

**Spécial évasion** Oubliez vos idées reçues sur la croisière. Ce secteur s'est diversifié, avec des bateaux de taille moyenne, un service haut de gamme mais pas surfait, et surtout des destinations culturelles, dépaysantes et parfois même à couper le souffle. Par VIRGINIE JACOBBERGER-LAVOUÉ

# Croisières

## Le goût du large

O n y accède un peu difficilement. Une seule route y mène : ombrée à intervalles réguliers de hauts lauriers, d'oliviers, d'odorants citronniers, elle n'en est pas moins abrupte. Connue pour son cadre enchanteur depuis que Boccace l'a célébré dans *le Décaméron*, le village de Ravello, accroché entre « ciel et terre » comme s'en émut André Gide, a traversé le temps en préservant son mystère. Joyau de la côte amalfitaine, on admire sa situation en terrasse, à 350 mètres d'altitude, mais c'est par sa beauté qu'il donne le vertige.

Comment ne pas comprendre que ce site fut tant photographié et filmé et qu'il inspira des tempéraments aussi distincts que Richard Wagner, David Herbert Lawrence... Mais pour admirer cette splendeur au-dessus de la mer, ancrée sur un contrefort au sommet de la vallée du Dragon, mieux vaut l'aborder par le rivage.

Sur cette côte amalfitaine comme dans le golfe de Naples, jusqu'à ses îles mêmes (Capri, Ischia, Procida), l'itinéraire emprunté par les bateaux de croisières de taille moyenne (300 passagers) n'a rien de convenu. Un temps méjugée en raison de



l'image véhiculée "de paquebots flottants" par les grands croisiéristes américains qui drainent 5 millions de passagers – l'essentiel du marché mondial –, voire fustigée pour son ambiance un peu surfaite ou trop bon enfant qui inspira quelques séries télévisées assez caricaturales, la croisière est depuis cinq ans vue sous un nouveau jour par une clientèle européenne en pleine expansion. Parmi ses atouts : certaines offres haut de gamme, des séjours plus pointus avec de vraies escales pour découvrir les pays visités et une certaine idée du voyage qui s'organise moins dans la précipitation,

s'autorise le temps de la découverte. « Il y a une minute attendrissante dans la rencontre du passager et du paquebot, dans l'intersection de leurs deux destinées », remarquait Paul Morand, qui demeure sans doute l'écrivain français ayant le mieux décrit le voyage comme un art de vivre.

Au cours des quinze dernières années, le marché européen de la croisière a plus que triplé pour atteindre 4 millions de passagers. « Malgré la crise, le marché de la croisière a poursuivi son développement en 2010 et, sur le marché français, la croisière progressera en 2011 même si certains itinéraires



“L’Austral”,  
de la Compagnie  
du Ponant, sillonnera la mer  
d’Andaman et le golfe  
du Bengale en avril 2012.  
À gauche, la baie  
d’Halong à bord  
du “R/V La Marguerite”,  
de Rivages du monde.

*À bord, on profite de la  
multiplicité des points de vue.  
Aux escales, on prend le temps  
de découvrir en toute quiétude.*

doivent être modifiés en raison des révolutions dans certains pays arabes. Cela signifie que, malgré une conjoncture difficile, la croisière poursuit sa percée sur le marché du tourisme grâce à une augmentation de l’offre. La visibilité de la croisière est plus importante aujourd’hui, avec une image valorisée pour ses prix compétitifs et sa diversité de destinations », estime-t-on auprès de l’Association française des compagnies de croisières (AFCC), présidée par Georges Azouze.

