



Sunsets
Vignerons
en Luberon

SUNSETS
VIGNERONS

BILAN

2023



1. RAPPEL EN CHIFFRE DES ANNÉES PRÉCÉDENTES & ÉVOLUTION

2021 :

NOMBRE DE DOMAINES AU LANCEMENT : 25
DATES : 13
NOMBRE TOTAL DE SOIRÉES : 92
NOMBRE DE DOMAINES AYANT PARTICIPÉ : 24
NOMBRE DE SOIRÉES MAINTENUES : 72
PARTICIPANTS : **1 383**

2022 :

NOMBRE DE DOMAINES AU LANCEMENT : 27
DATES : 14
NOMBRE TOTAL DE SOIRÉES : 80
NOMBRE DE DOMAINES AYANT PARTICIPÉ : 27
NOMBRE DE SOIRÉES MAINTENUES : 73
PARTICIPANTS : **1 431**

2. ÉDITION 2023

EN 2023, LA COLLABORATION ENTRE OFFICES DE TOURISME SE POURSUIT. C'EST DONC 5 TERRITOIRES ADMINISTRATIFS QUI PARTICIPENT AUX SUNSETS VIGNERONS EN LUBERON, CE QUI CORRESPOND AU PÉRIMÈTRE D'UNE DESTINATION TOURISTIQUE COHÉRENTE. POUR L'ÉDITION 2023, 29 DOMAINES VITICOLES SE SONT ENGAGÉS À NOS CÔTÉS POUR UN TOTAL DE 77 SOIRÉES RÉPARTIES EN 13 DATES SUR 5 THÉMATIQUES DU 20 JUIN AU 12 SEPTEMBRE (TOUS LES MARDIS À 18H30). 12 TRAITEURS SONT ÉGALEMENT ENGAGÉS CETTE ANNÉE.

- PARTICIPANTS ADULTES MOYEN/SOIRÉE : 19,43
- ENFANT MOYEN/SOIRÉE : 0,63
- PARTICIPANTS MOYEN/SOIRÉE : **20,18**

AU TOTAL **1 433** PERSONNES ONT ÉTÉ RECENSÉES SUR L'ENSEMBLE DE L'ÉVÉNEMENT DONT 1380 PLACES ADULTES PAYANTES, 45 PLACES ENFANTS PAYANTES ET 17 INVITÉS.

- **PROGRESSION / 2022 : + 0,1%**

3. RÉPARTITION PAR SOIRÉES (/MOIS)

- **DESTINATION LUBERON** : 8 DOMAINES / 29 SOIRÉES / 1 ANNULATION
- **PAYS D'APT LUBERON** : 8 DOMAINES / 22 SOIRÉES / 1 ANNULATION
- **LUBERON SUD TOURISME** : 9 DOMAINES / 11 SOIRÉES / 2 ANNULATIONS
- **ISLE SUR LA SORGUE TOURISME** : 1 DOMAINE / 6 SOIRÉES
- **OT PERTUIS** : 3 DOMAINES / 8 SOIRÉES / 2 ANNULATIONS

ANNULATIONS (6 SUR 77) DUES POUR LA PLUPART AU FAIT QUE LES 10 RÉSERVATIONS N'ONT PAS ÉTÉ ATTEINTES (PARTICIPANTS INSUFFISANTS) - ANNULATION DE 5 SOIRÉES ENTRE LE 20 JUIN ET LE 4 JUILLET.

4. COMMUNICATION & PROMOTION

RÉSEAUX SOCIAUX :

 ENSEMBLE DES OT	 DESTINATION LUBERON	 ENSEMBLE DES OT	 ENSEMBLE OT SAUF OT PERTUIS
28 POSTS	5 POSTS	8 POSTS	4 POSTS
1337 LIKES	26 LIKES	1926 LIKES	97 LIKES
COUVERTURE 75787	COUVERTURE 984	COUVERTURE 30577	COUVERTURE 1849

DOCUMENTS PRINT :

DEUX DOCUMENTS D'INFORMATION ONT ÉTÉ ÉDITÉS POUR PROMOUVOIR L'ÉVÉNEMENT :

- **DÉPLIANT 4 VOLETS**, FORMAT OUVERT 640X160MM, FORMAT FERMÉ 160X160 : 7 000 EXEMPLAIRES
- **AFFICHES** : 50 EXEMPLAIRES A4 ET 30 EXEMPLAIRES A3

AUTRES SUPPORTS :

- 3 PASSAGES À LA RADIO
- KIT COMMUNICATION FOURNI AUX DOMAINES VITICOLES PARTICIPANTS
- COMMUNIQUÉ DE PRESSE
- DOSSIER DE PRESSE
- ENCARTS PUBLICITAIRES : JOURNAL DU LUBERON, JOURNAL DU PAYS D'AIX ET DU PAYS SALONNAIS

5. BILAN FINANCIER DE L'OPÉRATION :

DEPENSES		RECETTES	
CRÉATION GRAPHIQUE : MAJ AFFICHE ET PROGRAMME + KIT COM'	600 €	VENTES	44 169,00 €
IMPRESSION	988,60 €	SUBVENTION AOC	1 000,00 €
PARUTION JOURNAL AURÉLIAS EDITIONS (1/2 PAGE JOURNAL DU LUBERON, JOURNAL DES ALPILLES ET JOURNAL DU PAYS D'AIX ET PAYS SALONNAIS)	1 800,00 €		
REPAS VIGNERONS	2 223,00 €		
INVITATION PRESSE	108 €		
FACTURES TRAITEURS	40 333,16 €		
46 727,76 €		45 884,00 €	
		BALANCE	
		-883,76 €	

ATTENTION : LA MASSE SALARIALE DE DESTINATION LUBERON ET DES OFFICES DE TOURISME PARTICIPANTS À L'OPÉRATION N'A PAS ÉTÉ VENTILÉE DANS LE BILAN FINANCIER.

