



Sur ce dessin, on perçoit la parenté du navire futuriste envisagé par Didier Spade avec l'ex-«France», qui navigua de 1962 à 1974.



**TROIS ANS D'EFFORTS
SUR LE PROJET**

**2010 MISE AU POINT
DU BUSINESS PLAN**

Emission d'obligations pour financer les études. Elaboration du premier business plan. Maquette.

**2011 DÉFINITION
DE LA VIE À BORD**

Etude de l'organisation de la restauration avec Alain Ducasse. Design des suites et des salons.

**2012 RECHERCHE
DU FINANCEMENT**

Audit du plan avec des croisiéristes. Prise de contact avec les investisseurs intéressés.

Le paquebot "France" va-t-il ressusciter ?

UN NAVIRE DE CROISIÈRE HYPERLUXUEUX QUI PORTERAIT SUR TOUS LES

OCÉANS L'ART DE VIVRE À LA FRANÇAISE, C'EST POSSIBLE À L'HORIZON 2016.

L'histoire débute le 8 février 2009 lors d'une vente publique. Ce jour-là, Didier Spade, designer de bateaux et patron de Paris Yacht Marina, décide sur un coup de cœur d'enchérir sur la proue de l'épave du «France», qui vient d'être démantelé en Inde. Après une lutte opiniâtre, le nez du célèbre paquebot lui passe pourtant sous le sien, raflé par un promoteur immobilier pour 273 000 euros. Mais faute de pouvoir installer cette pièce de quatre tonnes dans sa résidence (les voisins craignant qu'elle attire un flot de curieux), le promoteur, qui a sympathisé après la vente avec son rival, lui en confie la garde. C'est ainsi que la proue

du «France» échoue sur les quais de Seine, devant les bureaux de Didier Spade. «A force de la voir, je me suis intéressé à l'histoire de ce navire et au secteur des croisières», explique ce descendant d'une famille de décorateurs de bateaux. Emerge alors l'idée de ressusciter le paquebot français le plus mythique, célébré par Michel Sardou dans le tube «Le France».

Avec deux millions d'euros «pris sur ses fonds propres et empruntés à des passionnés», Didier Spade finance les études préliminaires. Il réalise lui-même des croquis et les transmet à des architectes navals, puis au constructeur STX (ex-Chantiers de l'Atlantique). Ils en

peaufinent les aspects techniques. Le résultat ? Un vaisseau à la silhouette aussi unique que futuriste, dont les cheminées dotées d'ailettes latérales (transformées en salons) rappellent son illustre prédécesseur. Long de 255 mètres, le nouveau «France» pourra embarquer jusqu'à 690 croisiéristes dans des cabines dont la taille oscillera entre 38 et 200 mètres carrés. Soit 20% de plus que sur les autres paquebots de luxe. Sont aussi prévus huit restaurants thématiques (gastronomique étoilé, asiatique, spécialités régionales françaises...) conçus par Alain Ducasse. Pour se délasser ou se distraire, les passagers disposeront de trois piscines, un spa de 1 600 mètres carrés, une palme-

raie, une marina au ras de l'eau et une salle de spectacles projetant des films sur 360 degrés, comme à la Géode. Côté aménagements intérieurs, des designers célèbres (Jean-Michel Wilmotte, Mathieu Lehanneur...) apportent leur contribution. Avec un 1,3 passager par membre d'équipage, la qualité du service devrait satisfaire les clients les plus exigeants. Mais il faudra compter 5 000 euros par passager et par semaine en chambre double : dix fois plus que pour une croisière bas de gamme.

Avant d'embarquer des clients, encore faut-il trouver dans une conjoncture déprimée les 400 millions d'euros nécessaires à la construction du navire. «La

question n'est pas de savoir combien le «France» coûtera, mais combien il rapportera», affirme Didier Spade. Élémentaire. «Avec une croissance annuelle de 3% et une marge opérationnelle approchant parfois 30%, les croisières de luxe sont assez épargnées par la crise», estime d'ailleurs Nicholas Sharp, consultant dans ce secteur. La douzaine de paquebots de luxe déjà en service affichent complet sans brader les tarifs. «Et leurs passagers payent de nombreux suppléments, des vins millésimés aux excursions hors forfait», poursuit Nicholas Sharp. Pour sa part, Didier Spade a prévu d'orienter son marketing vers la promotion de l'art de vivre à la française,

prisé à la fois des Américains et des riches des pays émergents. Selon lui, la clientèle hexagonale ne représentera pas plus d'un tiers des passagers. Il fait aussi remarquer que STX, actuellement à la peine, pourrait consentir un effort sur le prix pour démarrer comme prévu ce chantier prestigieux à la fin de 2013. D'ici là, Spade espère avoir collecté les 400 millions d'euros. «J'ai été approché par des maisons de luxe, fonds d'investissement, sociétés de courtage et banques d'affaires qui vont investir dans ce projet ou le vendre à leurs clients», se rassure-t-il. Son coup de cœur nostalgique peut-il se transformer en coup financier ? Réponse dans six mois. **Frédéric Brillet** ♦