

RAPPORT D'ACTIVITÉ ANNUEL

2019-2020

PEYRAGUDES + PIAU + PIC DU MIDI
GRAND TOURMALET BARÈGES
LA MONGIE + LUZ-ARDIDEN
CAUTERETS PONT
D'ESPAGNE + GOURETTE
LA PIERRE SAINT-MARTIN + LA RHUNE

SOMMAIRE

INTRODUCTION

Vers une nouvelle histoire	4
Présentation de la démarche entreprise	4
Présentation de la démarche entreprise par N'PY	6

BILAN DES SITES TOURISTIQUES ET DES DOMAINES SKIABLES N'PY

1 Le bilan de la saison Eté 2018	9
2 Le bilan de la saison hiver 2018-2019	10

BILAN D'ACTIVITE : LA SEM N'PY

1 Résultats financiers	14
2 Systèmes d'information	17
2.1 Bilan de la saison 2019-2020	17
2.2 Mutualisation de la fonction SI	17
2.2.1 La mission	17
2.2.2 Quelques chiffres	18
2.3 Projets en cours	19
3 Le Pôle Conseil – Formation – Achats	20
3.1 N'PY Organisme de Formation (N'PY OF)	20
3.2 Pôle Conseil	20
3.3 Le Groupement de Commandes des Stations Associés (GCSA)	22

BILAN D'ACTIVITE : N'PY RESA

1 Organisation de la société	25
1.1 Organigramme de la société	25
1.2 Les services	26
2 Activité de la SAS exercice 2019-2020	29
2.1 Bilan financier	29
2.1.1 Volume d'affaires global	29
2.1.2 Chiffre d'affaires	29
2.1.3 Charges détail par poste	31
2.1.4 Compte de résultats	32
3 Activités détaillées	33
3.1 Cartes d'abonnement	33
3.2 Autres types de forfaits PPU	44
3.3 Ventes de forfaits secs	45
3.4 Autres prestations – Place de marché	61
3.5 Partenariats	73
3.6 Marché de services	83
3.6.1 Mise en œuvre de la stratégie de communication de la marque	83
3.6.1.1 Communication été 2019	83
3.6.1.2 Communication hiver 2018-2019	86
3.6.2 Gérer l'intégralité de l'activité e-commerce et m-commerce	97
3.6.3 Autres prestations N'PY RESA	100
3.6.3.1 Pic du Jer	100

3.6.3.2	Olypass	101
3.6.3.3	CRT Occitanie	101
3.6.3.4	Site internet Skyvall	101
3.6.4	Déclinaison de la campagne de communication générale pour la marque de la station ou du site touristique	101
3.6.5	Réalisation du site internet de la station ou du site touristique	102
3.6.6	Gestion des encaissements	103
BILAN D'ACTIVITE SKYLODGE		104
1	Présentation de la société	104
2	Organisation	104
2.1	Ressources humaines	104
2.2	Mutualisation	105
3	Bilan financier	105
3.1	Chiffre d'affaires	105
3.2	Charges	106
3.3	Compte de résultats	107
4	Bilan 2019-2020	108
4.1	Eté 2019	108
4.1.1	Contexte et objectifs	108
4.1.2	Commercialisation du groupe	108
4.1.3	Commercialisation individuel	108
4.1.3.1	Plan de communication	108
4.1.3.2	Plan de commercialisation	108
4.1.4	Bilan été 2019	109
4.2	Hiver 2019/2020	109
4.2.1	Mise en œuvre du plan d'action correctives Restauration-Bar	109
4.2.2	Mise en œuvre du plan de commercialisation hiver	109
4.2.2.1	Commercialisation groupe	109
4.2.2.2	Commercialisation individuel	109
5	Conclusion	114

INTRODUCTION : Retour sur une année folle qui s'achève avec la mise en place d'un dispositif qui marquera durablement l'avenir des domaines skiables et plus largement des sites touristiques de montagne des Pyrénées LA COMPAGNIE DES PYRENEES

AVRIL 2019 : Face à un constat sans appel, le Conseil d'Administration du 29 avril 2019 retient le scénario d'une Fédération d'exploitants et fixe les principes de cette évolution

Face au constat d'un modèle de domaines skiables en fin de cycle sur le plan économique pour lequel la structure commune N'PY ne peut dans la situation actuelle être l'unique solution, une phase d'analyse des domaines skiables du groupement N'PY (hors Gourette et La Pierre Saint Martin qui ont mené leur propre audit) et des sociétés N'PY a été confiée à la Compagnie des Alpes Management.

