

magazine CROISIÈRE

Novembre 2018



Voyage **VASCO**

& l'Univers de la Croisière

voyagevasco.com | facebook.com/voyagevasco



OBTENEZ VOTRE NOUVELLE CARTE DANS NOS AGENCES

Chaque voyage a ses Avantages, accumulez vos points et découvrez tous les privilèges que vous pouvez obtenir avec notre carte

VOYAGEVASCO.COM/AVANTAGES

magazine CROISIÈRE

Publié par : **Voyage Vasco Inc.** 175, rue Louis-Hébert, Mascouche, QC, J7K 0R5
© La reproduction, l'adaptation ou la traduction sans la permission écrite préalable est interdite, sauf autorisation émanant des lois de droits d'auteur.



4 GASTRONOMIE On ne chôme pas dans les cuisines	16 ROYAL CARIBBEAN Acquisition de Silversea
6 ROYAL CARIBBEAN Rénovation du Mariner of the Seas	18 HISTOIRE Luxe aux ponts et misère à fond de cale
8 CONSEILS L'embarras du choix	20 HOLLAND AMERICA LINE Nieuw Statendam en décembre
10 MSC CROISIÈRES MSC Seaside	23 VIKING CRUISE LINE Étend sa flotte océanique
12 IBEROSTAR HOTELS & RESORTS 15 nouveaux hôtels en 2018	26 CONSEILS Choisir sa cabine
14 CUNARD Sous les étoiles	

RÉDACTION

Éditeur-fondateur
9317 5396 Québec inc.
175, Louis-Hébert, suite C
Mascouche (Qc) J7K 0R5

Publicité
Eve Lyne Besner
450 474-4240 poste : 236
evelyne@groupeatrium.com

Publié par
Voyage Vasco

Révision
Denis Dionne

Parution : Novembre 2018





AUX FOURNEAUX, ON NE CHÔME PAS DANS LES CUISINES

Préparer des plats différents pour une famille de quatre personnes exige de la planification. Imaginez donc pour 3 000 ou 4 000 passagers et membres d'équipage !

En règle générale, le tiers de l'équipage d'un navire de croisière travaille en cuisine et assure le service aux restaurants. Les journées de travail de 10 ou 11 heures sont la norme pour eux. Car la tâche est colossale : chaque jour, ils préparent et servent plus de 11 000 plats! À lui seul, le menu du soir au restaurant principal du *Zuiderdam*, un navire de taille moyenne (82 000 tonnes) de la compagnie Holland America Line, comporte un choix de quatre entrées, de trois soupes, de deux salades, de sept plats de pâtes, viandes ou volailles, de deux plats de saumon ainsi que de quatre desserts. Lors du buffet de desserts, les pâtisseries s'en donnent à cœur joie, avec la préparation de plus d'une trentaine de desserts-mousse, gâteaux, tartes et tutti quanti. Les quantités de nourriture manipulées chaque jour sont astronomiques. Prenons l'exemple du *Sea Princess*, un autre navire de taille moyenne (77 000 tonnes).

On y prépare en moyenne quotidiennement 3 900 livres de légumes, 3 400 livres

de fruits, 1 200 livres de pommes de terre, 1 150 livres de viennoiseries, 1 100 livres de poisson, 1 000 livres de bœuf, 900 livres de volaille, 550 livres de salades, 650 livres de porc, 250 livres d'agneau, 210 livres de pâtes, 180 livres de crevettes et 120 livres de veau. Ajoutons 4 000 pâtisseries de toutes sortes, 380 livres de beurre, 265 livres de sucre, 210 gallons de soupes, 130 gallons de café, 85 gallons de crème glacée et 22 gallons de mayonnaise... Au total, quelque 150 tonnes de nourriture sont embarquées à bord du *Sea Princess* toutes les semaines.

Les conditions sanitaires et d'hygiène sont cruciales en mer. Une vingtaine de membres d'équipage ont la lourde et ingrate responsabilité de veiller au nettoyage de l'immense cuisine et de laver quotidiennement une quantité phénoménale de vaisselle : quelque 46 000 plats et 15 000 verres de toutes sortes, sans parler de milliers d'ustensiles, ce qui requiert 58 gallons de détergent. ■



ROYAL CARIBBEAN

RÉNOVATION DU *MARINER OF THE SEAS*

Royal Caribbean International décide d'élever les standards sur les croisières de courte durée à partir du sud de la Floride, et ce, en commençant par le *Mariner of the Seas*, qui subira une rénovation Royal amplifiée de 120 millions de dollars.

Les améliorations signifient que non seulement le **Mariner** deviendra le plus gros navire du marché des itinéraires de trois ou quatre jours avec sa capacité de 3114 passagers, mais qu'il deviendra également l'un des plus complets.

Précédemment, Royal Caribbean a affecté des navires tels que le *Majesty of the Seas* au marché des croisières de courte durée. Ces navires faisaient habituellement partie des plus petits et des moins modernes de sa flotte. Même si les passagers ont toujours bien noté le *Majesty*, ce n'était certainement pas en raison de son équipement!

« Le *Majesty* était plus vieux et il ne procurait pas le plaisir et les frissons du *Mariner* », dit Marilyn Romanado, propriétaire de Voyage Vasco Fabreville, après avoir eu la chance de faire une visite du navire et avoir assisté au spectacle sur glace à bord du *Mariner* lors du lancement effectué pour les agents de voyage il y a quelques mois.

« Nous avons reçu de bons commentaires de la part des gens qui ont déjà voyagé », dit Julie Gauthier, de Voyage Vasco La Prairie.

Parmi les nouvelles caractéristiques, l'une des plus visibles est le trampoline/bungee/réalité virtuelle Skypad qui se trouve sur le premier pont. Abrité sous une sphère de 30 pieds faite d'aluminium marine grade, le Skypad aux couleurs vives s'avère une intrigante structure pour quiconque regarde le navire à distance, spécialement allumé la nuit. Dans le Skypad il y a quatre harnais de bungee attachés à la sphère et suspendus au-dessus d'un trampoline individuel. Les aventureux pourront rebondir sur les

trampolines en toute sécurité, guidés par les harnais, avec ou sans lunette de réalité virtuelle qui ajoute une quatrième dimension à l'expérience déjà enrichissante. Le Skypad fait partie du rehaussement de l'arrière du pont sportif qui inclut également l'ajout de toboggans aquatiques et d'un simulateur de surf FlowRider.

Une autre attraction dans les ponts supérieurs est l'Observatorium, un jeu d'évasion *escape room* qui se fait dans l'ancienne chapelle où, en résumé, un temps limité est donné aux groupes pour déchiffrer des indices qui leur permettront de sortir d'une pièce où ils se trouvent prisonniers.