LES SOIRÉES ONT ÉTÉ COMMERCIALISÉES AU PRIX DE 32€. SUR CHAQUE BILLET, DESTINATION LUBERON ENREGISTRE UNE MARGE DE 5€ (SAUF SUR LES BILLETS "ENFANT" VENDUS À 13€). CETTE MARGE ENREGISTRÉE PERMET À DESTINATION LUBERON D'ASSURER UNE PARTIE DES COÛTS LIÉS À LA COMMUNICATION ET LA PROMOTION DE L'ÉVÉNEMENT.

LA RÉFLEXION DOIT CONTINUER SUR L'AMÉLIORATION ET LA SIMPLIFICATION DES ÉCHANGES AVEC LES PROFESSIONNELS EN CAS D'URGENCE POUR OPTIMISER LE TRAVAIL EN BACK OFFICE, MAIS ÉGALEMENT ENTRE OFFICES POUR ÉVITER CERTAINES SITUATIONS PROBLÉMATIQUES. LA PART DE LA PROMOTION DANS LE BUDGET DIMINUE QUANT À ELLE GRACE À LA NOTORIÉTÉ GRANDISSANTE DES "SUNSETS VIGNERONS"

UNE DIMINUTION DU NOMBRE D'EXEMPLAIRES IMPRIMÉS (DÉPLIANTS) A ÉTÉ RÉALISÉE CETTE ANNÉE 2023.

6. PROBLÉMATIQUES & DYSFONCTIONNEMENTS :

ANNULATIONS DE SOIRÉES : (6/77)

- AUCUNE SOIRÉE N'A ÉTÉ ANNULÉE À CAUSE DE LA MÉTÉO DÉFAVORABLE CETTE ANNÉE ENCORE.
- 5 L'ONT ÉTÉ À CAUSE DE PARTICIPANTS INSUFFISANTS.
- 1 POUR CAUSE D'ANNULATION ANTICIPÉE QUI N'AURAIT PAS DU L'ÊTRE, DÉFAUT DE COMMUNICATION.

AU TOTAL, 6 SOIRÉES ONT ÉTÉ ANNULÉES AU COURS DE L'ÉDITION 2023, SOIT 1 DE MOINS QU'EN 2022.

(6/77 CONTRE 7/80)

CES ANNULATIONS ONT ENTRAÎNÉ DES PROBLÉMATIQUES DIVERSES :

- TRANSFERTS DE CLIENTS D'UN DOMAINE À UN AUTRE
- MODIFICATIONS DES COMMANDES TRAITEURS
- REMBOURSEMENTS DES CLIENTS.



FACTURATION TRAITEUR :

EN TANT QUE PORTEUR DE L'ÉVÈNEMENT ET GÉRANT DE LA BILLETTERIE EN LIGNE, DESTINATION LUBERON CENTRALISE L'ENSEMBLE DES FACTURES TRAITEURS POUR L'ENSEMBLE DES TERRITOIRES. CHAQUE OFFICE DE TOURISME PEUT FAIRE LE CHOIX DE COMMANDER UN OU PLUSIEURS "REPAS VIGNERONS" EN PLUS DE LA COMMANDE CLIENT. CES REPAS SUPPLÉMENTAIRES POUR LES DOMAINES SONT À LA CHARGE DES OFFICES DE TOURISME RÉFÉRENTS.

L'ENSEMBLE DES FACTURES CONFORMES DOIVENT ÊTRE TRANSMISES À DESTINATION LUBERON ET ADRESSÉES, POUR RAPPEL, À "OT LMV - DESTINATION LUBERON" POUR PAIEMENT, MENTIONNANT LE LIBELLÉ SUNSETS VIGNERONS, LA DATE DE L'ÉVÈNEMENT AINSI SUR LE NOMBRE DE REPAS (ADULTES/ENFANTS SERVIS).

7. QUESTIONNAIRES SATISFACTION :

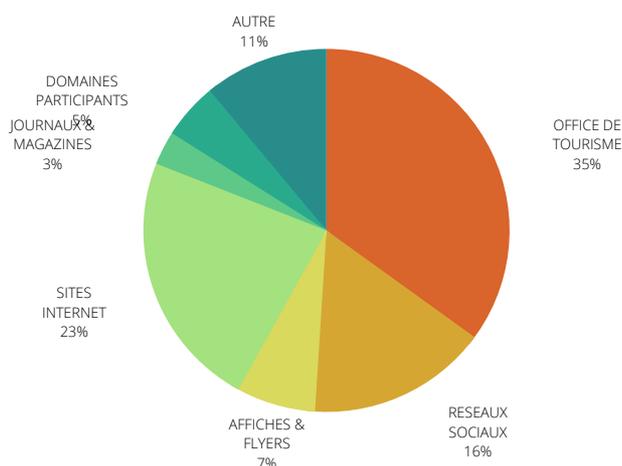
LES QUESTIONNAIRES ONT ÉTÉ ENVOYÉS TOUS LES MERCREDIS MATIN SUIVANT LA SOIRÉE SUNSETS DE LA VEILLE À L'ENSEMBLE DES PARTICIPANTS VIA L'ADRESSE MAIL FOURNIE LORS DE LEUR RÉSERVATION.