Avec 387 000 passagers, la France n’est que le cinquième marché européen. Mais son développement est constant. « Nous cherchons à séduire une clientèle francophone avec des bateaux accueillant au grand maximum 300 passagers, et avec des itinéraires pointus et de nouvelles offres tel le Sénégal aujourd’hui, pour satisfaire les attentes d’une clientèle qui nous est fidèle. La bonne résistance de la croisière dans un secteur sensible aux événements de ce début d’année, comme les révolutions arabes, la catastrophe de Fukushima, s’explique notamment par sa capacité à allier confort et évasion, à offrir dans des conditions optimales des escales aussi riches que les étapes d’un circuit »,

estime Alain Souleille, directeur général de Rivages du monde, qui vient d’inaugurer un nouveau bateau de croisières, le M/Y Pegasus – 42 passagers –, pour remonter le fleuve Gambie, et offre la découverte inédite de Dakar, l’île de Gorée, Banjul, Kaur... À bord, comme pour tout périple de Rivages du monde, un représentant de la compagnie et un conférencier qui commentera tous les itinéraires du Sénégal à la Gambie. Cette croisière est programmée de décembre 2011 à avril 2012 avec un premier séjour du 23 au 31 décembre à partir de 2 950 euros (hors taxes aériennes).

Autre option de Rivages du monde, une croisière haut de gamme sur le Mékong (14 jours à partir de 3 660 euros, de novembre à mars) à bord du très beau bateau R/V La Marguerite qui a fait sa réputation. « Avant cette croisière intitulée “L’odyssée du fleuve Mékong”, nous proposons désormais une précroisière de 5 jours dans la baie d’Halong sur un bateau raffiné inspiré par le sampan de l’empereur Khai Dinh », précise Alain

Souleille, qui peut aussi s’enorgueillir d’un très bel itinéraire sur le Danube,

12 jours à partir de 2 360 euros, programmé à partir du 11 mai 2012 de Munich à Bucarest puis, à partir du 22 mai, de Bucarest à Munich. À la clé, un très vaste choix de visites optionnelles lors de très belles escales dans cinq capitales : Vienne, Bratislava, Budapest, Belgrade, Bucarest.

Signe d’un marché en nette évolution, même le haut de gamme s’étouffe avec de nouvelles stratégies de conquête pour certains groupes internationaux.

Une grande majorité de la clientèle de Regent Seven Seas Cruises est encore américaine mais l’Europe est en forte croissance chez ce croisiériste, et tout particulièrement le marché français. « En France, notre taux de croissance annuel dépasse les 25 %. À partir de janvier 2012, nous avons, entre autres décisions, choisi d’éditer nos menus et notre journal de bord en français. Sur tous nos bateaux, la clientèle profitera en outre d’un équipage polyglotte », indique la direction de ce groupe qui a pour positionnement de faire de la croisière haut de gamme une expé-

rience très personnelle. Ses 3 navires (490 à 700 passagers) sont équipés de suites spacieuses, à partir de 28 mètres carrés.

Parmi ses offres exclusives, citons la possibilité d'excursions à la carte, un service personnalisé pour chaque passager (2 membres d'équipage pour 3 passagers) et même un service avec majordome. Côté destinations ? Cet hiver, sa programmation double en Australie et Nouvelle-Zélande, avec notamment une croisière de 15 jours (à partir de 4 999 euros) qui commence le 23 janvier et cumule des escales à Sydney, Melbourne puis, côté Nouvelle-Zélande, à Timaru, Akaroa, Wellington sa capitale, Tauranga et enfin Auckland.

Dans l'univers du haut de gamme, nul doute que la Compagnie du Ponant, seul armateur français de navires de croisières, continue d'être un acteur incontournable. Le groupe, qui prévoit cette année de passer la barre des 20 000 passagers, soit une augmentation de 40 % de sa fréquentation par rapport à l'exercice précédent, vient d'annoncer la commande aux chantiers de Fincantieri, à Ancône, d'un nouveau bateau, un yacht "dernière génération", agrémenté de 132 cabines et suites (*lire notre encadré*).