Plus bas, le *Mariner* a gagné deux bars. Le Playmakers Sports Bar and Arcade est une version d'un élément ajouté en premier lieu au *Symphony of the Seas*, un navire plus grand et plus récent. Le Polynesian-themed Bamboo Room, un tiki bar situé sur la Royal Promenade, est unique au *Mariner* pour l'instant. Il s'agit d'un endroit de rencontre rétro avec de petits parapluies dans les cocktails et certainement d'une amélioration par rapport à l'espace commercial qui se trouvait à cet endroit préalablement!

Dans les profondeurs du navire, dans le Studio B, Royal a créé Espace From Planet Z, un jeu de laser tag, et ceci, en plus d'un spectacle sur glace tout simplement incroyable, *Ice Under the Big Top*.

Après quelques semaines de service, Royal a noté que l'augmentation du pourcentage de nouveaux voyageurs sur le *Mariner* était plus grande que sur n'importe quel autre navire! ■



L'EMBARRAS DU CHOIX

Le nombre de navires de croisière ne cesse de se multiplier. On en dénombre aujourd'hui plus de 150! De toutes les tailles, de tous les styles et pour toutes les bourses, exploités par une vingtaine de compagnies de croisière. L'une de ces compagnies s'adresse surtout aux épicuriens, d'autres aux familles ou aux sportifs, d'autres encore aux jeunes en quête d'animation ou aux personnes plus âgées à la recherche de tranquillité. Identifier la bonne compagnie de croisière, c'est le point de départ. Le choix d'une compagnie plutôt que d'une autre peut faire la différence entre un voyage emballant ou décevant.

Une collègue de travail me confiait n'avoir pas trop aimé sa croisière, bien qu'elle ait navigué à bord d'un des plus beaux navires au monde. Trop exigeante ou blasée? Pas du tout! C'est simplement qu'elle avait trouvé l'ambiance trop guindée à son goût et qu'elle n'avait pas beaucoup apprécié de devoir s'habiller chaque soir pour aller au restaurant principal, toujours à la même heure en plus. Elle aurait opté pour cette compagnie où la décontraction et la liberté d'horaire sont à l'honneur qu'elle serait sans doute revenue enchantée de son périple en mer. Un autre collègue de travail n'a pas aimé évoluer dans l'atmosphère

jeune, festive et endiablée d'une compagnie fort populaire. Nul doute qu'il aurait préféré l'ambiance plus calme et l'environnement raffiné qui existe à bord d'autres compagnies.

Une fois la compagnie de croisière identifiée, il reste à choisir le navire. Vous ne vous tromperez pas en optant pour un navire récent ou pour le plus gros de la flotte. Les personnes âgées ou à mobilité réduite préféreront sans doute les navires de plus petite dimension. Vous privilégiez les escales? Souvent, dans les Caraïbes, ce sont les navires les plus petits, les plus âgés ou partant de San Juan, à Porto Rico, qui proposent les itinéraires les plus intéressants. Certains itinéraires sont surtout populaires auprès des personnes âgées, comme ceux dans les provinces maritimes et en Nouvelle-Angleterre ou encore, en Alaska. Et d'autres sont davantage fréquentés par les jeunes, particulièrement les croisières de courte durée (de trois à cinq jours) dans les Caraïbes. En résumé, il vous faut seulement bien choisir votre croisière pour réellement en apprécier toutes les facettes! Consultez votre agent de voyage pour vous aider à bien définir vos besoins et priorités et vous partirez et voyagerez la tête tranquille et le bonheur au cœur. ■



MSC CROISIÈRES

MSC SEASIDE

Le *MSC Seaside*, l'un des navires les plus récents à parcourir nos rives et qui a fait ses débuts en décembre 2017, est un navire spécialement conçu pour le marché nord-américain.

Le design audacieux et innovant, avec une promenade panoramique sur le pont 8, offre à ses clients de nombreux choix pour manger et se détendre. Sur le pont 7, à l'arrière du navire, il y a une petite piscine de type plage et un bar, mais c'est l'apparence condo à Miami – inhabituel, mais attrayant – qui le distingue. Avec deux ascenseurs panoramiques installés entre deux tours de chambres, il est plutôt impressionnant et se trouve surmonté d'une passerelle, surnommée « le pont des soupis », qui offre des vues phénoménales.

Le *Seaside* est ultra-glam, mais possède également de nombreux attributs qui conviendront à un public large et varié, y compris aux familles de tous âges. L'un des endroits les plus magnifiques à mi-hauteur du navire est l'Atrium de quatre étages reliant les ponts 5 à 8 et connectés par deux séries d'escaliers Swarovski somptueux. Cet espace est vibrant et animé – le cœur du navire essentiellement. Avec une variété de bars et de salons créés à chaque niveau, une toile de fond fabuleuse et changeante d'écrans à DEL et une petite « scène » pour le divertissement musical en direct ou un DJ jouant vos morceaux préférés, c'est l'endroit idéal pour vous détendre à tout moment de la journée.

L'Atrium n'est qu'un exemple parmi lesquels MSC démontre avoir vraiment amélioré son jeu dans la conception et la décoration du *Seaside*. Dans la plupart des cas, les espaces publics sont attrayants avec pratiquement aucune note discordante. Le navire coule bien à l'intérieur, tandis que les ponts extérieurs supérieurs sont remplis de toutes sortes de divertissements pour tous.

Les restaurants alternatifs du pont 16 sont regroupés autour d'un bar-salon accueillant et romantique. Ils comprennent un Steak House, le charmant Ocean Cay pour des fruits de mer et le restaurant trois-en-un situé sur un côté du navire, créé par le célèbre chef Roy Yamaguchi. Sa cuisine de marché asiatique propose une salle Teppanyaki, un Sushi Bar et une salle principale offrant un menu asiatique. C'est un espace séduisant avec un décor fabuleux et un large choix de menus à des prix raisonnables. Tous les restaurants sur cette terrasse sont sur réservation et chacun demande des frais, mais ils en valent la peine.

Bien sûr, il y a deux grands restaurants principaux et deux zones de buffet décontractées, la plus petite étant destinée aux familles – une excellente idée. Les deux principaux restaurants ont également introduit récemment trois heures fixes pour dîner en soirée plutôt que deux, ce qui permet d'avoir plus de place et de vivre une expérience de restauration plus agréable. Comme dans tous les nouveaux navires, en particulier dans le tout premier d'une classe (le deuxième, le *Seaview*, viendra plus tard cette année), il y a toujours des modifications qui sont apportées par le croisiériste afin d'assurer la satisfaction des clients.

Le *Seaside* comporte la plus longue tyrolienne en mer.

C'est un navire facilement choisi par les familles car il y a beaucoup à faire à bord. Les enfants adoreront la piste de bowling, les deux tyroliennes, le fantastique parc aquatique avec ses nombreux toboggans, ainsi que la superbe piscine et l'aire de jeux de la jungle. Naturellement, il existe des clubs pour enfants pour tous les âges et un programme de garde d'enfants.