Le constat de la fin d'un cycle est sans appel : *« un portefeuille de sites bien gérés en termes d'opérations, soutenus par des élus et des managers engagés et conscients de cet aspect « clé de voute des territoires » donc à faire perdurer faute de condamner ceux-ci. N'PY, un indiscutable succès en matière de distribution et de gestion avisée mais un périmètre d'action trop restreint par rapport à des modèles plus intégrés, des règles de gouvernance, d'engagement trop ouvertes et une nécessité de créer un rôle d'acteur plus que de facilitateur »*

Le Conseil d'administration de la Sem N'PY du 29 avril 2019 a décidé d'agir et retenu le scénario d'une Fédération d'exploitants (partage collégial et coordonné des rôles entre local et central) avec une extension géographique sur l'ensemble de la chaîne pyrénéenne.

Cette décision est aujourd'hui, dans une phase de mise en œuvre d'actions concrètes dans une logique dynamique, active et rapide compte tenu des enjeux et des défis identifiés en amont. A savoir :

- **Donner les moyens aux stations de ski et de montagne de reprendre une place forte dans un marché très concurrentiel** par le développement de leur attractivité et de leur performance
- **Mener une action plus forte et plus collective pour améliorer l'offre ski déjà présente** mais aussi **passer à une offre de montagne 4 saisons** concrète, le tout dans le respect de l'environnement unique de la chaîne
- **Sécuriser et pérenniser les exploitations** qui restent les clés de voûte des territoires de montagne, en encourageant la **mutualisation**

❖ **Principes**

- **Associer les forces vives, publiques et privées**, dans une gouvernance équilibrée et une dynamique collective refondée
- **Elargir le périmètre géographique de N'PY et raisonner Pyrénées** dans le but à la fois d'être plus lisible sur le marché et de séduire de nouveaux investisseurs, tout en s'adaptant à la mosaïque des situations et des organisations
- **Agir rapidement** en confortant les leaders portant des projets forts et raisonnables, tout en favorisant l'entrée dans le dispositif de sites de plus petites tailles regroupés dans des projets de territoires, le tout **pour tenir compte de l'urgence à stopper l'érosion de fréquentation et à mettre en œuvre plus vite de nouveaux outils de développement et de diversification adaptés aux attentes de la clientèle et des territoires**

❖ Démarche

- **S'inspirer des meilleures pratiques** en France et à l'étranger, sans reproduire certaines erreurs
- **Partir du socle de la démarche collective N'Py**, de son organisation et de ses succès
- **Etendre progressivement le périmètre d'intervention actuel N'Py à d'autres sites et d'autres activités complémentaires** sur la base de projets forts de territoire
- **Être pragmatique en s'appuyant sur des structures déjà existantes et ayant fait preuve de leur efficacité** (N'Py, ARAC, ...)

❖ Méthode et moyens

1. **Renforcer les services de N'PY en proposant un centre de mutualisation et d'optimisation des ressources** partagé et professionnel pour optimiser la performance des exploitations et des équipes : investissements, ressources humaines, projets, innovation, activités hors ski, ...
2. **Renforcer la structure pionnière de commercialisation et de marketing N'Py Résa** à destination des marchés locaux, nationaux et internationaux : mise en marché, promotion, outils marketing, digital, fidélisation, ...
3. **Proposer une structure de développement d'offres innovantes en matière d'hébergement et de services** sur la lancée du concept Skylodge.
4. **Proposer un outil de type « Foncière »** pour rénover, moderniser et rendre plus attractifs les hébergements existants, attirer de nouveaux opérateurs, en station et dans les vallées.
5. **Proposer des outils de mobilité alternatifs à la voiture**, adaptés en cadencement et en desserte aux attentes des clientèles actuelles et futures.