NOMBRE DE RÉPONSES AU QUESTIONNAIRE SATISFACTION:

150 RÉPONSES REÇUES SUR L'ENSEMBLE DE L'ÉDITION 2023 (ATTENTION CERTAINES RÉSERVATIONS ÉTÉ FAITES POUR DE NOMBREUSES PERSONNES, UNE SEULE RÉPONSE A ÉTÉ REÇUE À CHAQUE FOIS.

COMMENT AVEZ-VOUS CONNU L'ÉVÈNEMENT ?

- OFFICE DE TOURISME : **35%**
- AFFICHES & FLYERS : 7%
- JOURNAUX & MAGAZINES : 3%
- AUTRE : 11% "BOUCHE À OREILLE", "AMIE Y PARTICIPANT", "FRANCE BLEUE VAUCLUSE", ETC.
- RÉSEAUX SOCIAUX : 16%
- SITES INTERNET : 23%
- DOMAINES PARTICIPANTS : 5%



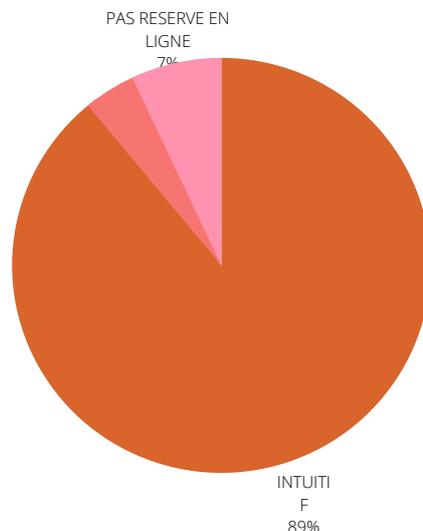
LES SITES INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX SONT LES DEUX PRINCIPAUX CANAUX DE COMMUNICATION QUI ONT FAIT CONNAÎTRE L'ÉVÈNEMENT. ON CONSTATE QUE LE PRESCRIPTEUR PRINCIPAL CET ANNÉE EST "LES OFFICES DE TOURISME" AVEC 35% DES PARTICIPANTS QUI ONT CONNU L'ÉVÈNEMENT DE CETTE MANIÈRE (TOUT COMME EN 2022). ON PEUT DONC EN DÉDUIRE QUE LES CONSEILLERS EN SÉJOUR AINSI QUE LES PERSONNELS SAISONNIERS ONT ET DOIVENT JOUER UN RÔLE PRIMORDIAL À LA COMMERCIALISATION DES SOIRÉES SUNSETS VIGNERONS.

VOTRE EXPÉRIENCE DE RÉSERVATION, SI VOUS AVEZ RÉSERVÉ VOTRE SOIRÉE EN LIGNE, QU'AVEZ-VOUS PENSÉ DU PROCESSUS DE RÉSERVATION ?

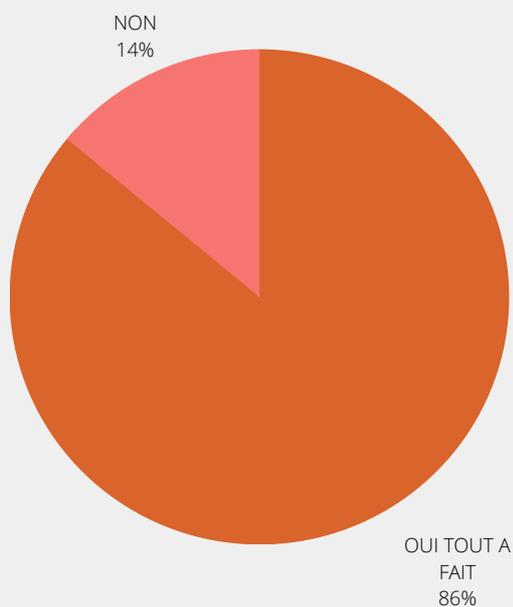
- SIMPLE ET INTUITIF : 89%
- DES DIFFICULTÉS : 4%
- JE N'AI PAS RÉSERVÉ EN LIGNE : 7%

LE SYSTÈME DE RÉSERVATION EST POUR LA MAJEURE PARTIE DES GENS, SIMPLE, 4% DES PERSONNES ONT ÉPROUVÉ DES DIFFICULTÉS À RÉSERVER CONTRE 16% L'AN DERNIER.

CES CHIFFRES SONT BIEN MEILLEURS QUE L'AN DERNIER AVEC LE PASSAGE CETTE ANNÉE AU SYSTÈME DE RÉSERVATION EN LIGNE WELOGIN.



VOTRE SOIRÉE DANS LE DOMAINE A-T-ELLE ÉTÉ FIDÈLE À LA DESCRIPTION ANNONCÉE ?