Et il y a plus – beaucoup plus. Le Sports Bar, le French Brasserie, le Champagne

Bar et l'élégant et populaire Venchi, un *coffee bar*, sans oublier la Cioccogelateria (chocolats et glaces) et la crêperie délicieuse à tous les égards. Ajoutez à cela un large éventail de divertissements primés au théâtre tous les soirs, ainsi que de la musique de toutes sortes dans différents salons du navire. Il y a un grand spa et le Yacht Club, le concept de navire-dans-un-navire s'avère plus grand et même meilleur que sur les autres navires. Un facteur clé ici est que le restaurant pour les invités du Yacht Club (entrée carte-clé spéciale) est maintenant contenu dans les différents ponts que cette catégorie de navire occupe plutôt que de sortir dans une autre zone. Pour les clients exigeants qui recherchent une atmosphère plus rare à bord, pensez au Yacht Club avec ses suites et à ses nombreux avantages et inclusions.

Cabine balcon

Il y a une grande variété de cabines, beaucoup avec des balcons, et elles sont confortables, ont toutes les commodités nécessaires et surtout, les prix sont très intéressants. Pour une merveilleuse semaine de croisière dans les Caraïbes, ce bateau constitue un excellent choix.

Le *MSC Seaside* n'est pas seulement un navire qui suit le soleil des Caraïbes depuis son port d'attache de Miami tout au long de l'année, il s'agit aussi d'un très beau navire qui brille à la lumière d'un soleil chaud qui sera très tentant pour plusieurs Canadiens, et ce, pour les années à venir.

Le *Seaside* navigue tout au long de l'année depuis Miami avec deux croisières de sept jours dans les Caraïbes. Communiquez avec votre agent de Voyage Vasco pour plus d'informations. ■



IBEROSTAR HOTELS & RESORTS

15 NOUVEAUX HÔTELS EN 2018

Avec un taux de croissance s'élevant à sept hôtels par an au cours des dernières années, et avec l'intention de s'implanter encore plus avec de nouvelles ouvertures d'hôtels dans les années à venir, Iberostar Hotels and Resorts s'appuie sur une initiative de promotion de l'image de marque qui comprend une nouvelle segmentation de ses hôtels.

Un récent voyage de presse à Madrid a permis à la presse spécialisée d'accéder à l'Iberostar Las Letras Gran Vía, l'hôtel phare d'Iberostar à Madrid.

Les agents de voyages canadiens (et leurs clients) connaissent les hôtels Iberostar de par leurs stations balnéaires dans les Caraïbes, en République dominicaine, à Cuba, au Mexique et en Jamaïque. Le groupe Iberostar, qui a ouvert son premier hôtel en 1993, exploite maintenant 110 hôtels et accueille des millions de clients chaque année.

En 2018, le groupe Iberostar se lance dans un plan ambitieux comprenant des ouvertures, de nouveaux projets et des travaux de rénovation majeurs. Son portefeuille sera augmenté de 15 nouveaux hôtels, dont 11 complexes hôteliers à Cuba, de La Havane à Holguín, de Cayo Coco à Santiago de Cuba. Il y aura aussi deux nouvelles stations qui s'ouvriront à Monténégro et un nouveau développement pour Iberostar Cancun à venir cette année.

Le premier des nouveaux hôtels de 2018, l'Iberostar Paseo de Gracia, quatre étoiles, a récemment été inauguré à Barcelone.

Quant au premier hôtel de luxe de la société, situé au cœur de la vieille ville de La Havane, il semblerait qu'une fois la « restauration sensible » complétée, compte tenu de la valeur architecturale remarquable et des racines historiques de la propriété, il sera en mesure de proposer 321 chambres luxueuses et un large éventail comprenant trois bars et six res-

taurants. Il offrira également un programme d'animation varié avec entre autres des spectacles musicaux et des spectacles de danse d'artistes locaux renommés.

Avant de devenir l'Iberostar Grand Packard, le bâtiment historique accueillait autrefois des personnalités telles que Pablo Neruda et Marlon Brando. Il bénéficie d'un emplacement privilégié à La Havane, sur le Paseo del Prado, considéré comme l'une des avenues les plus importantes de la vieille ville. L'ouverture du bâtiment historique coïncidera avec les célébrations du 500^e anniversaire de la fondation de La Havane. Il marquera également la présence de 25 ans d'Iberostar Hotels & Resorts sur l'île.

Environ 70 % du portefeuille du groupe Iberostar, composé exclusivement de propriétés quatre et cinq étoiles, a récemment été rénové. La société se concentre sur l'innovation de produits et de services et le développement technologique. Elle est particulièrement fière de son taux de retour de 42 %.

Iberostar prévoit continuer à investir pour renforcer sa position dans le segment des hôtels haut de gamme, avec 700 millions d'euros supplémentaires alloués jusqu'en 2022, avec des projets d'expansion axés sur les meilleurs emplacements, des options gastronomiques haut de gamme et un service supérieur.

Sabina Fluxà, vice-présidente et PDG du groupe Iberostar, a présenté le plan stratégique de l'entreprise aux médias, annonçant que celle-ci a regroupé ses hôtels en trois segments : hôtels urbains, centres de villégiature océaniques et Iberostar Heritage, une nouvelle catégorie comprenant des hôtels classiques mettant l'accent sur histoire et tradition. « Grand, la catégorie de luxe du groupe, est présente dans les trois nouveaux segments », a-t-elle déclaré.

Les hôtels de ville sont situés au cœur des principales destinations, notamment Madrid, New York, Lisbonne, Barcelone, Budapest, Miami et La Havane, déclare Fluxà.

Les stations balnéaires océaniques comprennent des sites en bord de mer orientés sur les vacances et les voyages d'agrément. Et les propriétés Iberostar Heritage comprennent des hôtels uniques présentant des éléments architecturaux, historiques et culturels. Dans le cadre de ses nouvelles initiatives, Iberostar a même modifié son logo et ses couleurs, et a ajouté le slogan « Let it shine ».

Fluxà a également présenté le nouveau Projet Océans d'Iberostar, axé sur la pêche durable, la réduction de la pollution plastique et la préservation et la protection des récifs coralliens. Iberostar prévoit promouvoir la pêche durable en s'approvisionnant et en servant uniquement des poissons de saison sur ses menus, et a mis en place un programme dans tous ses hôtels pour réduire la dépendance aux articles en plastique à usage unique dans le but de les éliminer et de les remplacer par des matériaux biodégradables.

L'équipe de direction d'Iberostar estime que la société se trouve à un point critique. Avec un investissement important et des années passées dans l'élaboration de son plan pour l'avenir, elle est maintenant prête à mettre en œuvre ce plan au cours des 12 à 18 prochains mois.

