

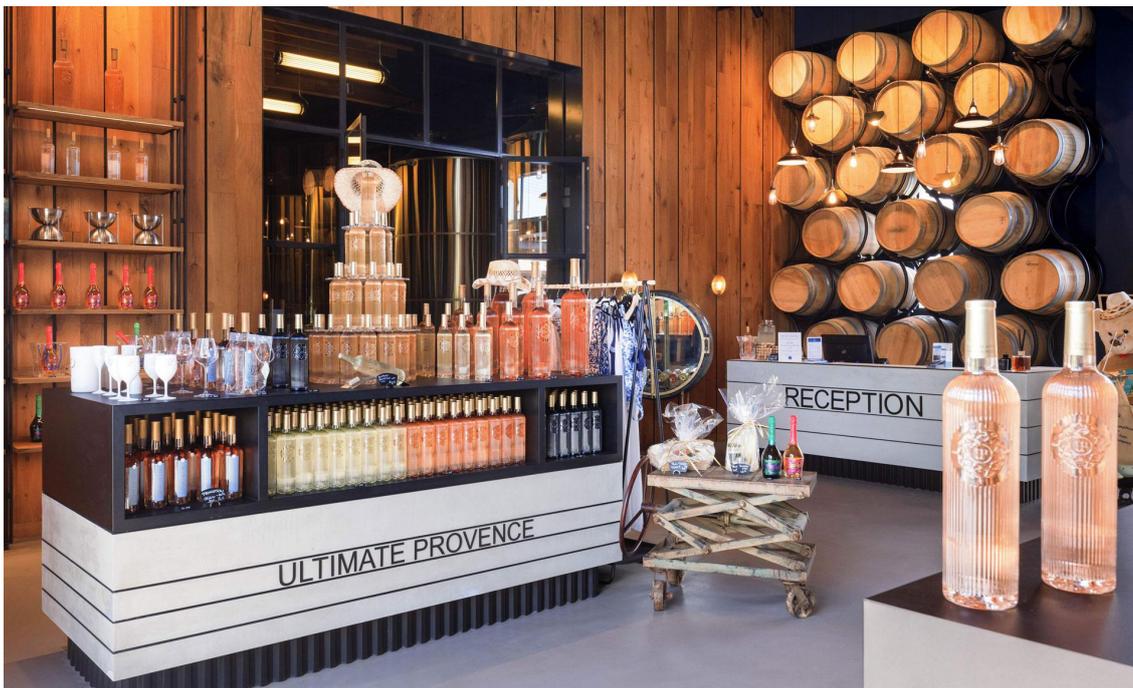
Caveaux de dégustation : tradition ou modernité ?

Le caveau de vente, coeur de la rencontre vigneronne, est bien plus qu'un simple lieu de transaction. Dans certains domaines, il est le résultat d'un design étudié et offre tout un panel d'expériences œnotouristiques. Dans d'autres, c'est l'accent sur le vin, le lien avec son créateur, qui créent des souvenirs inoubliables.

Aux Etats-Unis, dans la Napa et la Sonoma Valley, les vignobles ont érigé des caveaux de dégustation taillés pour l'œnotourisme. Services à la carte, activités à la pelle, ces lieux de vente ont des allures XXL. C'est le cas dans de nombreux vignobles du Nouveau Monde ! La France offre un panorama plus contrasté, avec d'un côté des vignobles familiaux dotés de caveaux traditionnels. Et de l'autre, des caveaux de dégustation dernier cri.

Le vin est intégré dans une expérience qui le magnifie

En Provence, en plein coeur de la Réserve Naturelle de la Plaine des Maures, une destination hybride a vu le jour il y a quelques années. Intégré dans un écrin de nature de 300 hectares, dont 50 hectares de vignes, Ultimate Provence casse les codes de la vente directe et de la dégustation traditionnelle.



