 courts de tennis, des centres commerciaux, des centres de conventions et de réunions d'une capacité de 15 000 personnes, des *outlets*, des restaurants, des centres sportifs (dont un pavillon pouvant accueillir 20 000 personnes), des spas, 9 théâtres, un complexe dédié au cirque, des zones destinées au tourisme familial et un jardin botanique. La première phase de l'implantation devait être caractérisée par la construction des tours gratte-ciels parmi les plus élevées d'Europe. L'hôtel principal devait être l'icône du complexe. Baptisé « The M », car son dessin architectural aurait eu la forme d'un M, ce gratte-ciel devait être le premier de la catégorie *supertall* en Espagne, avec 72 étages et environ 300 mètres de hauteur. Il était en outre prévu que le complexe inclurait une récréation de Times Square. La première phase de ce projet devait voir le jour en 2017.

Largement relayé par les médias, ce projet démesuré a tourné court, et son échec repose sur une série de facteurs que l'accès au rapport d'activité de l'entreprise au troisième trimestre

2013 (LVS, 2013b, p. 35) a permis de comprendre. Si on se place du côté de l'entreprise, les conditions posées par la compagnie n'ont pas été remplies. Ces conditions étaient :

1. Premièrement les administrations locale, régionale et nationale et même l'Union Européenne devaient produire des accords officiels autorisant l'entrée de l'entreprise sur le territoire.
2. Deuxièmement, le gouvernement de la Communauté de Madrid devait lancer un appel d'offres pour attribuer le projet à Las Vegas Sands Corporation.
3. Troisièmement, un emplacement spécifique devait être accordé à l'entreprise (le site d'Alcorcón).
4. Quatrièmement, les autorités et l'entreprise devaient s'entendre sur la dimension et la portée de la première phase du *master plan*.
5. Cinquièmement, il fallait terminer le tour de table financier.
6. Finalement, la société devait acquérir les terrains.

Le rapport souligne que « l'investissement est assujéti à l'approbation du gouvernement et à l'obtention des aides et des incitations fiscales » pour sa construction. Les demandes de l'entreprise auprès des administrations ne se limitaient d'ailleurs pas à ces points officiels. Une recherche plus large, dans les articles de presse et les sites internet, a permis de faire apparaître des conditions officieuses qui n'ont jamais été confirmées ni démenties :

- la réforme du statut des travailleurs (*Estatuto de los Trabajadores*) ;
- des modifications de la loi sur les étrangers (*Leyde Extranjería*) ;
- deux ans d'exemption presque totale du paiement des quotas à la Sécurité sociale et des taxes de l'état, régionales et locales ;
- demande de garantie étatique d'un prêt de plus de 25 millions que Las Vegas Sands Corporation demanderait à la Banque Européenne d'Investissement ;
- des avantages fiscaux pendant dix ans ;
- l'accès aux casinos des mineurs et des personnes ayant des addictions ;
- la permission de fumer dans les casinos ;
- des changements dans la loi de prévention de blanchiment de capitaux.

Après des mois de négociation, les dirigeants de Las Vegas Sands annoncent le 13 décembre 2013 que « après des mois de discussions avec divers interlocuteurs du gouvernement espagnol, au cours desquelles Las Vegas SandsCorp avait fait une proposition formelle pour investir plus de 30 milliards de \$, l'Espagne n'a pas souhaité accompagner l'entreprise ». Ce communiqué est complété par une expression de la main de ShelsonAdelson: « Cela fait des années que j'avais l'idée de développer des *resorts* intégrés en Europe, mais il y a un temps et une place pour chaque chose et en ce moment notre volonté est d'encourager les pays asiatiques comme le Japon et la Corée à améliorer leur offre touristique en y développant des *resorts* intégrés » (LVS, 2013c).

## **TABLEAU 2. Chronologie du projet de Las Vegas Sands à Madrid**

- |   |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 2 novembre 2011.- Le ministre de l'Industrie, Miguel Sebastián, et le vice-président du Gouvernement de la Communauté de Madrid, Ignacio González, confirment qu'ils négocient avec Sheldon Adelson la viabilité d'une "grande ville" de congrès et de loisirs dans les environs de Madrid.</li> <li>• 21 février 2012.-Le président de la Catalogne, Artur Mas, reçoit le magnat des casinos pour analyser la viabilité du projet près de Barcelone. Le même jour, la présidente Esperanza</li> </ul> |
|---|

Aguirre (Madrid) rappelle que dans les six dernières années elle s'est aussi réunie avec l'entrepreneur "plus de cinq fois".