« Nous faisons tous partie d'une grande famille de plus de 28 000 employés qui offre un service imbattable aux huit millions de clients que nous accueillons chaque année. Nous restons aussi enthousiastes et enjoués que lorsque nous avons commencé... Nous faisons maintenant un grand pas vers l'avant dans ce qui constitue un développement clé pour notre entreprise, en la repositionnant et en fixant des normes encore plus élevées. » ■



CUNARD

SOUS LES ÉTOILES

Au programme à bord du *Queen Mary 2* : Un spectacle au planétarium

D'ordinaire, les paquebots de croisière abritent une grande salle de spectacle à l'avant. Le *Queen Mary 2*, lui, en possède deux. Le Royal Court Theatre. Et Illuminations, un planétarium, le seul du genre en mer. La salle renferme 473 sièges, dont 150 sont inclinables. Les spectateurs se retrouvent ainsi allongés sous un dôme de quelque 40 pieds de diamètre et de près de 20 pieds de profondeur.

Le planétarium du *Queen Mary 2* propose de voyager à des milliards d'années-lumière de la Terre grâce à quatre spectacles conçus notamment en collaboration avec le Hayden Planetarium de l'American Museum of Natural History.

Par exemple, le spectacle *Cosmic Collisions*, dont le narrateur est le célèbre acteur Robert Redford, propulse les spectateurs à travers l'espace et le temps en leur faisant vivre un voyage hallucinant au cours duquel ils explorent les collisions cosmiques et les impacts hypersoniques qui caractérisent l'évolution incessan-

te de l'univers. Le spectacle *Passport to the Universe*, auquel l'acteur Tom Hanks prête sa voix, révèle les merveilles de l'univers d'une manière inédite : les spectateurs participent à un périple au cœur de la nébuleuse d'Orion dans les profondeurs de l'espace intergalactique. Narré par l'acteur Harrison Ford, le spectacle *The Search for Life: Are We Alone?*, lui, porte sur le rôle de l'eau, source de vie. La salle Illuminations met en valeur des programmes multimédias créés de concert avec la NASA qui s'appuient sur des données scientifiques les plus récentes, des simulations astrophysiques et des modèles informatiques de pointe pour mettre les merveilles de l'astronomie à la portée du public. À l'extérieur de la salle Illuminations, des écrans plasma haute résolution présentent les Astro Bulletins de l'American Museum of Natural History qui décrivent les récentes percées en astrophysique. À partir d'images obtenues par les satellites de la NASA et d'autres observatoires, les Astro Bulletins explorent un large éventail de sujets comme la météo de l'espace, l'éventualité de la vie sur Mars ou le fond diffus cosmologique, sorte de bruit de fond de l'univers. ■



ROYAL CARIBBEAN

ACQUISITION DE SILVERSEA

Silversea Cruises fait désormais partie de la famille Royal Caribbean Cruises Ltd. (« RCL »). En effet, les parties ont conclu l'acquisition des deux tiers de Silversea annoncée précédemment par RCL. Cette initiative donne à RCL une marque ultra-luxueuse pour compléter son portefeuille.

« Nous sommes fiers d'accueillir officiellement l'équipe de pointe de Silversea dans la famille RCL », a déclaré Richard D. Fain, président et chef de la direction de RCL. « C'est une combinaison de dynamite et nous sommes impatients de travailler avec Manfredi, Roberto et toute l'équipe, car ensemble, nous amènerons Silversea au prochain niveau. »

Dans l'accord approuvé par les régulateurs, RCL achètera une participation de 66,7 % dans Silversea, sur la base d'une valeur d'entreprise d'environ deux milliards de dollars. Manfredi Lefebvre d'Ovidio conservera une participation de 33,3 % et restera président exécutif de Silversea.

« Nous sommes ravis de nous joindre à la famille Royal Caribbean et sommes prêts à entamer ce prochain chapitre en tant que chef de file de l'industrie, doté des compétences uniques pour soutenir la croissance future de Silversea », a déclaré M. Lefebvre. « Ce partenariat nous permettra de concrétiser notre vision d'être le leader incontesté de la croisière et de l'expédition de luxe, emmenant nos clients dans plus de mille destinations à bord de navires parmi les plus luxueux au monde. »

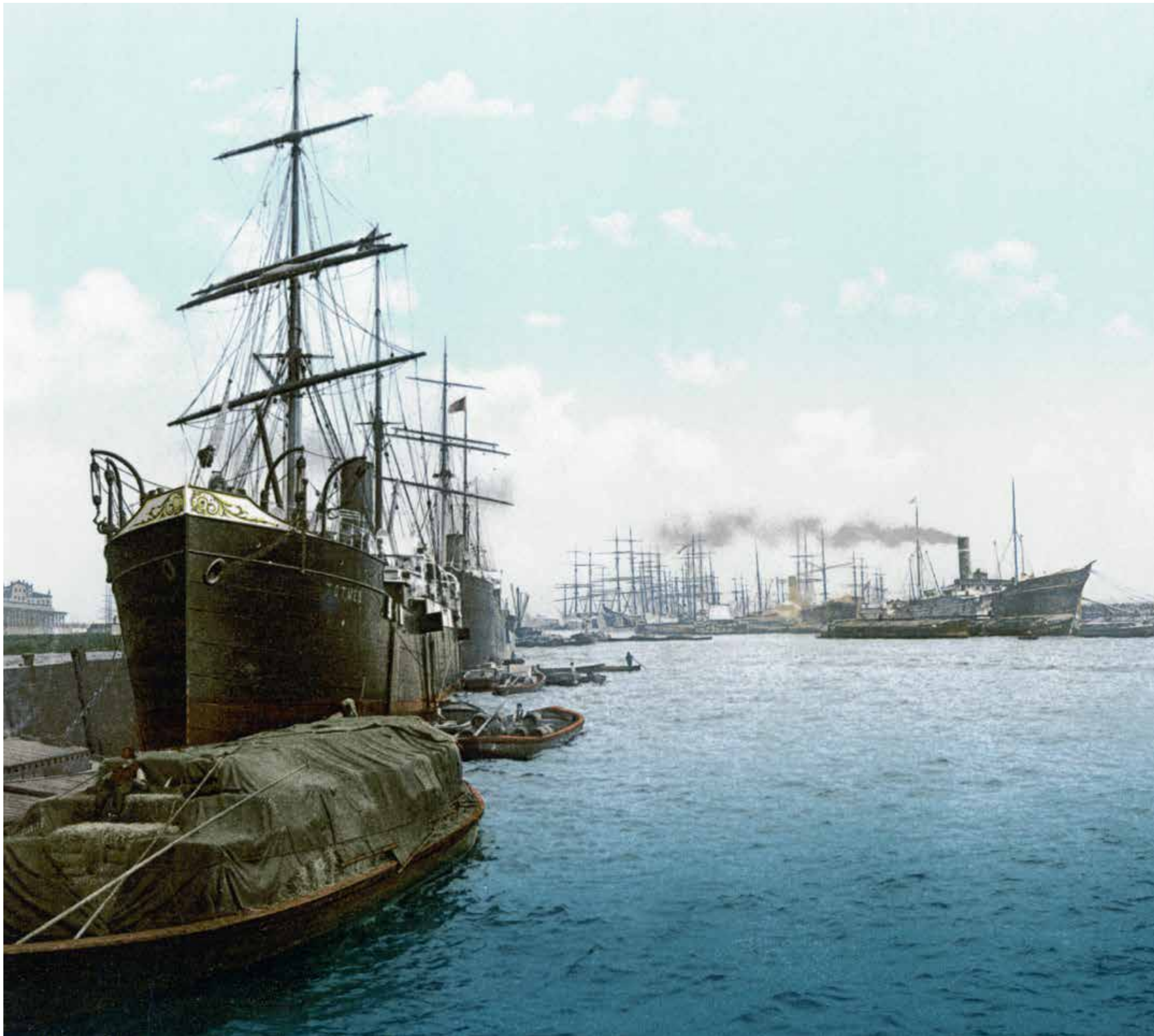
Les sociétés ont également annoncé aujourd'hui le projet Invictus. L'initiative pluriannuelle comprendra des améliorations, des mises à niveau de produits