- OUI TOUT À FAIT : 86%
- NON, POUR QUELLE RAISON : 14%

EXTRAITS DES COMMENTAIRES :

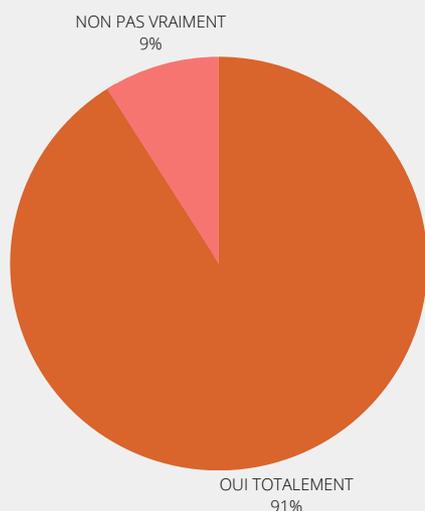
“MOIN D'INVESTISSEMENT DE LA PART DES HÔTES QUE L'AN DERNIER”

“LA BALADE DANS LES VIGNES N'A PAS ÉTÉ FAITE, NOUS AVONS ÉTÉ DÉÇUS”

LE CONCEPT DE LA SOIRÉE (BALADE + VISITE + DÉGUSTATION) A-T-IL SATISFAIT ?

• OUI TOUT À FAIT : **91%** (143/157)

• PAS TOTALEMENT ? QUELLE AMÉLIORATION SUGGÉREZ-VOUS ? : **9%**



EXTRAITS DES COMMENTAIRES :

"UN VRAI ÉCHANGE AVEC LE VIGNERON AU MILIEU DES VIGNES. PAS UN BREF COMMENTAIRE DE LA RESPONSABLE DE BOUTIQUE."

"LE CONCEPT EST TRÈS SYMPA DANS LA MESURE OÙ IL EST RESPECTÉ, ABSENCE DE BALADE DANS LES VIGNES ET REPAS TROP LONG"

"DOMMAGE DE N'AVOIR PU MANGER DANS DE VRAIES ASSIETTES, AVEC DES COUVERTS, SUR UNE GRANDE TABLE"

ÊTES-VOUS SATISFAIT DE LA BALADE DANS LES VIGNES ET DE LA VISITE DES CHAIS ?

EXTRAITS DES COMMENTAIRES :

"LES PERSONNES N'ÉTAIENT PAS SUFFISAMMENT EXPÉRIMENTÉES"

"PAS DE BALADE DANS LES VIGNES"

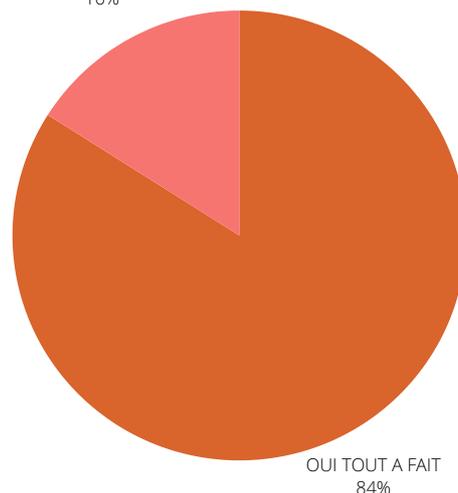
"BALADE DANS LES VIGNES TROP COURTE"

"PAS VRAIMENT EU DE BALADE ET DE VISITE. SEULEMENT UN APPERÇU."

"L'ACCUEIL DES INVITÉS DOIT ÊTRE MEILLEUR...ILS SONT ASSIS ET NE FONT AUCUN EFFORT POUR NOUS ACCUEILLIR."

"EXPLICATIONS TROP SUCCINTES"

NON PAS TOTALEMENT
16%

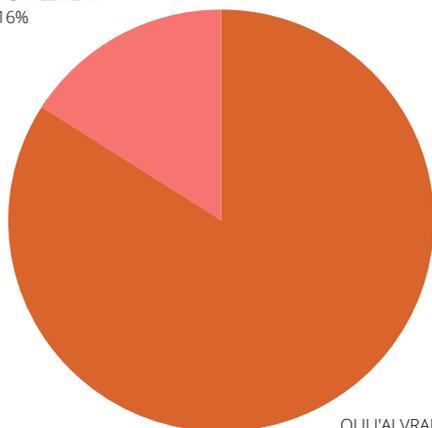


• OUI TOTALEMENT : **84%**

• NON PAS VRAIMENT ? QU'EST-CE QUI VOUS A DÉPLU ? : **16%**

ÊTES-VOUS SATISFAIT DE LA DÉGUSTATION PROPOSÉE ET DE SES EXPLICATIONS ?

NON PAS TOTALEMENT
16%



OUI J'AI VRAIMENT APPRÉCIÉ
84%

- **OUI J'AI VRAIMENT APPRÉCIÉ : 81%**
- **NON PAS TOTALEMENT ? FAITES-NOUS PART DE VOS REMARQUES ET SUGGESTIONS : 19%**

EXTRAITS DES COMMENTAIRES :

“J'AI BEAUCOUP APPRIS SUR LA BIODYNAMIE ET LES CÉPAGES”

“L'APPORT HISTORIQUE ÉTAIT VRAIMENT CHOUETTE, MERCI À BENOIT ET NOÉMIE”

“D'EXCELLENTS CRUS”

“PAS BEAUCOUP D'EXPLICATIONS”

“LE DOMAINE PROPOSE LA QUASI TOTALITÉ DE LA GAMME DE VINS”

“VINS SERVIS AVEC PARTIMONIE”

ÊTES-VOUS SATISFAIT DES PLATS QUI VOUS ONT ÉTÉ PROPOSÉS ?