- 12 mars 2012. – Plusieurs associations créent la plate-forme **Eurovegas No**.
- 26 mars 2012. - La réunion plénière de la municipalité d'Alcorcón donne son appui au projet, avec les votes du PP, en face du parti socialiste espagnol et de IU, et l'abstention de UPyD et du conseiller des Verts.
- 27 avril 2012. - Le maire de Barcelone, Xavier Trias, affirme avoir des doutes sur la cohérence du projet par rapport au modèle de culture, de connaissance et de recherche du Plan Stratégique Métropolitain pour la ville de Barcelone.
- 7 septembre 2012. - Las Vegas Sands annonce le choix de Madrid comme « localisation préférentielle ».
- 8 février 2013. Las Vegas Sands choisit la commune d'Alcorcón pour construire le projet.
- 25 juillet 2013. Las Vegas Sands rend public le projet de mégacasino et fournit des données chiffrées.
- 17 septembre 2013. Le ministre du tourisme, José Manuel Soria, conditionne l'acceptation de ce projet à l'existence d'un financement de la part de son promoteur.
- 25 septembre 2013. Las Vegas Sands déclare qu'un type de projet comme Eurovegas nécessite un cadre légal « qui ne change pas dans le temps ».
- 17 octobre 2013. Las Vegas Sands énonce les 6 conditions indispensables à la rentabilité de ce projet.
- 13 décembre 2013. Le gouvernement refuse les conditions de l'entreprise, qui rend public son abandon du projet.

Les raisons du retrait de Las Vegas Sands Corporation sont plurielles. Elles ne sont pas uniquement liées, comme l'entreprise aurait voulu le faire croire, au refus des autorités espagnoles et européennes face aux conditions de l'entreprise. La principale explication est d'abord liée au souhait de la compagnie de poursuivre et même d'accentuer son expansion en Asie, notamment au Japon, où le gouvernement a récemment légalisé les casinos. Las Vegas Sands prépare intensivement son installation sur ce marché dont les retombées sont évaluées entre 8 et 11 milliards de US\$ dès la première année. Ensuite, ce retrait est lié à l'hostilité locale, que l'entreprise a bien perçue et qui a été amplement médiatisée. Plusieurs associations hostiles à Las Vegas Sands sont en effet regroupées dès mars 2012 au sein de la plate-forme *Eurovegas No* ont eu une forte influence en Espagne. Le collectif a développé des arguments environnementaux et sociaux et suscité les termes d'un débat dans plusieurs grands médias sur le modèle économique induit par un projet de ce type. Le slogan développé par *Eurovegas No*, était que « la cession de droits sociaux et économiques ne va pas résoudre la crise ». Finalement, le contexte de crise économique, sur lequel le dirigeant de Las Vegas Sands comptait peut-être pour faire plier les autorités, en abaissant le coût du travail, n'a rien arrangé, et a même constitué peut-être un rempart inattendu. La crise a tellement pesé sur les finances des collectivités locales et nationales que celles-ci n'ont pu accompagner le projet comme l'attendait son dirigeant.

Avec davantage de recul critique, et en se référant à Harvey (2001), on peut tirer de cette étude de cas une analyse intéressante. Le projet de Las Vegas Sands pour Madrid est à comprendre comme la volonté d'une entreprise d'établir un monopole local. Sheldon Adelson voulait, selon ses propres termes, se positionner « à l'endroit et au moment propice pour triompher sur la



concurrence » (p. 427). En même temps, il recherchait un site assurant un retour sur investissement d'« au moins » 20 %.