et la revitalisation des navires pour la flotte de Silversea. « Notre intention est de consolider notre position de leader déjà solide avec une gamme passionnante de mises à niveau qui raviront nos clients », a déclaré Roberto Martinoli, PDG de Silversea.

Les premières améliorations ont eu lieu sur le *Silver Muse* le 19 août 2018, avec une offre améliorée de champagne et de caviar. D'autres améliorations seront apportées par la suite.

La rénovation du *Silver Whisper* est programmée pour décembre 2018 et sera beaucoup plus importante. Elle comprendra une remise en état partielle de toutes les cabines. Le *Silver Wind* de Silversea entamera également une cale sèche renforcée en décembre 2018. Les travaux sur les navires poursuivent l'objectif d'une « musification » à l'échelle de la flotte, dans la même lignée que pour le *Silver Muse*. Le plan atteindra son achèvement avec la cale sèche accrue du *Silver Shadow*.

La flotte de RCL compte maintenant 59 navires avec 15 autres sur commande. Silversea se joint à une gamme de marques de RCL, notamment Royal Caribbean International, Celebrity Cruises, Azamara Club Croisières, TUI Cruises et Pullmantur Cruceros. ■



HISTOIRE : LUXE AUX PONTS SUPÉRIEURS ET MISÈRE À FOND DE CALE

Au milieu du 19^e siècle, l'armateur allemand Albert Ballin a l'idée de recréer un grand hôtel à bord des navires de sa compagnie, Hamburg American Line. Il utilise uniquement des matériaux nobles pour la décoration, comme le marbre d'Italie, le bois d'Afrique, l'argent et l'or. Tout ce luxe vise à faire oublier la peur ressentie par les riches Américaines en mer. M. Ballin et ses architectes navals conçoivent notamment de grands escaliers circulaires à leur intention puisque les dames adorent faire leur entrée de façon théâtrale. On retrouve ce concept encore aujourd'hui à bord de la plupart des navires de croisière.

Les passagers de troisième classe, eux, ont des préoccupations plus terre-à-terre. Ils sont entassés dans la chaleur suffocante des entreponts sans aération aucune, avec la possibilité de monter sur le pont qu'une seule fois par jour pour une courte promenade. La traversée dans ces conditions si éprouvantes coûte 10 \$, ce qui donne droit au transport à la gare maritime, à la nourriture, à l'eau, à un bain durant la traversée et à un lit peu confortable planté dans un grand dortoir bondé à fond de cale.

Le confort, petit à petit

L'éclairage et l'installation de l'eau courante - d'abord froide, puis chaude ont été les premières manifestations de confort en mer. Les premières tentatives d'éclairage au gaz se sont soldées par des incendies. Le *City of Berlin*, un navire britannique malgré son nom, est devenu en 1879 le premier navire à éclairage électrique intérieur. Cet élément contribuait au prestige d'un navire au même titre que sa vitesse. C'est également dans

les années 1870 que sont apparues les premières cabines avec bain privé et les ponts promenades permettant aux passagers de relaxer à l'air du grand large. Les paquebots de chaque nouvelle génération seront toujours plus grands, plus rapides et plus confortables.

L'art déco en mer

Les Français sont considérés comme les armateurs les plus audacieux. L'arrivée de l'Île de France inaugure une nouvelle ère dans la décoration. Alors que ses illustres prédécesseurs reproduisaient d'opulents palais d'inspiration classique ou baroque, ce nouveau venu s'inspire directement des idées avant-gardistes mises de l'avant lors de l'Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes, qui s'est tenue à Paris en 1925. L'Art déco en mer est né.

Les mythiques *Normandie* - premier navire à franchir le seuil symbolique des 30 nœuds - et *Queen Mary* suivent la nouvelle tendance stylistique, mais avec un résultat qui ne fera pas l'unanimité au départ dans le cas du dernier né de la Cunard. Ce sera l'apogée des navires de cette époque.

Le *Normandie*, qui a coûté la bagatelle de 60 millions de dollars, offre le premier cinéma à bord. Malgré la nette fascination qu'il exerce, son taux d'occupation sera d'à peine 50 %. Il ne fera pas de profit et sa carrière sera de courte durée, à peine quatre ans, contrairement au *Queen Mary* qui trouvera une nouvelle vocation sous forme de musée hôtel, trois décennies après son inauguration. ■



Holland America Line
A Signature of Excellence

HOLLAND AMERICA LINE

NIEUW STATENDAM EN DÉCEMBRE

Prévu pour être lancé en décembre 2018, le *MS Nieuw Statendam* deviendra le deuxième navire de la classe Pinnacle de la ligne Holland America. Le navire jumeau du *MS Koningsdam* reflète l'évolution de la compagnie.

Après avoir fait le trajet aller-retour entre Fort Lauderdale et les Caraïbes en hiver et au début du printemps, il traversera l'océan Atlantique et offrira des croisières en Europe du Nord et en Méditerranée en été et en automne. Celles-ci offrent d'excellentes options pour les groupes.

Pouvant accueillir 2 660 passagers, le *Nieuw Statendam* pèse 99 500 tonnes. Il offre un décor sophistiqué, des espaces lumineux et de beaux intérieurs inspirés des courbes fluides des instruments de musique. Son design est similaire à celui du *Koningsdam*, mais le *Nieuw Statendam* possède également des espaces publics exclusifs créés par le designer et architecte Bjorn Storbraaten, ainsi que le célèbre designer hôtelier Adam D. Tihany.