EXTRAITS DES COMMENTAIRES :

“LE REPAS N'EST PAS À LA HAUTEUR ”

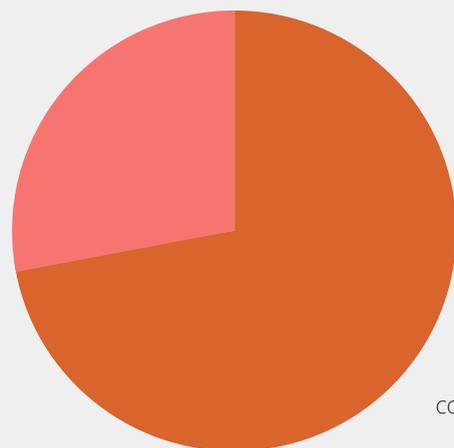
“PLAT PRINCIPAL SERVI PRESQUE FROID ÇA N'A PAS ÉTÉ AGRÉABLE”

“J'AI TROUVÉ QUE LA QUALITÉ DES PLATS ÉTAIT EN DECA DE CE QUE NOUS AVONS CONNU L'ANNÉE DERNIÈRE (DANS D'AUTRES DOMAINES IL EST VRAI).”

“FROMAGE CHARCUTERIE OK MAIS IL FAUDRAIT PRÉVOIR A MON AVIS UN "VRAI " DESSERT A LA PLACE DE 3 BRUGNONS/PAIN DUR ET INSUFFISANT.”

“SATISFAITE MAIS DOMMAGE QUE LES PLATS SOIENT SERVIS DANS DES BARQUETTES EN CARTON/COUVERTS EN BOIS.”

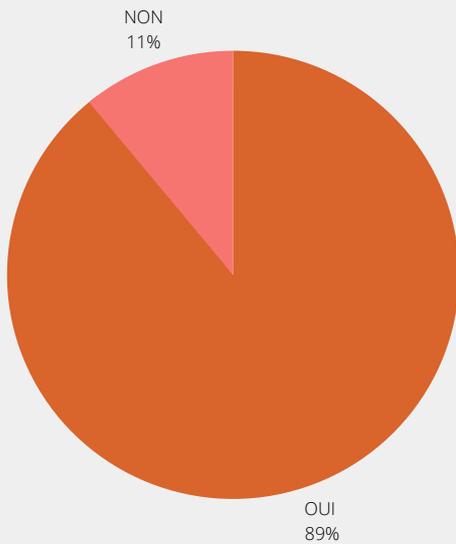
NON PAS TELLEMENT
28%



COMPLÈTEMENT
72%

- **OUI COMPLÈTEMENT : 72%**
- **NON PAS TELLEMENT? DITES-NOUS CE QUI VOUS A DÉPLU : 28%**

AVEZ-VOUS APPRÉCIÉ LES THÉMATIQUES CHOISIES ?



- OUI LES THÉMATIQUES SE PRÊTENT VRAIMENT AU CONCEPT ! : **89%**
- NON ? POUR QUELLE RAISON ? : **11%**

EXTRAITS DES COMMENTAIRES :

“JE PENSAIS QU’ON GOÛTERAIT DES FROMAGES LOCAUX.”

“TRÈS ORIGINAL ET PARTICULIÈREMENT RAFFINÉ ; BIEN PLUS QUE D’HABITUDE ! C’ÉTAIT UN VRAI DÎNER !.”

“LE REPAS ÉTAIT RELATIVEMENT ÉLOIGNÉ DU THÈME ET LA QUALITÉ ASSEZ MOYENNE (PEU DE SAVEURS)..”

TARTELETTE UN PEU SÈCHE ET SALADE UN PEU FADE. NE CORRESPONDAIT PAS À MES ATTENTES EN TERMES DE TAPAS (TAPENADE, AIL CONFIT,...)

QUELLE THÉMATIQUE SOUHAITERIEZ-VOUS TROUVER LORS D'UNE FUTURE SOIRÉE SUNSETS ?

“HERBES AROMATIQUES, ÉPICES”

“TRUFFES, TOMATES SOUS TOUTES CES FORMES”

“CHAMPIGNONS”

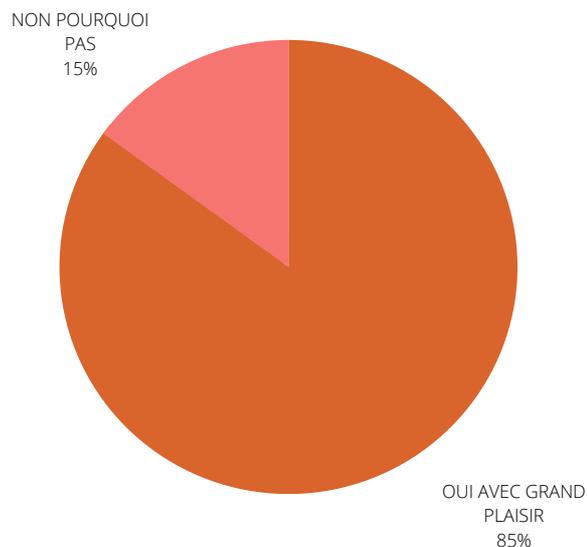
“GRILLADES/BARBECUE”

“SOIRÉE GASTRONOMIQUE”



PENSEZ-VOUS REVENIR À UNE DE NOS SOIRÉES SUNSETS VIGNERONS ?

