

On est monté à bord du *Queen Anne*, le dernier navire de luxe de la mythique Cunard

Par Rodolphe Geisler

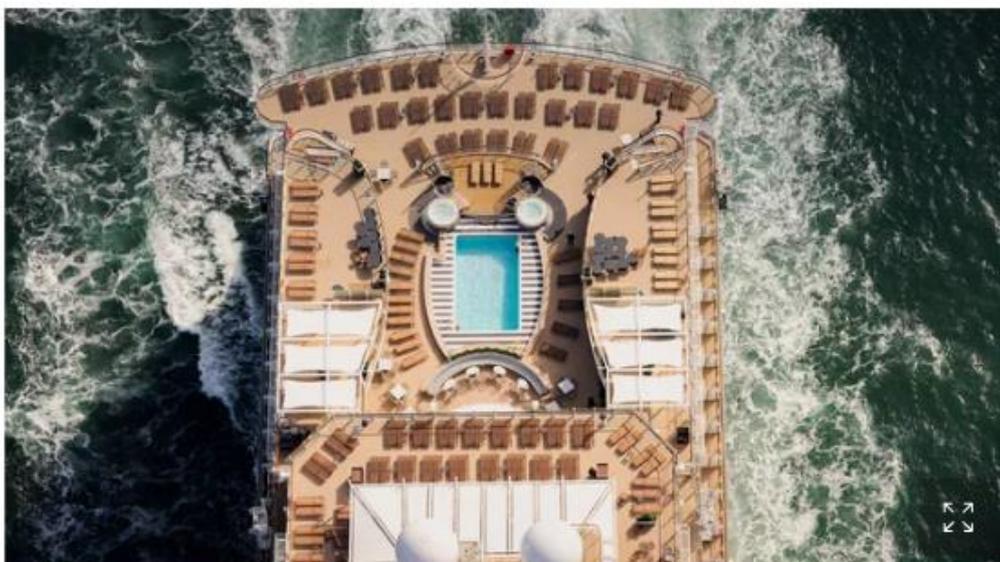
Publié le 16 octobre 2024 à 14h00

[Copier le lien](#)



Écouter cet article

00:00/05:47



Les amateurs de paquebots à l'ancienne ne seront pas déçus par le *Queen Anne*. Christopher Ison / Christopher Ison

NOUS Y ÉTIIONS - En armant ce quatrième transatlantique, la compagnie de croisière anglaise a fait le pari de la modernité. Et espère voir sa clientèle croître de 40%. *Le Figaro* a embarqué à Cherbourg pour sa première escale en France.

Pour sa première escale en France, le petit dernier de la Cunard, tout juste âgé de six mois, ne pouvait choisir écrin plus approprié que les quais de la Gare Transatlantique Art Déco de Cherbourg, port du bout de la Manche. Malgré ses 14 ponts passagers et ses 322 mètres de longueur pour 35 de large, le *Queen Anne*, livré par les chantiers Fincantieri en Italie en mai, arbore l'allure de ses aînées, les « trois Queens » (*Mary 2*, *Victoria* et *Elizabeth*) toujours en service sur la plupart des mers du globe et reconnaissables à leurs élégantes silhouettes aux proues affûtées.

Les amoureux de paquebots à l'ancienne ne seront pas non plus déçus. *Queen Anne* respecte les codes couleurs de la compagnie basée à Southampton, au sud de l'Angleterre : coque tirant sur le noir, ponts blancs et cheminée rouge. « *La signature Cunard est là, son histoire et sa culture très British y sont respectées à bord. Ainsi, un passager fidèle, qui passe de l'un de nos bateaux à un autre, y retrouvera ses habitudes. Pour autant, Queen Anne, par petites touches subtiles, a su moderniser la marque* », s'enthousiasme Giorgia Cappabianca, Business Development Manager de la compagnie.

Surtout, avec sa capacité de 3000 passagers, contre 2000 à 2600 pour ses aînées, *Queen Anne* offre (sur le papier) une possibilité d'augmenter le nombre de ses croisiéristes de... 40%. Et, surtout, espère fidéliser une nouvelle clientèle.