Catégories de cabine réinventées

Le *Nieuw Statendam* compte 8 cabines de plus que le *Koningsdam*, dont 5 avec vue sur l'océan et 3 cabines intérieures, pour un total de 1 339 cabines. À bord, 103 cabines avec vue sur l'océan et 280 cabines intérieures de 225 à 266 pieds carrés. Le *Nieuw Statendam* dispose également de 851 hébergements avec véranda ou spa véranda. Il y a aussi 32 cabines familiales avec vue sur l'océan qui ont été configurées pour offrir plus d'espace de vie. Les cabines familiales avec vue sur la mer, pouvant accueillir jusqu'à cinq personnes, comprennent deux salles de bains et des placards supplémentaires. Sur le pont principal avant, il y a 12 cabines individuelles avec vue sur l'océan pour les croisiéristes solos, et celles-ci vont de 127 à 172 pieds carrés.

Hébergement en suite

Les suites à bord du *Nieuw Statendam* sont plus grandes et plus luxueuses. La suite Pinnacle compte maintenant 1 290 pieds carrés et a été configurée pour offrir un concept à aire ouverte. Il y a une chambre à coucher, un salon, un dres-

sing, une salle à manger et une véranda privée avec bain à remous. Les 43 suites Neptune et les 2 suites Spa Neptune ont une superficie allant de 465 à 855 pieds carrés. Les clients de ces hébergements ainsi que ceux de la suite Pinnacle ont accès au salon Neptune. Cet espace privé permet à tous de se détendre tout en socialisant avec les autres clients de la suite et en profitant des services d'un concierge et de rafraîchissements pendant la journée.

Divers lieux de restauration

Dive-In sert des repas en plein air au bord de la piscine, avec des hamburgers, des sandwiches à la poitrine de poulet grillée et plus encore, tandis que New York Pizza & Deli propose des salades fraîches et des pizzas. Le Lido Market permet aux clients de profiter d'un repas dé-contracté pour le petit-déjeuner, le déjeuner et le dîner avec des stations thématiques.

Le Grand Dutch Café, à la carte, offre des boissons au café et des collations hollandaises. Gelato, également à la carte, fournit des gelato dans une variété de saveurs.

L'élégante salle à manger propose des options de petit-déjeuner, de déjeuner et de dîner, allant des classiques aux plats inspirés par les régions visitées.

On peut aussi citer le Pinnacle Grill, qui sert des plats inspirés du Pacifique Nord-Ouest américain (avec un supplément de 35 \$ par personne). Rudi's Sel de Mer représente une autre option de restauration. Si vous souhaitez une cuisine italienne authentique, Canaletto s'avère un choix formidable (supplément de 15 \$). Tamarind présente des traditions culinaires de la Chine, du Japon et de l'Asie du Sud-Est, avec des menus créés par le chef cuisinier Rudi Sodamin (supplément de 25 \$).

Le hautement estimé Conseil culinaire de la Holland America Line

L'expérience culinaire extraordinaire offerte à bord des navires d'Holland America est due à son Conseil culinaire, qui comprend sept grands chefs du monde entier et dont Rudi Sodamin est le président. Parmi les chefs, on compte Jonnie Boer, le chef de file de De Librije, un restaurant gastronomique régional qui a obtenu trois étoiles chaque année depuis 2004, et David Burke, un pionnier de la cuisine américaine. Sans oublier Elizabeth Falkner, qui a mérité des distinctions pour son magasin de San Francisco, Citizen Cake; Andy Matsuda, fondateur de l'Institut Sushi Chef en Californie du Sud; Ethan Stowell, qui a changé le visage de la scène culinaire de Seattle avec son impressionnante liste de restaurants renommés; et Jacques Torres, un chef cuisinier et artisan chocolatier formé en France, qui font également tous partie du Conseil culinaire.

Vie nocturne et divertissement

Les clients bénéficient de diverses options de divertissement à bord du *Nieuw Statendam*. World Stage, un théâtre ultramoderne de

deux étages, dispose d'un écran DEL enveloppant à 270 degrés. Lincoln Center Stage présente des performances exceptionnelles de musique de chambre en direct, tandis que Billboard Online accueille des musiciens en direct qui réalisent 50 ans des meilleurs succès palmarès. Le très prisé King's Blues Club de B.B. a une nouvelle expérience « Music Walk ». De plus, les invités peuvent mélanger leur propre vin chez BLEND by Chateau Ste-Michelle. Movies Poolside et le casino offrent encore plus de divertissement.

Itinéraires divers

Le 5 décembre 2018, le *MS Nieuw Statendam* partira de Civitavecchia (Rome) pour une traversée transatlantique de 14 jours à Fort Lauderdale, où il passera l'hiver et le printemps. Ses itinéraires aller-retour au départ de Fort Lauderdale comprennent des croisières de trois et quatre jours aux Bahamas, des croisières de sept jours dans les Caraïbes occidentales et orientales, et une croisière de dix jours dans les Caraïbes du Sud. Toutes les croisières dans les Caraïbes incluront un appel à Half Moon Cay, l'île privée d'Holland dans les Bahamas.

Après sa saison inaugurale dans les Caraïbes, le *Nieuw Statendam*, à la fin d'avril 2019, traversera l'océan Atlantique pour des croisières d'été et d'automne en Europe du Nord et en Méditerranée. Pendant son séjour à Amsterdam à l'été, il proposera une collection d'itinéraires de 7 et 14 jours vers les fjords norvégiens, la Baltique, l'Islande et le Cap Nord. En septembre 2019, le *Nieuw Statendam* se rendra en Méditerranée pour une croisière de 12 jours entre Amsterdam et Civitavecchia (Rome), en Italie. De là, il effectuera trois croisières de 10 jours vers l'est et l'ouest de la Méditerranée. Et le 27 octobre 2019, le *Nieuw Statendam* quittera Civitavecchia pour une croisière de 14 jours à destination de Fort Lauderdale.

En savoir plus sur Holland America

Holland America possède une flotte de 14 navires, proposant des croisières dans plus de 400 ports dans 98 pays. Les itinéraires vont de courtes croisières à des croisières de 113 jours. Comme mentionné, le *Nieuw Statendam* est le deuxième navire de la classe Pinnacle de la ligne. Le troisième navire de cette classe devrait être livré en 2021. ■



VIKING CRUISE LINE

ÉTEND SA FLOTTE OCÉANIQUE

Viking a récemment dévoilé des plans pour étendre sa flotte océanique à la suite d'un nouvel accord avec Fincantieri, qui pourrait permettre la livraison de six navires supplémentaires d'ici 2027.

La nouvelle entente élargit le partenariat entre Viking et Fincantieri, portant ainsi à 16 le nombre total de commandes et d'options de transport maritime de la société – le plus élevé jamais enregistré par un seul propriétaire pour un chantier naval. L'accord relatif aux six navires supplémentaires, qui seront livrés en 2024, 2025, 2026 et 2027, est soumis à des conditions spécifiques.

