



L'ACTUALITÉ

Le Domaine de Fontenille, dans le Vaucluse, a décidé de profiter des mois de septembre et d'octobre pour proposer à sa clientèle un séjour à thème.

Les vignobles du
Domaine de Fontenille

Et si les vendanges étaient l'occasion de proposer des séjours œnotouristiques ?



Romy Carrère

www.lhotellerie-restauration.fr/publications/romy.carrere

En véritables passionnés du vin, Frédéric Biousse et Guillaume Foucher, les propriétaires du Domaine de Fontenille (Vaucluse), ont imaginé, à l'occasion des vendanges, un programme inédit pour leurs hôtes, du 22 septembre au 18 octobre, mêlant œnologie et gastronomie. Une offre permettant de découvrir l'ambiance passionnée et concentrée d'un vignoble en pleine effervescence. Lors de ce séjour, les œnophiles partageront leur temps entre dégustations, participation aux vendanges, balade dans le chai ou encore découverte des traditions des vigneron d'antan.

Au programme : un dîner gastronomique avec accords mets et vins au

restaurant Le Champ des lunes orchestré par le chef Jérôme Faure, ou un dîner bistrannique à La Cuisine d'Amélie pour apprécier quelques plats signature du chef. L'expérience se poursuit avec une nuit dans la Bastide et un réveil matinal pour déguster un petit déjeuner au beau milieu des vignes. Pour la suite de la journée, les hôtes pourront s'improviser vendangeurs : cueillette des raisins, tri des grappes, découverte du processus de vinification... Deux jours d'initiation au vin qui se terminent par la dégustation des cuvées du domaine. ■



Les vins du Domaine de Fontenille.

LE MOT DE L'EXPERT

Les séjours à thème, c'est comme la restauration à thème. Les clients les apprécient car ils vivent une expérience avec le restaurateur ou avec l'hôtelier. C'est un moment tourné vers le produit, sa fabrication, son évolution et sa dégustation. Il y a des expériences gustatives, sensorielles ou visuelles. Ce qui importe pour les clients est de découvrir, d'apprendre et de partager, d'en savoir plus sur ce qu'ils mangent et ce qu'ils boivent.

Ce moment doit être vrai et sincère. Ce ne doit pas être une mise en scène à des fins marketing. Les consommateurs doivent repartir étonnés, surpris et avec une seule envie : d'en parler autour d'eux et peut-être de revenir.

Bernard Boutboul, directeur de Gira Conseil

UNE QUESTION?
RENDEZ-VOUS SUR
LES BLOGS DES EXPERTS

'Idées simples
pour doper les recettes
de votre restaurant'



www.lhotellerie-restauration.fr