Si le projet est ajourné, il existe actuellement (fin 2013) en Espagne un autre projet en phase d'étude, de dimensions plus réduites, porté par la société Veremonte. Ce dernier projet, localisé au sud de Barcelone, non loin du parc thématique Port Aventura, est appelé BCNWorld et doit compter 6 casinos-hôtel avec un centre commercial et d'autres divertissements thématiques. Cette localisation fait sens, parce que Port Aventura est l'unique parc de loisirs rentable en Espagne (après 15 ans de fonctionnement, le site accueille plus de 3,5 millions de visiteurs par an). Ces casinos-hôtels et les golfs sont censés occuper une parcelle qui était déjà planifiée pour un développement éventuel et renforcer l'attractivité des 2 000 chambres d'hôtels, du centre de conventions et du parc aquatique existant. Même si ce projet semble moins mégalomane que le précédent, il conserve encore beaucoup d'inconnues. Qu'il réussisse finalement ou non à se concrétiser est sans doute moins important, pour nous chercheurs, que de chercher à bien comprendre ce que ces projets signifient réellement du point de vue du regard sur l'espace urbain, sur la société et sur l'état de l'économie contemporaine. C'est ce à quoi on s'efforce dans cette mise en perspective conclusive.

#### **4/ Industrie du divertissement et construction sociale de l'espace urbain : les leçons d'Eurovegas**

Deux points ont été explicités dans cette démonstration : d'un côté, l'abandon du projet de Las Vegas Sands Corporation en Europe, de l'autre, comme en contrepoint, la forte croissance mondiale de l'industrie du jeu. Cette antinomie apparente permet d'éclairer quelques enjeux forts de notre époque. Le premier enjeu est de saisir la part des grands opérateurs de divertissement prise dans le processus de construction sociale de l'espace urbain. Le second enjeu est de deviner comment, grâce à l'asymétrie du pouvoir existant entre ces opérateurs globaux et les administrations publiques à différentes échelles, le néolibéralisme dominant essaye de créer de nouveaux lieux de l'accumulation du capital (voir dans ce même sens, la dynamique portée par les corporations touristiques espagnoles aux Caraïbes et en Amérique Centrale, Blázquez *et al.*, , 2011). Enfin, le troisième enjeu consiste à voir comment les tendances de consommation globale stimulées par quelques corporations favorisent la conversion matérielle et symbolique des villes de la sphère de la production à la sphère de la commercialisation d'expériences, en unissant des dynamiques d'hypercroissance urbaine et de reproduction d'espaces de fantaisie, **ce que montre la photographie n° 2** (Hannigan, 1998).

La première réponse transversale que l'on peut faire, face à tous ces enjeux, est de remettre le phénomène actuel dans sa temporalité historique. Le capitalisme du loisir n'est bien sûr pas neuf. L'Exposition universelle de Chicago, dès 1893, a prouvé l'existence d'une immense demande sociale de divertissement, de jeu et de fête urbaine (Nye, 1981, p. 65). À partir des premières années du XX<sup>e</sup> siècle, des sociétés de chemins de fer et de tramways, des entreprises productrices de bières, des entrepreneurs locaux de tous types sont entrés dans ce que certains observateurs de l'époque ont dénommé l'hystérie des parcs d'attractions. Entre ce moment-là et aujourd'hui, les activités de loisir qui se produisaient auparavant dans les espaces publics se sont déplacées dans des espaces privés et sont devenues une marchandise à la vente (Rifkin, 2000). Ainsi, les places et les rues, qui étaient des espaces pour la sociabilité et la vie collective, ont été concurrencées par les centres commerciaux, les parcs d'activités, les casinos ou, par extension, les complexes de loisir. Tous ces lieux sont valorisés du point de vue de la dynamique capitaliste dominante, car ils permettent la mise en place de politiques urbaines efficaces, ils favorisent les

stratégies de croissance économique et ils déplacent les coûts du développement vers ceux qui se trouvent ou qui vivent à proximité (Floglesong, 1999).

La seconde réponse transversale aux enjeux précités souligne la généralisation géographique, la globalisation inexorable de ce mouvement déjà ancien. Partout dans les grandes villes du monde, on assiste à la disparition des biens et espaces publics, et, en guide de politique de planification métropolitaine, on assiste à l'émergence de centres commerciaux, de *gated communities* et de parcs à thème (Adham, 2005). Hors de la vieille Europe, un projet comme celui de Las Vegas Sands Corporation a donc souvent bonne presse, il offre une perspective d'investissement sur le long terme, puisqu'il faudra le moderniser périodiquement pour assurer sa rentabilité. En outre, il valorise le capital symbolique du lieu où il s'implante, développe ses qualités distinctives, même si cela se produit, paradoxalement, grâce à un acteur multinational homogénéisateur.