« Lorsque nous avons lancé notre premier navire océanique en 2015, nous

avons décidé de réinventer la croisière océanique. Nous nous concentrons sur la destination, et nous n'emballons pas nos navires avec des gadgets et des toboggans. Nos navires discrets, élégants et primés sont conçus pour permettre à nos clients de mieux explorer leur destination », a déclaré Torstein Hagen, président de Viking. « Au cours de nos deux premières années d'exploitation, nous avons été nommés « Ligne de croisière océanique numéro un », et cette nouvelle commande témoigne de la réaction

positive de nos clients et de l'industrie. Alors que nous continuons à développer notre marque, nous sommes impatients d'accueillir des clients dans d'autres destinations du monde et de les initier au mode d'exploration Viking. »

En mars 2018, Viking a officiellement nommé son quatrième navire océanique, *Viking Sun*, à Shanghai. ■





CHOISIR SA CABINE

On compte plus d'une vingtaine de catégories de cabines par navire et ce nombre va en augmentant.

Comment s'y retrouver ? À la base, les cabines se répartissent en quatre grandes catégories : intérieure (c'est-à-dire sans hublot), vue sur l'océan (avec hublot), avec balcon et suite. S'ajoutent d'autres catégories en fonction de l'emplacement sur le navire (avant, centre ou arrière) et la localisation (ponts inférieurs, intermédiaires ou supérieurs). D'autres catégories ont vu le jour avec le lancement des navires des classes Voyager et Freedom de Royal Caribbean Cruises : les balcons intérieurs. Il s'agit de cabines qui donnent directement sur la Promenade Royale, une allée piétonnière située au centre du navire, de la longueur d'un terrain de football, sur laquelle sont regroupés des boutiques, restaurants et bars.

Une tendance prend de l'ampleur depuis quelques années : la création de classes, comme le Concierge Class de Celebrity Cruises, qui offrent des cabines aux équipements et aux prestations supérieurs. Et l'apparition de Spa Stateroom, des cabines situées aux ponts les plus élevés des navires et qui donnent un accès direct et privilégié à la zone spa.

Cabine intérieure

Idéale pour les petits budgets et pour ceux qui préfèrent dormir dans le noir absolu car il n'y a aucune ouverture vers l'extérieur. La superficie varie habituellement de 140 à 180 pieds carrés, selon les navires et les compagnies. On trouve de moins en moins de cabines de cette catégorie dans les navires les plus récents. Par exemple, sur le Eurodam de la flotte de Holland America, le navire comporte seulement quelque 150 cabines intérieures sur un total de quelque 1025 cabines.

Cabine avec hublot

Sur le plan budgétaire, il s'agit d'un bon compromis entre une cabine intérieure et une cabine avec balcon. Il en coûte souvent quelques dizaines de dollars de plus par personne que pour une cabine intérieure. Pour les claustrophobes, la présence d'un hublot est le minimum requis. Sur les ponts inférieurs des plus anciens navires, le diamètre du hublot est souvent petit. À l'opposé, à bord des navires de Disney Cruise Line par exemple, il est gigantesque. La superficie est un peu plus grande que celle d'une cabine intérieure, soit plus ou moins 160 à 200 pieds carrés.

Cabine avec balcon

C'est devenu la norme au cours des dernières années, bien qu'il en coûte souvent plusieurs centaines de dollars de plus par personne pour réserver une cabine avec balcon plutôt qu'une cabine intérieure. Parfois, le balcon est vraiment petit et le mobilier

réduit à sa plus simple expression, soit deux petites chaises et une table. La superficie tourne autour des 200-250 pieds carrés, incluant le balcon. Idéale pour les personnes en quête d'intimité ou de romantisme.

Un dîner en tête-à-tête au soleil couchant est certainement l'un des moments forts de la croisière. Moins recommandé en hiver quand le navire part d'une zone nordique, comme le port de New York ou quand le paysage est monotone, comme lors de la traversée de l'Atlantique.

Suite loft

La présence d'une trentaine de lofts, des appartements à niveaux multiples d'une superficie de quelque 2000 pieds carrés. Certains diront que l'on ne fait que dormir dans la cabine, d'autres que s'offrir du luxe en vacances fait la différence entre un voyage ordinaire et une escapade inoubliable. Il arrive que la différence de prix entre une cabine avec balcon et une suite ne soit pas très élevée alors que l'on parle d'une superficie nettement plus grande : de 300 à 650 pieds carrés. La suite se compose d'une chambre, d'un salon, d'une salle de bain et d'un balcon.

Villa sur mer

Quand l'argent n'est pas un obstacle ou quand on veut se payer une vraie folie. C'est la compagnie Norwegian Cruise Line qui remporte la palme à ce chapitre, avec ses immenses Villa Garden qui trônent tout au sommet de leurs plus récents navires. On parle ici d'un appartement circulaire aux hublots panoramiques comportant quatre pièces et totalisant pas moins de 4 500 pieds carrés. Avec tout le grand luxe à l'avenant, équipements technologiques du dernier cri, piano, terrasse et bain tourbillon privé, accès réservé, service ultra personnalisé et tutti quanti.

L'emplacement

Peu importe la catégorie, choisissez une cabine située au milieu du bateau, même si vous n'êtes pas sensible au mal de mer. Vous éviterez ainsi d'entendre les vagues se fracasser à l'avant du navire, ou les vibrations qui se produisent à l'occasion à l'arrière du navire. Quant à ceux qui optent pour une cabine avec balcon, choisissez un balcon situé sur les côtés du navire. Vous éviterez ainsi de subir de plein fouet les éléments de la nature à l'avant du navire, dont le crachin et les vents qui sont parfois d'une violence étonnante.

L'aménagement

Habituellement, une cabine comporte deux lits simples qui peuvent être séparés ou réunis pour former l'équivalent d'un lit

de format Queen. Certaines cabines comportent un divan qui peut se transformer en lit, ou deux lits encastrés dans le mur qui se déplient et se superposent au-dessus des lits de base. À bord de certains navires, la zone salon peut être séparée de la zone coucher par un rideau qui se déplie à la largeur de la cabine.

Les accessoires

On trouve normalement garde-robe, peignoir, salle de bain avec douche, séchoir à cheveux, mini coffre-fort, mobilier de rangement, grand miroir, petit bureau, chaise et table centrale, causeuse ou canapé, contrôle individuel de température et de climatisation, petit réfrigérateur contenant un minibar, téléphone...N'oublions pas la télévision à écran plat avec menu interactif à partir duquel on peut, par exemple, commander des excursions ou consulter son compte de dépenses dans le confort de sa cabine.

Dans les catégories supérieures ou dans les cabines des compagnies plus luxueuses, le passager disposera aussi d'un lecteur

DVD et quelquefois d'une corbeille de fruits, d'une bouteille de mousseux, d'amuse-gueules, d'une invitation à un cocktail privé ou vers la fin de la croisière, un cadeau (comme un sac de voyage). Il aura aussi droit à l'embarquement et au débarquement prioritaire ainsi qu'à la réservation préférentielle de la table au service de son choix pour le repas du soir.