- **OUI AVEC GRAND PLAISIR ! : 85%**
- **NON, POURQUOI NE REVIENDRIEZ-VOUS PAS ? : 15%**



EXTRAITS DES COMMENTAIRES :

“JE PRÉVOIS DE TESTER UN AUTRE DOMAINE !”

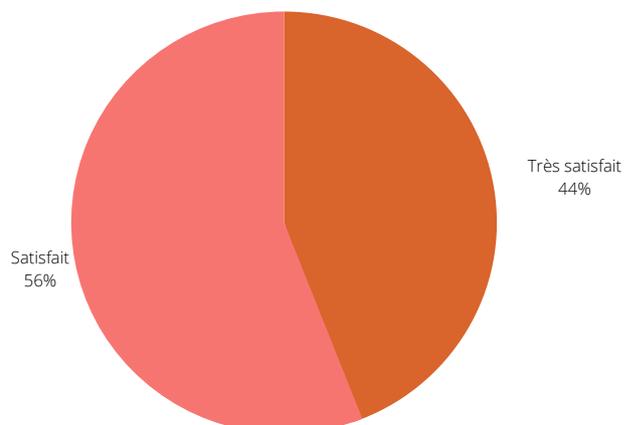
“OUI LORS DE PROCHAINES VACANCES.”

“TRES BELLE IDÉE CES SOIREES, ORIGINAL ET ON A EU UN INTERLOCUTEUR TRÈS AGRÉABLE INTÉRESSANT ”

“JE N'HABITE PAS DANS LA REGION ET ÉTAIS EN VISITE”

“CAR DÉÇU CETTE ANNÉE ET C'EST EXAGÉRÉ PAR RAPPORT AU PRIX ET LA PRESTATION PROPOSÉE”

SATISFACTION DES DOMAINES SUR L'ORGANISATION : 9 DOMAINES SUR 29 ONT PRIS LA PEINE DE RÉPONDRE



- **TRES SATISFAIT : 44%**
- **SATISFAIT : 56%**
- **PAS SATISFAIT : 0%**

EXTRAITS DES COMMENTAIRES :

"LE FAIT QUE LES VIGNERONS PUISSENT AVOIR LE LISTING"

"DE PRÉVOIR UNE LISTE D'ATTENTE"

"RIEN À DIRE SUR L'ORGANISATION, SUR LA DISPONIBILITÉ DE L'EQUIPE, TOUT EST PARFAIT"

SATISFACTION DES DOMAINES SUR LA PROCÉDURE DE RÉSERVATION :

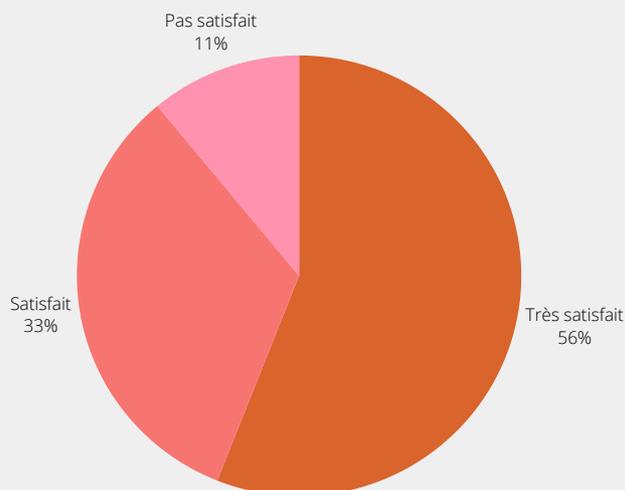
EXTRAITS DES COMMENTAIRES :

"POUR LES GENS QUI SOUHAITENT VENIR C'EST COMPLIQUÉ DE S'INSCRIRE CAR PLUSIEURS ERREURS. IL SERAIT ÉGALEMENT BIEN QUE LES VIGNERONS AIENT LE LISTING EN MÊME TEMPS POUR VOIR SI ERREUR "

"L'ENVOI DU LISTING PAR MAIL EST PARFAIT"

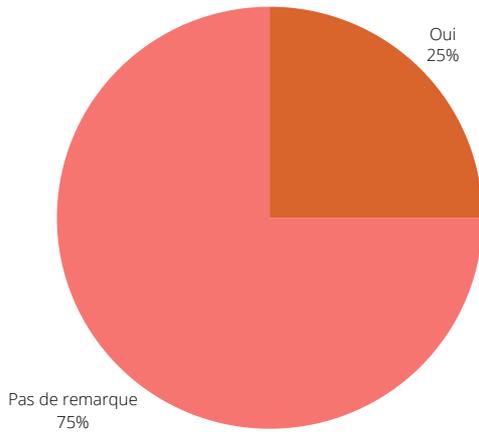
"NON LE SYSTÈME DE RÉSERVATION ÉTAIT BIEN FAIT "