La troisième piste de réflexion que nous proposons est de regarder en face et de prendre un peu au sérieux – spatialement parlant - ces mirages urbains. C'est Pélégrin-Genel (2010, p. 137) qui soutient que l'« on quitte Las Vegas [la ville réelle, dans ce cas] avec soulagement et on espère que Bruce Bégout [écrit dans *Zéropolis* (Bégout, 2002)] se trompe quand il dit que « Las Vegas n'est rien d'autre que notre horizon urbain. Une préfiguration de notre avenir ». Il est intéressant de noter le mouvement actuel de dépassement du concept d'hôtel-casino et l'invention, sous nos yeux, d'un nouveau modèle de *resort* très générique, toujours de haute taille, fait de matériaux luxueux, toujours plus ou moins référencé à Las Vegas et à ce qu'Ortiz (1994) nomme la « culture internationale-populaire » (García Canclini, 1995). Il est important de comprendre que ces projets influencent fortement la manière de produire les villes, et ce pour deux raisons. D'abord, ils sont censés faire accéder la ville qui l'entoure à un « statut transnational ». Ensuite, ils servent d'objets urbains très structurants et avec leurs qualités architecturales, paysagères et scéniques, fournissent du capital symbolique pour des villes en mutation. Mais au-delà de la séduction du thème, de l'exclusivité et de la technologie, l'érection de ces temples modernes du jeu est aussi un indice de la profonde modification de l'ordre politique et social des grandes cités d'aujourd'hui.

La croissance de ces chimères urbaines est-elle imparable ? Malgré la soi-disant hégémonie de la culture mondialisée, « la globalisation n'est un phénomène ni monolithique, ni inévitable. Elle possède des influences diversifiées selon les pays, les secteurs de la société, et selon l'époque. [...] On doit aussi prendre en compte la part des intérêts et des résistances qui lui donnent forme » (Guillén, 2001, p. 255). En suivant cet auteur, on peut analyser l'abandon du projet de Las Vegas Sands comme une expression de la négociation asymétrique, si fréquente dans la dynamique néolibérale actuelle, entre des gouvernements et des entreprises. Et on peut montrer que le local, ici comme ailleurs, malgré sa faiblesse stratégique, peut peser dans le débat, nourrir une controverse publique, interpellé une société durement touchée par l'austérité, et constituer des « garde-fous ».

## Conclusion

Débattre sur le rôle et la fonction sociale des casinos comme complexes de loisir peut favoriser la compréhension des processus économiques, sociaux et urbains contemporains qui se produisent de manière très active en Amérique du Nord et en Asie, mais de façon plus hésitante en Europe. Ces processus sont associés à une métamorphose urbaine qui s'accompagne de l'éclosion de *shopping malls*, de la reconversion du patrimoine en produit de loisir, de la gentrification des centres urbains, de l'implantation de complexes du jeu et de *gated communities* (Ritzer, 1999, p. 115). Connaître cette dynamique de croissance de l'industrie du jeu et du loisir aide aussi à mettre en perspective certaines grandes tendances socio-économiques soulignées par Holt et

Schor (2000, p. vii-x) : le développement mondial de l'inégalité sociale ; la transformation croissante en marchandise d'une part chaque fois plus grande de la vie et des relations sociales et l'affirmation de conglomérats transnationaux.

Les projets de casinos, avec leur monde factice, semblent heurter de front des acquis sociaux fondamentaux : le sens de communauté, l'idée de la qualité de vie, le principe d'un développement économique et territorial « sain »... Et souvent, les batailles menées localement pour ou contre ces projets renvoient à des débats manichéens et à des visions morales de la société et du comportement individuel à l'égard de l'argent. Cependant les réalités sont plus complexes. On peut citer l'essai de D'Hautesserre(2001) qui a enquêté au Foxwoods Casino Resort, un site fréquenté par plus de 15 millions de visiteurs par an dans la réserve indienne des Pequot, qui en sont les propriétaires (Connecticut). Depuis des années, les citoyens non indiens du sud-est du Connecticut accusent avec véhémence les Pequot de détruire leur milieu rural. Pourtant, le casino a été une bénédiction économique pour la région, bien au-delà de ses propriétaires, et il n'a pas provoqué de dommage aux alentours. À travers un parcours analytique détaillé et précis, l'auteur soutient que l'opposition des voisins au casino ne peut s'expliquer qu'à travers l'adhésion à un concept abstrait de ruralité qui est associé à une notion mal définie de « qualité de vie ». Au fond, les non indiens considèrent que l'opposition au casino est l'unique voie dont ils disposent pour porter leur revendication : celle de contrôler à nouveau l'usage du sol.

