



## CAPITALE DU JEU DE LA CÔTE EST Des Québécois à Atlantic City



PHOTO AGENCE QMI, MARIE-JOËLLE PARENT  
La compagnie québécoise Scéno Plus est le designer principal de tous les espaces dédiés à l'entertainment ainsi que le casino du complexe hôtelier REVEL, inauguré en avril à Atlantic City.

ATLANTIC CITY - REVEL est le plus gros complexe hôtelier de la dernière décennie à Atlantic City et c'est à une compagnie québécoise que l'on a confié la conception de tous les espaces dédiés au divertissement. Au plus fort de la construction, 80 employés de Scéno Plus ont travaillé sur ce projet colossal de 2,4 milliards de dollars.

La créativité québécoise est bien en vue ces jours-ci dans la capitale du jeu de la côte est américaine. Moment Factory vient d'inaugurer un spectacle permanent de son et lumière sur la façade du Boardwalk Hall tandis qu'à l'autre bout de la plage, au nouveau REVEL, le savoir-faire de la compagnie montréalaise Scéno Plus est à l'honneur. Les projets qu'ils ont pris en charge totalisent 500 M\$, soit 20 % du budget total du complexe.

Le REVEL, c'est une histoire de gros chiffres. L'hôtel-casino, ouvert il y a deux mois, fait 6,3 millions de pieds carrés et comprend 1900 chambres sur 48 étages, 10 piscines et 14 restaurants.

Scéno Plus a passé 100 000 heures sur ce projet étalé sur cinq ans. « On a dû faire au moins 450 voyages entre Montréal et Philadelphie », dit Patrick Bergé, président de la firme en m'accueillant dans cet immense espace où il se sent comme à la maison. Les employés l'arrêtent toutes les deux secondes.

### Imaginaire théâtral

Le lobby est un imposant atrium de verre d'environ 40 mètres de haut. La première chose que l'on remarque, ce sont deux mobiles de 27 mètres de long dessinés par l'artiste québécoise Pascale Girardin qui tombent du plafond. Les 19 700 pièces d'aluminium ont été construites à Montréal.

Au départ, le mandat de Scéno Plus était de construire deux théâtres, mais rapidement ils se sont vu confier d'autres espaces, dont le mandat costaud de réinventer le casino.

« On n'avait pourtant jamais fait de casino avant, dit Patrick Bergé. Je crois qu'ils sont venus chercher notre imaginaire très théâtral. Ils ont dû nous trouver un peu fous, mais surtout très passionnés ».

« Je suis emballé par ce qu'ils ont fait, confie le directeur général du REVEL, Kevin DeSanctis. Ils sont vraiment créatifs et ont un grand sens de l'esthétique ». « Ils ont apporté une touche québécoise très théâtrale au resort », ajoute Michael Prifti, architecte exécutif.

### Des heures de travail

En effet, des passerelles surplombent l'espace comme dans un théâtre. Le décor est modulable, tout comme l'éclairage. Les caméras de sécurité ont été dissimulées dans des modules décoratifs. Tout a été pensé pour créer la bonne ambiance et réduire le bruit.

Trouver le bon tapis rouge a pris 4 000 heures. De grandes baies vitrées permettent de voir l'océan, mais surtout la lumière du jour, chose rare pour un casino.

L'autre pièce de résistance est l'Ovation Hall, un théâtre de 5 500 places qui se transforme en moins de 10 minutes en salle de congrès grâce à des gradins télescopiques.

C'est là que Beyoncé a fait son grand retour sur scène à la fin mai. « Michelle Obama était assise au balcon », ajoute Patrick Bergé.

Le REVEL a bien failli ne jamais voir le jour à cause de la crise financière. En mars 2009, alors qu'un milliard de dollars avaient déjà été investis, la construction a été suspendue pendant un an complet faute d'investisseurs. « C'était difficile, en 27 ans de carrière, je n'avais jamais vu un projet aussi avancé s'arrêter ». L'État du New Jersey a finalement investi 260M\$ pour ressusciter le projet. « Quand on a recommencé, il fallait dépenser 100M\$ par mois pour livrer le projet en 12 mois », explique Patrick Bergé.

La construction a aussi été assombrie par plusieurs tragédies dont un écrasement d'avion dans lequel ont péri plusieurs dirigeants du REVEL. Un travailleur est aussi mort foudroyé sur le toit.

Atlantic City tente de se sortir d'une spirale descendante. Depuis 2006, les revenus de jeu ont baissé drastiquement à cause de l'ouverture d'autres casinos dans les états voisins. La ville tente de redorer son image avec une campagne de marketing de 20M\$ qui vise à attirer une nouvelle génération de touristes non intéressés par le jeu. C'est aussi ce que tente de faire le REVEL avec ses installations. S'ils y arrivent, on pourra dire qu'un petit groupe de Québécois y est pour quelque chose.