Les produits de base

À bord des navires de certaines compagnies comme Norwegian Cruise Line, le savon et le shampoing sont liquides et ne sont disponibles que dans de grands contenants. D'autres compagnies, comme Holland America Line, offrent des produits de meilleure qualité en petits flacons. Mais, rien n'est gratuit en ce bas monde, le prix de la croisière étant généralement moins élevé avec la première qu'avec la seconde compagnie. Même chose avec la literie dont la qualité correspond généralement à l'importance du prix de la croisière. ■



Atlantic Spinner
Valise de cabine - 18"
102,60 \$



Atlantic Spinner
Valise extensible - 28"
148,20 \$



Atlantic
Valise de voyage expansible
Collection Canadiana
148,20 \$



Atlantic
Valise de voyage en
polyester Superlite
125,40 \$



Austin House
Oreiller de voyage gonflable
11,40 \$



Austin House
Balance manuelle
17,10 \$



Austin House
Cadenas à combinaison
Travel Sentry 3 chiffres
19,38 \$



Roots 73
Sac à cosmétique
18,24 \$



Livraison **gratuite**
pour toute commande
de 50\$ ou plus.



Obtenez **10% de rabais**
en inscrivant votre
carte Avantages lors
de votre commande.

Voyage VASCO

& l'Univers de la Croisière

ALMA 37, RUE ST-JOSEPH 418-668-4993	JOLIETTE 660 C, RUE DE LA VISITATION 450-753-3989	SEPT-ÎLES 700, BOUL. LAURE, BUREAU 150 418-968-1350	THETFORD MINES 618, RUE ST-ALPHONSE NORD 418-332-3222
BEAUPORT 496, RUE CAMBRONNE 418-476-1933	JONQUIÈRE 3600, BOUL. HARVEY 418-615-3510	STE-FOY, QUÉBEC 2336, CHEMIN STE-FOY 418-657-7030	TROIS-RIVIÈRES 5695 A, BOUL. DES FORGES 819-375-1112
BELOEIL 751, BOUL. LAURIER, SUITE 101 450-864-0900	LACHENAIE 291, MONTÉE DES PIONNIERS 450-704-7727	SHERBROOKE 4401, BOUL. BOURQUE 819-564-0661	1515, RUE NOTRE-DAME CENTRE 819-379-8999
BLAINVILLE OUVERTURE BIENTÔT	LACHUTE 516, RUE PRINCIPALE 450-562-2423	SOREL-TRACY 51B, RUE GEORGE 450-743-1216	VAL-BÉLAIR 1058, BOUL. PIE XI SUD 418-476-1183
BOISBRIAND 407, CHEMIN DE LA GRANDE-CÔTE 450-419-8986	LA PLAINE 5333, BOUL. LAURIER, LOCAL 178 450-918-3992	ST-BRUNO 1436, RUE ROBERVAL 450-283-6150	VALLEYFIELD 21, RUE DU MARCHÉ, SUITE 100 450-322-8860
BOIS-DES-FILION 397, BOUL. ADOLPHE-CHAPLEAU 450-312-7727	LA PRAIRIE 410, BOUL. TASCHEREAU 450-444-0004	ST-GEORGES 1521, BOUL. DIONNE OUEST 418-221-7670	VICTORIAVILLE 173, RUE ST-JEAN BAPTISTE 819-758-6669
BOUCHERVILLE 1015, RUE LIONEL DAUNAS, LOCAL 103 450-274-6174	LES COTEAUX 317, MONTÉE DU COMTÉ 450-217-2007	ST-GRÉGOIRE 3665, BOUL. PORT ROYAL 819-375-1112	VIMONT 26, BOUL. BELLEROSSE EST 450-629-6191
BROMONT 816, RUE SHEFFORD 450-877-1000	LOUISEVILLE 223, AV. ST-LAURENT 819-228-2008	ST-HILAIRE 430, BOUL. SIR-WILFRID-LAURIER, #200 450-864-0911	NOUVEAU-BRUNSWICK
BROSSARD 7800, BOUL. TASCHEREAU 579-723-7333	MASCOUCHE 385, MONTÉE MASSON 450-914-1422	ST-HYACINTHE 3200, BOUL. LAFRAMBOISE 450-768-5412	LAMÈQUE 59 B, RUE PRINCIPALE 1-877-845-2200
CHAMBLY 1267, AVENUE BOURGOGNE 450-658-5600	MERCIER 240, BOUL. ST-JEAN BAPTISTE 450-692-4110	ST-JEAN-SUR-LE-RICHELIEU 148, RUE RICHELIEU 450-358-3868	
CHANDLER 83 C, RUE COMMERCIALE OUEST 418-689-2323	MONTREAL 360, RUE NOTRE-DAME OUEST 514-395-9000	1025, BOUL. DU SÉMINAIRE N., LOCAL 3 450-515-8115	
CHARLESBOURG 305, 76 ^E RUE OUEST 418-948-2440	MONT-JOLI 1564-2, BOUL. JACQUES-CARTIER 418-775-0035	ST-JÉRÔME 281, RUE DE MONTIGNY 450-565-8484	
CHOMEDEY 4020, BOUL. ST-MARTIN OUEST 450-687-6800	NEUFCHÂTEL 2084, BOUL. BASTIEN 418-842-3012	ST-NICOLAS, QUÉBEC 845, RTE MARIE-VICTORIN, LOCAL 17 418-839-3939	
DEUX-MONTAGNES 2871, BOUL. DES PROMENADES, #130 450-491-8000	PONT-ROUGE 2, RUE ST-PIERRE 581-705-2500	SAINT-LIN-LAURENTIDES 294, ROUTE 335 514-360-6820	
DRUMMONDVILLE 459 A, RUE ST-PIERRE 819-477-2771	PRÉVOST OUVERTURE BIENTÔT	STE-AGATHE 60, RUE PRINCIPALE EST 819-774-1533	
FABREVILLE 3866, BOUL. STE-ROSE 450-241-1400	RAWDON 3290, 1 ^{ÈRE} AVENUE 450-834-7227	STE-CATHERINE 5600, ROUTE 132 450-638-3223	
FERMONT 299, RUE LE CARREFOUR, LOCAL 56 418-287-5600	RIMOUSKI 167, AVENUE BELZILE 418-727-5934	STE-JULIE 1700, CH. DU FER À CHEVAL, #114 450-922-4888	
GATINEAU 91, RUE GAMELIN 819-771-6271	ROSEMÈRE 334 B, CHEMIN DE LA GRANDE-CÔTE 450-978-7032	STE-THÉRÈSE 200, BOUL. DU CURÉ-LABELLE 450-434-5444	
GRAND-MÈRE 747, 5 ^E AVENUE 819-538-6858	ROUYN-NORANDA 135 B, RUE PERREAU EST 819-917-3535	TERREBONNE 1021, BOUL. DES SEIGNEURS 450-312-6207	

SUIVEZ-NOUS SUR FACEBOOK
facebook.com/voyagevasco • www.voyagevasco.com