Autre option : misez sur l'expertise d'un voyageur de référence comme Kuoni, qui imagine chaque saison de nouveaux itinéraires. En vedette cet hiver, une croisière sur un bateau Art déco (le *M/S Kon Tiki*), "Des rives du Nil à Alexandrie" (12 jours à partir de 1 636 euros avec transport et hébergement en hôtel quatre étoiles, au Caire, en pension complète), soit l'originalité de cumuler la décou-

## Entretien "Un antidote au stress"

**D**irecteur général de la Compagnie du Ponant, Jean-Emmanuel Sauvée (*photo*) fait le point sur les tendances du marché de la croisière.

**Quelle est l'évolution de votre activité et pourquoi élargissez-vous votre flotte ?** Depuis 2010 et l'arrivée dans notre flotte du *Boréal*, l'entreprise est en pleine croissance. Le nombre de passagers augmente de 40 % chaque année et le chiffre d'affaires suit la même courbe. En 2011, la mise en service de *L'Austral* a confirmé cette tendance. Aujourd'hui, la Compagnie du Ponant est fière d'annoncer la construction d'un nouveau navire, *sistership* du *Boréal* et de *L'Austral*. Cette construction conforte la pertinence de notre stratégie d'investissement.

**Qui sont vos clients ?** En 2011, un passager sur deux est un nouveau client pour la Compagnie, tandis qu'un passager sur quatre à bord de nos navires expérimente la croisière pour la première fois. Les indices de satisfaction (4,5/5) et le taux de recommandation à un proche (97 % des passagers) témoignent par ailleurs de la grande qualité du produit. Les

courts séjours qui permettent une première approche de la croisière sont très demandés mais de longs séjours en Antarctique ou en Arctique séduisent aussi. On observe un fort rajeunissement des croisiéristes.

**À quoi attribuez-vous le succès des croisières ?** C'est un type de voyage à part. Les passagers peuvent se réveiller chaque matin dans une ville différente, sans avoir à refaire et défaire leur valise. Ils peuvent profiter des moments à bord pour se reposer, découvrir nos Spa ou déguster d'excellents dîners pendant que nous nous chargeons de les amener chaque jour vers une nouvelle escale. Face



COMPAGNIE DU PONANT

au stress quotidien, la croisière est également vue comme un moyen de couper avec le quotidien, de se détendre et de s'évader.

**Quels sont vos marchés les plus porteurs ?** Les marchés francophones représentent toujours la plus grande partie de notre clientèle. Cependant, les autres marchés sont en pleine progression. Notamment l'Allemagne, le Royaume-Uni, les États-Unis mais aussi l'Asie, l'Amérique du Sud et l'Afrique du Sud. *Propos recueillis par VIRGINIE JACOBBERGER-LAVOUÉ*

verte des sites emblématiques de la haute Égypte (Louxor, Abou-Simbel, Vallée des Rois...) et de la mythique Alexandrie aux multiples influences culturelles.

Qui douterait encore du dynamisme des croisiéristes ? Entre le 11 et le

13 octobre, l'AFCC renouvelle son opération "Le jour le plus long de la croisière". Objectif : inviter les passagers potentiels à découvrir l'offre multiple et variée des croisiéristes en leur proposant également pour l'occasion une remise d'un minimum de 5 % pour toute réservation effectuée pendant cette période. Y participent cette année 25 compagnies de croisières et 700 agences de voyages, pour songer plus efficacement à jeter l'ancre. ●

**La Grèce, incontournable pour Regent Seven Seas Cruises, experte en "service sur mesure".**



REGENT SEVEN SEAS

### Carnet d'adresses

**AFCC**, [www.afcc-croisières.fr](http://www.afcc-croisières.fr)

**Kuoni**, tél. : 08.20.05.15.15.

**Compagnie du Ponant**,  
tél. : 08.21.20.30.40.

**Rivages du monde**,  
[www.rivagesdumonde.fr](http://www.rivagesdumonde.fr)

**Regent Seven Seas Cruises**,  
[www.rssc.com](http://www.rssc.com) (ce site sera disponible en français dès 2012).