Le pari du rajeunissement



Malgré ses 14 ponts passagers et ses 322 mètres de longueur, le *Queen Anne* arbore l'allure affûtée de ses aînées, les « trois Queens » (*Mary 2, Victoria et Elizabeth*). *Cunard*

Faire jeune en respectant une culture et une histoire vieille de 185 ans. C'est le pari « *un peu fou* » que s'est assigné la Cunard en lançant le chantier de *Queen Anne* il y a 14 ans. Pour le relever, trois grandes agences de designers internationaux, habituellement spécialisés dans l'hôtellerie de luxe, ont été choisies : deux Londoniennes, Richmond et David Collins, et une Parisienne, Sybille de Margerie. « *Notre cahier des charges était simple : faire moderne tout en respectant l'héritage de la Cunard, notamment les lignes Art Déco qui font sa signature. Nous avons donc réinventé les lieux de vies emblématiques du bateau, comme la Queen's Room, avec des formes plus arrondies que les symétriques rectangles art déco et avec des motifs un peu plus modernes et plus clairs. C'est vrai qu'on bouscule un peu les codes. Mais la volonté était vraiment de faire bouger la marque* », nous explique Thomas Kohlmüller, un associé de Sybille de Margerie. Faut-il y voir la fameuse « French Touch » ? « *Oui, incontestablement sur l'artisanat et les œuvres d'art. À bord, vous ne trouverez rien d'ostentatoire. Tout est dans le détail et le luxe* », s'enflamme encore Thomas Kohlmüller.

Notre avis : Certes, *Queen Anne* peut apparaître comme plus dépouillé et moderne que ses aînés. Mais les amoureux de l'Art Déco regretteront la quasi-disparition des placages de marqueterie dans le goût Orient Express des parties communes.

L'art de vivre



Si la volonté de moderniser ses lignes est revendiquée, le respect de « la philosophie Cunard », avec son esprit British, l'est tout autant. Ici, le fumoir ouvert aux amateurs de fauteuils club et de cognac.

Christopher Ison / Christopher Ison

Si la volonté de moderniser ses lignes est revendiquée, le respect de « la philosophie Cunard », avec son esprit « so British », l'est tout autant. Le Tea Time, avec ses petits sandwichs en rectangle, est toujours de mise l'après-midi. Tandis que le Churchill, un fumoir (pour le cigare ou la pipe uniquement) est également ouvert aux amateurs de fauteuils club et de cognacs. Ceux qui sont plutôt bières trouveront quant à eux une « ambiance pub » du côté du « Golden Lion », qui, le midi, sert aussi trois plats signatures (en extra) du célèbre chef Michel Roux, le patron du Gavroche de Londres. Un practice de golf est aussi proposé sur un pont supérieur.

Bon à savoir : pour les étourdis qui auraient oublié leur tenue du soir, il est possible de louer un smoking, par exemple pour le dîner du capitaine, pour 70 \$ (65 €) la soirée. À bord, la devise en cours est le dollar américain.

Bien choisir sa formule



Le restaurant Britannia, ouvert à tous les passagers. Christopher Ison / Christopher Ison

Conçu pour accueillir près de 3000 passagers (et 1255 membres d'équipage), *Queen Anne* propose trois catégories de cabines, elles-mêmes divisées en sous-catégories. À savoir 1370 cabines « Britannia » avec ou sans balcon sur la mer, 130 mini-suites et 130 suites. Le coût varie selon les croisières, de deux jours à 110 jours. Compter ainsi, pour un tour du monde, entre 16.500€ pour une cabine intérieure (35.000 € avec balcon) et 245.000 € pour une suite. Attention, les forfaits ne comprennent pas les extras, comme les sodas et boissons alcoolisées.

Bon à savoir : la compagnie pratique une politique tarifaire de « early booking ». Traduction : en réservant sa croisière deux ans à l'avance (rien que ça !), une réduction de 15 % est appliquée. Mais il faut se dépêcher : pour la campagne de 2027, 78 % des cabines sont déjà bookées.

Les services à bord



Le *Queen Anne* abrite notamment un théâtre de 800 places. *Christopher Ison / Christopher Ison*

Avec notamment 15 espaces de restauration (certains en extra), salons, bars et discothèques, son théâtre de 800 places, ses 3 piscines extérieures et 7 jacuzzis, son spa, ses salles de sport, son court de tennis paddle ou sa piste de jogging extérieur, *Queen Anne* offre toutes les prestations attendues sur une transatlantique. Sans oublier ses boutiques de luxe, avec des montres à plus de 11.000 dollars, une galerie d'art (mais là, c'est affaire de goût !), un casino ou encore des espaces réservés aux enfants. Des services religieux, voire des cérémonies de mariage sont également proposés.