Cet exemple montre combien, dans les cas d'implantation de gros projets de casinos, la perception des résidents se construit non seulement à partir des effets « réels » et mesurables de ces projets, mais aussi en fonctions d'éléments moins tangibles. Au cours de la prochaine décennie, les projets d'espaces de loisirs urbains vont sûrement se développer : seront-ils des endroits « neutres » construits par le capital mondial ? Seront-ils « adoptés » par des citoyens, inclus dans les représentations, les modes de vie des citadins des grandes métropoles mondiales (García Canclini, 1995, p. 103) ? Il n'est pas sûr que, demain, les préventions des urbains du Vieux monde et de quelques nostalgiques des formes de vie d'antan soient suffisantes, ni même, comme l'exemple de Foxwood le montre, que ces combats soient toujours recommandables.

## Bibliographie

Adham, K., "Globalization, Neoliberalism, and New Spaces of Capital in Cairo", *Traditional Dwellings and Settlements Review*, 17, 1, 2005, 19-32.

Ariès, P., *Disneyland. Le royaume désenchanté*, Villeurbane, Golias, 2002.

Baron-Yellès, N., Anton Clavé, S., « Les parcs de loisirs, matière et matrice des nouveaux paysages urbains?/Leisureparks : components and creators of the new urbanlandscapes? », *Loisir et Société/Society and Leisure* (accepté), 2014.

Barrado, D., "El proyecto de parque temático de San Martín de la Vega en el contexto de la periurbanización de los equipamientos de ocio en Madrid", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 28, 1999, 135-145.

Begout, B., *Zérepolis*, Paris, Allia, 2002.

Blázquez, M., Cañada, E., et Murray, I., « Bunker playa-sol. Conflictos derivados de la construcción de enclaves de capital transnacional turístico español en el Caribe y Centroamérica », *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Barcelona, Universidad de Barcelona,

- XV,368, 2011. Disponible sur <http://www.ub.es/geocrit/Sn/sn-368.htm> (page consultée en octobre 2013)
- Britton, S., "Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism", *Environment and Planning D: Society and Space*, 9, 1991, 451-478.
- Castells, M., *La era de la información: economía, sociedad y cultura*, Madrid, Alianza Editorial, 1998.
- D'Hautesserre, A.M., "Disneyland Paris: A permanent economic growth pole in the Francilian landscape", *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 3, 1997, 17-33.
- D'Hautesserre, A.M., "Representations of rurality: is Foxwoods Casino Resort threatening the quality of life in southeastern Connecticut?" *Tourism Geographies*, 3, 4, 2001, 405-429.
- Davis, M., *Dead cities and other tales*. New York, The New Press, 2002
- Davis, M., *Le stade Dubaï du Capitalisme*, Paris, Les Prairies Ordinaires, 2007
- Debord, G., *La société du spectacle*. Paris, Buchet-Chastel, 1967.
- Denton, S., Morris, R., *The money and the power. The making of Las Vegas and its hold on America*. New York, Vintage Books, 2002.
- Floglesong, R., "Walt Disney World and Orlando. Deregulation as a strategy for tourism", in Judd, D.R. et Fainstein, S.S. (Eds.) *The tourist city* New Haven, Yale University Press, 1999, 89-106.
- García Canclini, N., *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, Barcelona, Grijalbo, 1995.
- Gottdiener, M., Collins, C.C., Dickens, D.R., *Las Vegas. The social production of an all-American city*. Malsen, Blackwell Publishers, 1999.
- Grant, M. "The 25 Most Popular Destinations for Chinese Tourists", 2013. Disponible sur: <http://skift.com/2013/09/03/top-25-most-popular-destinations-for-chinese-tourists/> (page consultée en octobre 2013)
- Guillén, M.F., "Is Globalization Civilizing, Destructive or Feeble? A critique of Five Key debates in Social Science Literature", *Annual Review of Sociology*, 27, 2001, 235-260.
- Hannigan, J., *Fantasy city. Pleasure and profit in the postmodern metropolis*, London, Routledge, 1998.
- Harvey, D. *Spaces of capital. Towards a critical geography*. Edinburgh, Edinburgh University Press, 2001.
- Holt, D.B., Schor, J.B., "Do Americans consume too much", in Schor, J.B., Holt, D.B. (Eds.), *The consumer society reader*, New York, The New Press, 2000, vii-xxiii.
- Las Vegas Sands (LVS), *Las Vegas Sands Corp*, in Goldman Sachs Lodging, Gaming, Restaurant and Leisure Conference, June 2012. Disponible sur: <http://files.shareholder.com/downloads/ABEA-242MDE/2770738547x0x573936/c6c4aa6d-1e86-4ebd-8390-040545cfb196/LVS at Goldman Sachs Conference -- June 2012 v2.pdf> (page consultée en octobre 2013).
- Las Vegas Sands (LVS), *Annual Report 2012*, Las Vegas, 2013a. Disponible sur: <http://files.shareholder.com/downloads/ABEA-242MDE/2770738547x0x657643/CCEE8C8A-E0B4-401E-8D4B-0E18D6361E71/LVS 2012 Annual Report.pdf> (page consultée en octobre 2013).