❖ Organisation cible

Côté structures collectives :

- **Conforter l'existant** en transformant la SAEM N'Py, avec les acteurs publics et privés référents actuels confortés par **l'arrivée de nouveaux actionnaires stables et à visée long terme : Région (s), Banque des Territoires voire** départements (analyse juridique sur la possibilité au regard de leurs compétences en cours)
Cette SAEM contrôle les SAS N'Py Résa et SAS Skylodge, et devient actionnaire à hauteur de 25% de la « Foncière des Pyrénées » créée par l'Agence Régionale Aménagement Construction en Occitanie en jouant un rôle de porteur des sujets de rénovation et d'immobilier typés « Montagne ».
- **Faciliter l'évolution des structures d'exploitation** en créant la SAS « *Compagnie des Pyrénées Participations* ». Cette société a pour objet **la prise de participations minoritaires mais significatives dans les structures d'exploitation des stations de montagne pyrénéennes permettant les plans d'investissement et de diversification.**

Côté structures d'exploitation des stations de montagne :

- **Toutes bénéficient des services nouveaux proposés par la « Compagnie des Pyrénées »** dans un principe de mutualisation des coûts, des expériences et des compétences (centre de Mutualisation des Ressources, SAS N'Py Résa, SAS Skylodge).
- Selon les situations économiques des structures d'exploitation et les choix des autorités organisatrices, deux cas de figures se présentent :

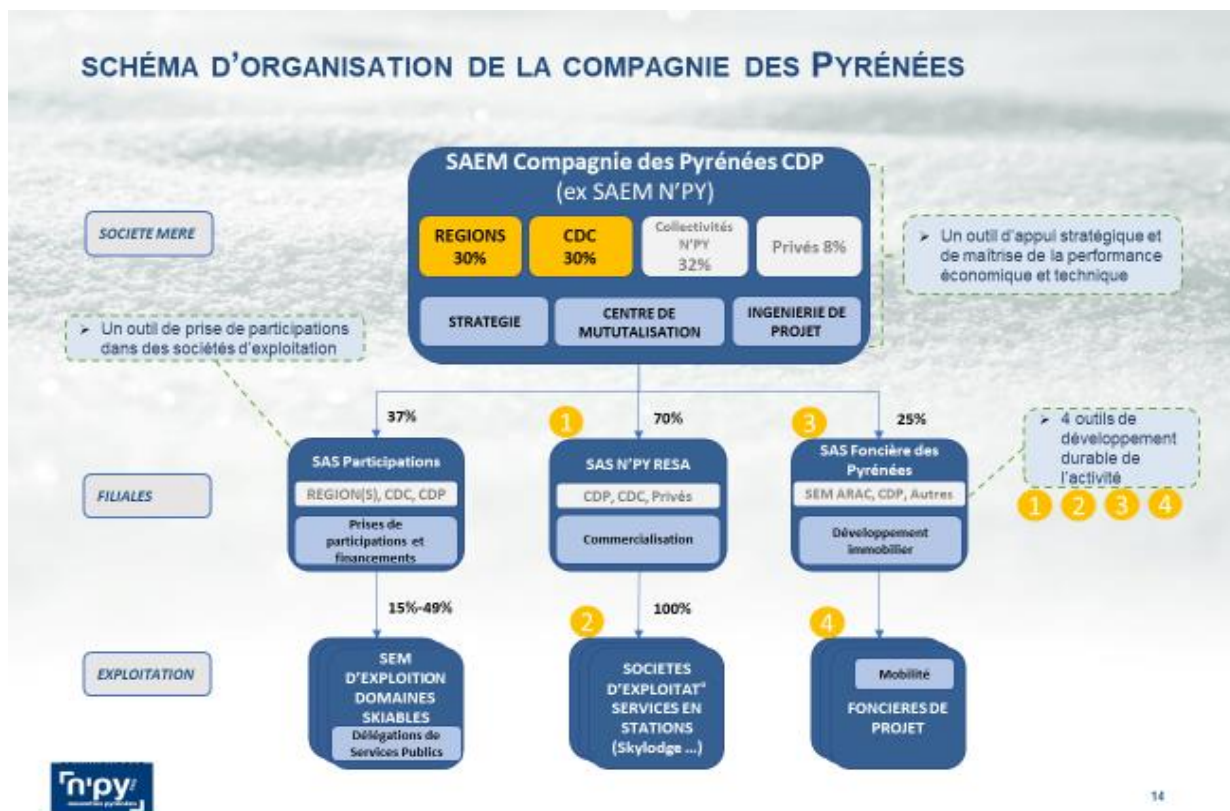
- Si le modèle est pérenne, **elles conservent leur mode de fonctionnement actuel** de statut supporté globalement par le public
- Si elles souhaitent initier un nouveau projet de développement et pour se faire doivent renforcer leurs fonds propres pour obtenir de nouvelles levées de financement, **elles choisissent de se transformer par le biais de sociétés d'économie mixte objets de délégations de service public dans lesquelles la SAS « Compagnie des Pyrénées Participations » prend une participation** minoritaire mais conséquente

JANVIER 2020 : l'incroyable pari de créer un outil permettant aux acteurs locaux de continuer à maîtriser leur devenir tout en se dotant de moyens nécessaires à leur développement est gagné !