"PRÉVOIR UNE LISTE D'ATTENTE ET NE PAS ENLEVER LES SOIRÉES DÉJÀ COMPLÈTES POUR MONTRER QU'ON ÉTAIT AUSSI PARTENAIRES ET AU CAS OÙ IL Y A DES ANNULATIONS"



- **TRES SATISFAIT : 56%**
- **SATISFAIT : 33%**
- **PAS SATISFAIT : 11%**

SATISFACTION DES TRAITEURS : DES THÉMATIQUES ONT POSÉ PROBLÈMES 3 TRAITEURS ONT PRIS LA PEINE DE RÉPONDRE SUR 12



- **OUI : 25%**
- **PAS DE REMARQUE : 75%**

EXTRAITS DES COMMENTAIRES :

“CHOCOLAT”

“NE PAS REMETTRE CHAQUE ANNÉE LES MÊMES THÈMES, NOUS AURONS DU MAL À PROPOSER CHAQUE ANNÉE DES METS DIFFÉRENTS SUR LES MÊMES THÉMATIQUES. LE DÉLAI DE PAIEMENT EST PROBLÉMATIQUE (CERTAINES FACTURES SONT TOUJOURS IMPAYÉES CE JOUR”

INTÉRESSÉS POUR PARTICIPER À L'ÉDITION 2024 :

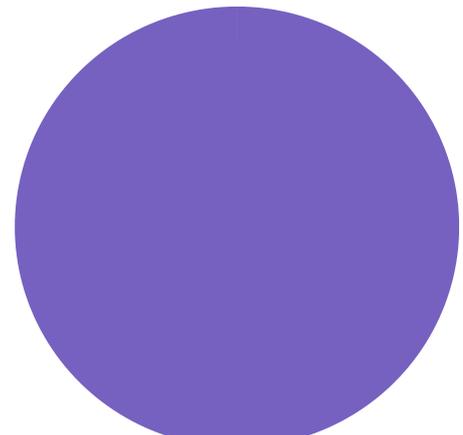
EXTRAITS DES COMMENTAIRES :

“PEUT ÊTRE PRÉVOIR DANS CERTAINS LIEUX UNE SOLUTION DE REPLI EN CAS DE MAUVAIS TEMPS !PLUS DE PARASOLS , AMENER DES BOUTEILLES D'EAU NE ME SEMBLANT PAS VRAIMENT NECESSAIRE CAR LA PLUPART DES DOMAINES VIENNENT AVEC .”

“IL Y A ENCORE DES DOMAINES QUI N'ONT PAS DE FRIGO POUR STOCKER LA MARCHANDISE LIVRÉE. LEUR CAVE N'EST PAS UNE ZONE ASSEZ FROIDE. IL FAUT VRAIMENT UN FRIGO ASSEZ GRAND AFIN DE RECEVOIR TOUS LES CONTENANTS ET QUI N'EST DÉDIÉ QUE POUR LA NOURRITURE.”

“UNE MEILLEURE COORDINATION ENTRE LES DEUX OFFICES DE TOURISME POUR LA DATE BUTTOIRE DES INSCRIPTIONS . CETTE ANNÉE IL Y A EU UN MALENTENDU CONCERNANT UN DOMAINE (MARRENON) LE SUNSET A ÉTÉ ANNULÉ ALORS QU'IL Y AVAIT AU FINAL 12 INSCRITS .”

Sous conditions
0%



Oui intéressés
100%

- **OUI INTÉRESSÉS : 100%**
- **SOUS CONDITIONS : 0%**
- **NON : 0%**

9. SYNTHÈSE :

LES MOYENNES DES QUESTIONNAIRES DE SATISFACTION DEMEURENT ENCORE TRÈS BONNES CETTE ANNÉE !

L'ACCUEIL, LE CONCEPT ET LA DÉGUSTATION DES VINS, LE CHOIX DES THÉMATIQUES OBTIENNENT DE TRÈS BONS RETOURS ENCORE CETTE ANNÉE MÊME SI UNE **CLARIFICATION DEMEURE ENCORE NÉCESSAIRE SUR LE TERME "DÉGUSTATION"** COMME L'AN DERNIER DÉJÀ, **LE TERME "DÉGUSTATION" N'EST PAS ASSIMILÉ PAR TOUS** ET SON ASPECT QUANTITATIF (AVEC POURQUOI PAS DES MODIFICATIONS OU ÉVOLUTIONS POSSIBLES). LA BALADE EST RÉCLAMÉE ET LES EXPLICATIONS REPRÉSENTENT DE VRAIES ATTENTES.

ON CONSTATE COMME L'AN DERNIER QUE LES PARTICIPANTS SOUHAITENT DE L'EXPÉRIENTIEL, DU PARTAGE ET DE L'AUTHENTICITÉ À TRAVERS CES ÉVÈNEMENTS LÀ.