Las Vegas Sands (LVS), Las Vegas Sands Corp. 3Q13 Earnings Call Presentation, October 17, 2013, Las Vegas, 2013b. Disponible sur: [http://files.shareholder.com/downloads/ABEA-242MDE/2770738547x0x698086/f8504dd5-0e33-42be-a406-d28e21eff5e/LVS\\_3Q13\\_Earnings\\_Deck\\_vFinal.pdf](http://files.shareholder.com/downloads/ABEA-242MDE/2770738547x0x698086/f8504dd5-0e33-42be-a406-d28e21eff5e/LVS_3Q13_Earnings_Deck_vFinal.pdf) (page consultée en octobre 2013).

Las Vegas Sands (LVS), Las Vegas Sands No Longer Pursuing Spain Development, Will Continue Aggressive Pursuit of Opportunities in Asia, 2013c. Disponible sur: <http://investor.lasvegassands.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=813825> (page consultée en décembre 2013).

Lazzarotti, O., *Les loisirs à la conquête des espaces périurbains*, Paris, Collection Tourismes et Sociétés, Éditions L'Harmattan, 1995.

Lefebvre, H., *La survie du capitalisme*, Paris, Anthropos, 1973.

Nye, R.B., "Eight ways of Looking at an amusement park", *Journal of Popular Culture*, 15,1, 1981, 63-75.

Ortiz, R., *Mundialização e cultura*, Sao Paulo, Brasiliense, 1994.

Pélagin-Genel, E., *Des souris dans un labyrinthe. Décrypter les ruses et manipulations de nos espaces quotidiens*, Paris, La Découverte, 2010.

PwC, *Global Gaming Outlook. The casino and online gaming market to 2015*, PwC, 2011. Disponible sur: [http://www.pwc.com/en\\_GX/gx/entertainment-media/publications/assets/pdf/global-gaming-outlook.pdf](http://www.pwc.com/en_GX/gx/entertainment-media/publications/assets/pdf/global-gaming-outlook.pdf) (page consultée en octobre 2013).

Rifkin, J., *The age of access. How the shift from ownership to access is transforming modern life*, London, Penguin Books, 2000.

Ritzer, G., *Enchanting a disenchanted world. Revolutionizing the means of consumption*, Thousands Oaks, Pine Forge Press, 1999.

Sorkin, M., "Introduction: Variations on a Theme Park", Sorkin, M. (Ed.) *Variations on a theme park. The new american city and the end of public space*, New York, Noonday, 1992, xi-xv.

Travel and Gamble, "Las Vegas and Macau Casinos Revenue", *Travel and Gamble* [en ligne] October, 22, 2012. Disponible sur <http://travelandgamble.org/las-vegas-and-macau-casinos-revenue/> (page consultée en octobre 2013).

Zukin, S., "Disney World: the power of facade/the facade of power", *Landscapes of power: from Detroit to Disney World*, Berkeley, University of California Press, 1991, 217-250.

Zukin, S., "Learning from Disney World", *The cultures of cities*, Cambridge, Blackwell, 1995, 48-77.