La Région Occitanie et la Banque des Territoires ont été convaincus du bienfondé de cette initiative et ont souhaité la soutenir. **Carole Delga**, présidente de la Région, a notamment souligné lors de la Commission Permanente du 7 février 2020 : « *Face aux enjeux du changement climatique, si nous souhaitons préserver les emplois et la dynamique des Pyrénées, il devient primordial de changer d'échelle pour apporter des réponses aux besoins de nos stations, dans une démarche de promotion et de développement d'un tourisme durable, raisonné et innovant. La Compagnie des Pyrénées interviendra à 3 niveaux : commercialisation, exploitation et investissement. La participation de la Région et de la Banque des territoires lui permettra en effet de jouer le rôle d'investisseur et de garantie bancaire pour soutenir les projets locaux. Ainsi, nous répondons notamment au besoin d'investissement des stations pyrénéennes, qu'il s'agisse de réhabilitation du patrimoine bâti ou de diversification des activités, dans la perspective d'un tourisme 4 saisons. A vocation opérationnelle, elle sera complémentaire de l'Agence des Pyrénées qui elle, poursuivra des missions d'assistance et de conseil* »

N'PY va donc devenir la **Compagnie des Pyrénées** et prendre une dimension "chaîne des Pyrénées" avec l'appui de la Région Occitanie et de la Banque des Territoires auquel pourraient s'associer dans un second temps la Région Nouvelle Aquitaine et les départements.





Que de chemin parcouru depuis cette initiative un peu folle de janvier 2004 de réunir des domaines skiables concurrents pour renforcer leurs moyens en créant N'PY. 15 années pendant lesquelles Michel Pélieu a présidé sans discontinuer la destinée de N'PY et qui lui a permis de s'imposer comme un acteur incontournable du tourisme des Pyrénées. Dans ce contexte de profonde mutation et avec un sentiment du devoir accompli, Michel Pélieu a donc affiché sa volonté d'être remplacé à la Présidence de N'PY.



Le 24 janvier dernier, Michel Boussaton, conseiller Régional représentant de la Région Occitanie a été élu Président de la SAEM N'PY, société faîtière du groupe N'PY (SAEM N'PY, SAS N'PY RESA et SAS Skylodge) :



Chirurgien orthopédiste et traumatologue, la plupart des articulations, ménisques, ligaments et autres cartilages des professionnels de la montagne, sont passés entre ses mains expertes. Président du conseil régional de l'Ordre des médecins, il démarre une carrière politique et est élu Conseiller Régional depuis 2010. Membre de la Commission Montagne et Ruralité de la Région Occitanie, Michel Boussaton connaît bien les Pyrénées.

MARS 2020 : L'économie française est mise à l'arrêt ... Malgré tout, les équipes de la Région Occitanie, Banque des Territoires, N'PY, Le Tourmalet appuyés par le Président Michel Boussaton, les censeurs Jean-Pierre Cremer et Henri Mauhourat décuplent d'énergie pour tenir le calendrier de recapitalisation de la SEM N'PY (capital 3,852M€), de création de la SAS Compagnie des Pyrénées Participation (capital 3,947M€)

1 JUIN 2020 : Pari gagné, la première SEM locale est capitalisée (15,649M€) par la SAS Compagnie Des Pyrénées Participation alors que le SIVU du Tourmalet reste majoritaire (81%)

La création de la Foncière des Pyrénées a été repoussée en fin d'année

La Région Nouvelle Aquitaine a validé le principe d'une adhésion au dispositif pour soutenir l'économie des stations de montagne du département des Pyrénées Atlantiques

29 AVRIL 2019 - 1 JUIN 2020 : UNE ANNEE pour construire une nouvelle page de l'avenir des stations de montagne des Pyrénées

Donner les moyens aux stations de montagne des Pyrénées de reprendre une place forte sur l'échiquier européen,

Mener une action plus forte et plus collective pour améliorer et rendre plus vertueuse l'offre ski déjà présente, faire face au défi climatique mais aussi passer à une offre de montagne 4 saisons concrète,

Sécuriser et pérenniser les exploitations qui restent les clés de voute des territoires de montagne, en encourageant la mutualisation et en actionnant le levier des lits.