CEPENDANT, UN POINT PRINCIPAL FAIT L'OBJET DE RETOURS NÉGATIFS COMME L'ANNÉE PRÉCÉDENTE

- **LES CONTENANTS ET LE SERVICE (ATTENTE DE REPAS CHAUDS PARFOIS)**

CONCERNANT LA BOUTIQUE EN LIGNE, LES PROBLÈMES ERGONOMIQUES RENCONTRÉS L'AN DERNIER ET POINTÉS DU DOIGT ONT ÉTÉ GOMMÉS : **DESTINATION LUBERON S'EST DOTÉ DÈS JANVIER 2023 D'UN NOUVEL OUTIL DE COMMERCIALISATION. L'ERGONOMIE A DONC ÉTÉ ADAPTÉE AUX ATTENTES DES INTERNAUTES ET RESPONSIVE CETTE ANNÉE.**

DANS LE CAS DU REPAS, LES RETOURS SONT TRÈS HÉTÉROGÈNES D'UN DOMAINE À UN AUTRE ET PARFOIS MÊME ALORS QUE LE REPAS VIENT DU MÊME TRAITEUR. ON PEUT SOULIGNER LE MANQUE DE CONSTANCE D'UNE SOIRÉE À UNE AUTRE ET LES PROBLÈMES DE SERVICE (ASSIETTES, COUVERTS PAS ADAPTÉS OU ABSENCE DE TABLES ET DE CHAISES SUR CERTAINS DOMAINES. ON CONSTATE AUSSI QUE LE CONCEPT ÉCO-RESPONSABLE DANS SA PRÉSENTATION POSE PROBLÈME ET N'EST PARFOIS PAS COMPRIS COMME L'AN DERNIER. ON SOULIGNE QUE CERTAINES THÉMATIQUES QUI POSAIENT PROBLÈMES EN TERMES DE QUALITÉ, D'APPROVISIONNEMENT OU ENCORE D'ATTENTE CLIENT (TRUFFE) ONT ÉTÉ SUPPRIMÉES. ON RAJOUTERA QUE L'ÉLABORATION DES MENUS CHAUDS PAR CERTAINS TRAITEURS ENGENDRE DES DISPARITÉS QUI DESSERVENT PARFOIS LES AUTRES MENUS ET COLLATÉRALEMENT LES DOMAINES. AJOUTONS QUE LA QUALITÉ PAIN A UNE PLACE IMPORTANTE PARTICULIÈREMENT AVEC LES MENUS CHARCUTERIE/FROMAGE. SA QUALITÉ ET QUANTITÉ N'EST DONC PAS À NÉGLIGER.



10. BILAN :

COMME SOULIGNÉ DANS LE BILAN DE L'ÉDITION 2022, LES OFFICES DE TOURISME PARTENAIRES, S'ENGAGENT AUPRÈS DES DOMAINES, À RESTER À L'ÉCOUTE ET GÉRER LES PROBLÉMATIQUES AU FUR ET À MESURE POUR FACILITER AU MAXIMUM LE TRAVAIL DES VIGNERONS SUR PLACE. LES ÉLÉMENTS MIS EN AVANT DANS CE DOCUMENT RAPPELLENT L'IMPORTANCE DU TRAVAIL COLLECTIF, COLLABORATIF ET TRANSPARENT QUI A ÉTÉ SOUHAITÉ DEPUIS 2019.

L'ÉVÉNEMENT SUNSETS VIGNERONS EN LUBERON EST UNE OPÉRATION DE COMMUNICATION QUI VISE À PROMOUVOIR LES DOMAINES VITICOLES, LEURS VINS MAIS AUSSI LA GASTRONOMIE DU LUBERON AVEC EN CONTINUITÉ DE SON OBTENTION L'ANNÉE DERNIÈRE, **UN OUTIL POUR NOTRE STRATÉGIE OENOTOURLISTIQUE : LE LABEL VIGNOBLES & DÉCOUVERTES**. CE DERNIER, DÉPLOYÉ SUR LE TERRITOIRE EN MARS 2022, DOIT ÊTRE UN ATOUT DANS LE DÉVELOPPEMENT DE LA NOTORIÉTÉ DE NOTRE OFFRE OENOTOURLISTIQUE. LES COÛTS ENGENDRÉS PAR LE DÉPLOIEMENT DES SUPPORTS DE COMMUNICATION MIS EN PLACE POUR L'ÉVÉNEMENT NE SONT PAS COUVERTS PAR LES BÉNÉFICES. TOUTEFOIS, L'ÉVÉNEMENT A ENCORE ASSIS UN PEU PLUS SA NOTORIÉTÉ ET A ACQUIS UNE CERTAINE MATURITÉ QU'IL FAUT CONTINUER À PÉRENNISER, NOUS CONSIDÉRONS NOTRE OBJECTIF CETTE ANNÉE ENCORE BIEN ATTEINT. NOUS NOTONS UNE FIDÉLISATION DE LA CLIENTÈLE, NOTAMMENT LOCALE, QUI REVIENT D'ANNÉE EN ANNÉE ET PARTICIPE À PLUSIEURS SOIRÉES DANS LA SAISON.

L'ÉDITION 2023 DES SUNSETS VIGNERONS EST UNE GRANDE RÉUSSITE ET SA NOTORIÉTÉ EST MAINTENANT ACQUISE !

IL FAUT CONTINUER À GAGNER EN MATURITÉ ET FAIRE ÉVOLUER LE CONCEPT POUR GOMMER LES QUELQUES IMPERFECTIONS CONSTATÉES CETTE ANNÉE.