

Une ode à la planète



Cenizaro Hotels & Resorts lance une palette d'expériences gastronomiques durables à l'occasion de la Journée de la Terre 2024

Comme révélé dans le Virtuoso Luxe Report 2024, les deux plus grandes tendances qui façonnent les voyages cette année sont le développement durable, ainsi que les voyages culinaires. En effet, 46 % des experts déclarant que le changement climatique incite leurs clients à voyager différemment, 70 % ont constaté une augmentation au cours des 12 derniers mois*.

Pour répondre à cette demande croissante d'expériences durables et culinaires, le groupe d'hôtellerie de luxe Cenizaro Hotels and Resorts lance un certain nombre d'initiatives sur l'ensemble de son portefeuille qui s'étend sur l'île Maurice, la Tunisie, Zanzibar, Bintan et les Maldives. Coïncidant avec la Journée de la Terre 2024, les établissements sont ravis de lancer en avril de nouveaux menus plant-based, avec des plats qui incorporent des légumes et des herbes cueillis dans le "Earth Basket" de chaque établissement, et remplaceront l'happy hour par l'Healthy Hour.

Hommage au monde naturel, le "Earth Basket" est un concept de jardin potager où des fruits, des légumes et des herbes locales sont cultivés avant d'être récoltés et utilisés par les restaurants et le spa de l'hôtel. Les nouveaux menus mettront en valeur les produits locaux, invitant les clients à opter pour des plats délicieux créés à partir d'ingrédients fraîchement cultivés sur place, des quesadillas de haricots noirs et de pommes de terre de The Residence Maldives, au couscous fumé sauvage et au confit de légumes de The Residence Tunis. Grâce à cette initiative, Cenizaro espère encourager les clients à être plus attentifs à leurs comportements, en leur offrant une alternative saine et biologique tout en minimisant les déchets alimentaires et les produits importés dans les établissements hôteliers.

En ce qui concerne les boissons, le remplacement de l'happy hour par une Healthy Hour permettra non seulement aux clients de siroter et de savourer des ingrédients locaux, mais aussi de répondre au nombre croissant de voyageurs curieux de sobriété. Avec 36 % de la génération Z qui ne boit plus d'alcool*, le nouveau menu offre à tous les clients une expérience qui correspond au mieux à leurs préférences. Les créations Healthy Hour comprendront une gamme de smoothies et de jus pour étancher la soif et régénérer l'âme, composés d'ingrédients nourrissants tels que les graines de chia, le

gingembre, la poudre de Matcha et le curcuma. Les clients peuvent déguster un Wellness Booster sur le sable doré des Maldives avec de la papaye et des bananes avant de participer à une séance de yoga au

lever du soleil, tandis que ceux qui se rendent à Tunis peuvent goûter une concoction traditionnelle à base de menthe, de citron et de miel après des soins de spa rajeunissants.

Ces initiatives s'inscrivent dans le prolongement de l'engagement de Cenizaro à inspirer le changement pour un avenir meilleur et plus durable. Le programme Cenizaro Cares a été créé non seulement pour contribuer au respect de l'environnement et réduire les émissions de carbone, mais aussi pour améliorer le bien-être des personnes dans le besoin au sein des communautés locales des hôtels. En plus des nouvelles expériences de restauration durable, les clients peuvent faire don d'un dollar par jour durant leur séjour pour soutenir les populations locales et améliorer la vie des enfants et des familles défavorisés au sein des communautés que les Cenizaro Hotels & Resorts emploient et abritent. Alors que le portefeuille continue de s'étendre à l'échelle mondiale, la marque espère que le programme permettra à chaque établissement de s'enraciner davantage dans la communauté, tout en permettant aux clients d'avoir un impact positif perceptible bien au-delà de leur séjour.

**2024 Virtuoso Luxe Report & [NCSolutions Survey](#)*

À propos de Cenizaro Hotels & Resorts

Branche hôtelière de Bonvests Holdings Limited, Cenizaro Hotels & Resorts est une société internationale leader dans le domaine de l'immobilier et de l'hôtellerie. Elle possède un portefeuille d'hôtels de luxe indépendants situés dans les endroits les plus prisés du monde. Des destinations balnéaires exotiques avec les établissements The Residence by Cenizaro à l'île Maurice, aux Maldives, en Tunisie, à Zanzibar et en Indonésie, aux paradis culturels enchanteurs avec le premier riad-hôtel de charme du Maroc, La Maison Arabe, Marrakech, et le Riad Elegancia, Marrakech, au charme intime, en passant par les établissements urbains avec le Sheraton Towers Singapore et le Four Points by Sheraton Perth, chaque hôtel reflète une personnalité distincte et un sens de l'espace. L'engagement de Cenizaro à offrir des expériences enrichissantes est évident dans tous les aspects de son activité, qu'il s'agisse de produits d'hospitalité exceptionnels ou de services personnalisés.

À propos de The Residence by Cenizaro

Les établissements The Residence by Cenizaro sont situés dans certaines des plus belles destinations du monde, chacune d'entre elles bénéficiant d'une plage magnifique. Le portefeuille est inspiré de sa mission qui consiste à enrichir l'expérience de chaque client et à créer un environnement relaxant qui reflète la destination. Chaque établissement s'efforce de créer des souvenirs durables, qu'il s'agisse de la nourriture, de l'offre bien-être ou de l'engagement envers les communautés locales de chaque destination. En lançant sa première propriété en 1996, The Residence Tunis, la marque d'hospitalité établie a ensuite lancé The Residence Mauritius, The Residence Zanzibar, The Residence Maldives at Falthumaafushi, The Residence Bintan, The Residence Maldives at Dhigurah et, plus récemment, The Residence Douz, la première propriété dans le désert qui a ouvert ses portes en 2023. Une nouvelle expansion est prévue avec deux hôtels en Tunisie, la Médina de Tunis et l'île de Djerba, ainsi que Ubud, Bali et Mapur, les îles Riau en Indonésie.

The Residence by Cenizaro fait partie de la collection exclusive Ultratravel de la Global Hotel Alliance (GHA) et de son programme de fidélisation multimarque, GHA DISCOVERY.