

La Compagnie du Ponant décroche le label Relais & Châteaux

Le trois-mâts de légende du croisiériste de luxe veut « imposer sa marque au niveau mondial ». Cette première concrétise une montée en gamme des 13 navires de la marque.



« Le Ponant » est le trois-mâts historique de la compagnie qui porte son nom, aujourd'hui basée à Marseille. (PONANT-Julien Fabro)

C'est une première pour le catalogue d'exception de Relais & Châteaux. Après plusieurs collaborations ponctuelles depuis 2018, « Le Ponant », le trois-mâts historique de [la Compagnie du Ponant](#), rejoint le label parmi les plus prisés des hôtels et restaurants de luxe. Avec l'espoir d'« imposer sa marque au niveau mondial », selon Benoît Carassou-Maillan, son directeur de la stratégie de l'offre et de l'expérience client. Relais & Châteaux compte 580 établissements et revendique la première place dans la gastronomie mondiale avec 350 étoiles Michelin à son catalogue.

L'adhésion de cette destination nomade a été acceptée par les 25 membres du conseil d'administration de l'association, après une inspection de contrôle couvrant 500 points, qui vont de la propreté au prestige de la table, en passant par l'expérience client. « Nous jugeons moins le luxe de marbres et de boiseries précieuses que l'excellence de l'offre », explique Anthony Torkington, directeur général de l'association. Relais & Châteaux reçoit en moyenne quelque 500 candidatures. Dix ont été retenues cette année.

Monter d'un cran

Transformé par le studio Jean-Philippe Nuel au prix d'un investissement de plusieurs dizaines de millions d'euros, « Le Ponant » (88 m de long avec des voiles à 56 m) a été le premier navire de luxe de petite taille en 1991 et l'une des toutes premières souscriptions publiques en France pour un projet industriel. Ce bâtiment de légende nouvelle version emprunte l'atmosphère intimiste des grands yachts avec seulement 16 cabines pour le double de passagers (deux fois moins que le

navire originel) et autant de membres d'équipage.

Cette montée en gamme - qui se paye en moyenne 1.500 euros la nuit - illustre la métamorphose de la compagnie marseillaise, dont les 13 navires de croisière (d'une capacité totale de 60.000 personnes) ont augmenté le prix moyen du séjour à bord de 40 % depuis 2019, procurant un chiffre d'affaires (non communiqué) en hausse de 25 %. « La concurrence internationale s'est accentuée. Nous nous y distinguons avec une flotte récente - le plus ancien navire date de 2009 - et un contact personnalisé avec un maximum de 200 cabines sur nos bâtiments », argumente Benoît Carassou-Maillan.

Pour monter encore d'un cran et séduire les plus jeunes fortunés (la moyenne d'âge actuelle des passagers est de 65 ans), la compagnie réfléchit à la construction d'un nouveau navire à voile équipé de technologies zéro émission pour permettre une autonomie énergétique totale d'un mois sans moteur. Le navire sera préconçu avec un jumeau numérique, développé par la start-up phocéenne Syroco, capable de simuler le comportement en mer de différents designs et technologies de propulsion. Ce nouveau fleuron pourrait faire ses premières traversées en 2030.