Un lieu d'accueil à l'esthétique soignée chez Ultimate Provence - Crédit photo : Ultimate provence / Photographe Hervé Fabre

Hôtel 4 étoiles, rooftop et restaurant, chai et salles de dégustation, terrains de sport, piscine : l'adresse ouvre de nombreuses perspectives touristiques. On a imaginé un écosystème différent d'un domaine de vin classique ou d'un hôtel, dont le vin est l'un des piliers, mais pas la seule clef d'entrée, explique Maxime Mathon, Directeur commercial et marketing du groupe MDCV. Omniprésence du béton brut, design et couleurs franches signés par le cabinet Humbert & Poyet, le caveau de

dégustation est ouvert sur un chai multimodal, dédié à la vinification et à [l'évènementiel](#). Dans cette destination, le vin est intégré dans une expérience qui le magnifie, souligne Maxime Mathon.

Côté vin, 3 cuvées, une par couleur, facilitent la lecture du vignoble sans approche élitiste. La vente directe au comptoir, dans son acception classique, est de plus en plus supplantée par un besoin d'expériences. La volonté de notre clientèle est de se créer des souvenirs. L'esthétique a un vrai sens, on le voit au niveau de l'attrait pour le lieu, pour nos bouteilles striées, très design, termine M. Mathon.

Ce que les gens viennent chercher, c'est une histoire

À l'opposé, de nombreux domaines reçoivent leur clientèle dans l'intimité d'un caveau traditionnel, qui met la lumière sur le vin et le contact avec le vigneron. Cet accueil, complémentaire à celui qui est proposé par les outils de réception et de vente plus modernes, séduit une clientèle désireuse de mettre un visage et de la proximité sur un produit considéré comme culturel. Mes clients, quand ils arrivent dans des caveaux grandioses, sont impressionnés, mais ils restent sur leur faim. Ce qu'ils viennent chercher, c'est une histoire, une rencontre, un contact direct avec le créateur du vin. Parfois, la dégustation se fait sur un coin de table, dans un bureau ou même au milieu des vignes. Mais quand le discours sur le vin démarre, peu importe l'écrin, la magie l'emporte, explique Jérôme Villaret, fondateur de l'agence spécialisée en oenotourisme Les Pépites du Sud.



Explications sur le métier de vigneron au milieu des vignes - Crédit photo : Jérôme Villaret, Les Pépites du Sud

Peu importe l'écrin donc, pourvu que l'expérience de dégustation, lorsqu'elle prend le dessus, soit irréprochable, pour ce professionnel : avec des verres à dégustation dignes de ce nom et des vins servis à la bonne température. Les grands domaines perdent parfois de vue l'histoire du vin, et donc le supplément d'âme que viennent chercher les visiteurs. C'est important de garder ce lien, termine J. Villaret.

Je ne suis pas là pour vendre du vin mais pour expliquer mon métier

Dans le Minervois , au Domaine La Tour Boisée, Jean-Louis Poudou prend le temps de recevoir chaque client et de transmettre sa passion du métier. Je ne suis pas là pour vendre du vin mais pour expliquer mon travail car j'aime la vigne. Je n'ai jamais un discours technique mais philosophique. Quand les gens arrivent, j'essaie de savoir qui ils sont, d'où ils viennent car en France on a des appréciations du vin très régionalisées. Je les emmène sur la parcelle, j'improvise, je les invite à imaginer le cheminement d'une racine qui visite le sol, les étapes de transformation d'un raisin en cuve, et je tente de leur faire comprendre ce qu'ils n'arrivent pas à expliquer. C'est une approche émotionnelle , explique-t-il.



Jean-Louis Poudou transmet son amour du travail dans les vignes - Crédit photo : Domaine La Tour Boisée

Puits de sciences et d'anecdotes, ce vigneron qui n'a pas sa langue dans sa poche, avoue ne pas parler très bien anglais, mais qu'il importe. Je me débrouille toujours pour avoir un interprète, ma fille, mon beau-fils, car je préfère parler en français ! L'important est de transmettre le message, de parler de la nature, et tous ces échanges sont indispensables à l'éducation du vin , termine-t-il.