Les actionnaires Région Occitanie et Banque des Territoires qui se sont engagés sur un effort contributif total estimé pour la période des 5 prochaines années est de **38 M€ soit un levier en termes d'investissement de plus de 150 M€.**

BILAN DES SITES TOURISTIQUES ET DES DOMAINES SKIABLES N'PY

1. Le bilan de la saison d'été 2019

La saison estivale 2019 a été un bon cru pour les 3 principaux grands sites N'PY (Train de la Rhune, Pont d'Espagne à Cauterets et Pic du Midi) :

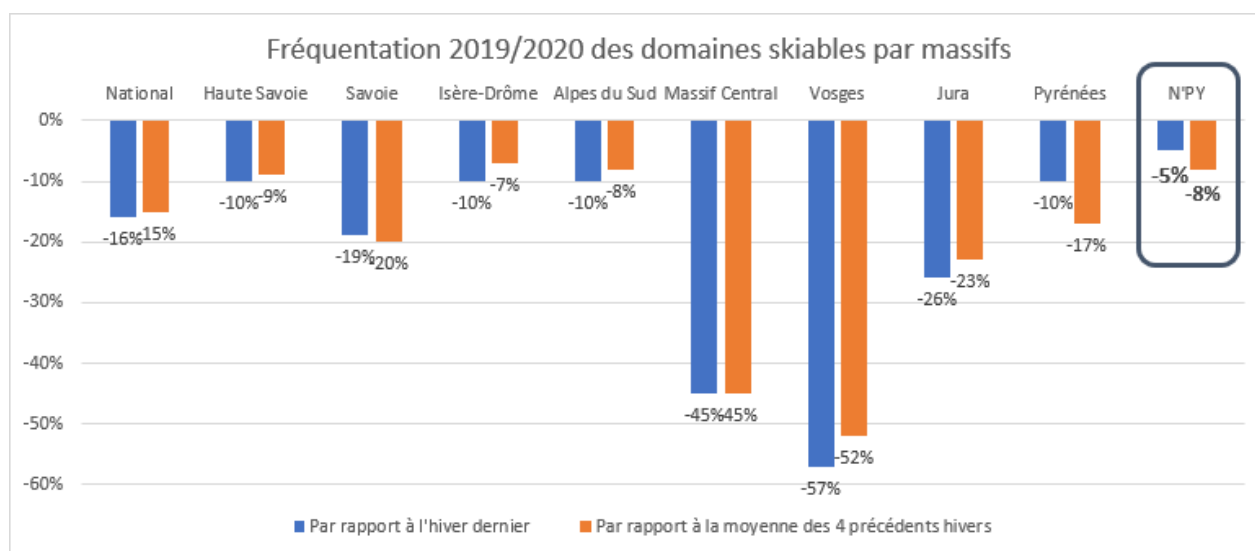
- Le train de la Rhune a enregistré une fréquentation de **339 480 visiteurs** durant l'été 2019 (+6% vs 2018) pour un CA de **5,07M€** (+6,6%).
- La fréquentation des sites de Cauterets (Pont d'Espagne : parking, télésiège de Gaube et télécabine de Puntas + Cirque du Lys accessibles aux piétons et vététistes) a progressé de 4% vs l'été 2018 (173 405 pass / accès véhicules vendus vs 166 396). Le CA est passé de 1,32 à **1,43M€** (+7%).
- Le Pic du Midi a quant à lui vu sa fréquentation légèrement baisser (77 084 passages vs 79 709 en 2018 – année historique). Son CA a en revanche progressé passant de 4,24 à **4,58 M€** (+4%) du fait d'une révision de la politique tarifaire, des performances de la restauration, de la nouvelle boutique ainsi que des prestations annexes. Les concerts du Pic ont connu un franc succès (Ofenbach, Zazie, Piano Pic et Cats on Trees complets).

A noter que les ventes de pass combinés Pic du Midi + Pont d'Espagne continuent de progresser passant de 2 861 en 2017 à 4 026 en 2018 et 5 324 durant cet été 2019.

Cette saison a également vu naître le nouveau télécabine Skyvall reliant Loudenvielle à la station de Peyragudes et ouvrant des perspectives d'activités 4 saisons pour la station et la vallée.

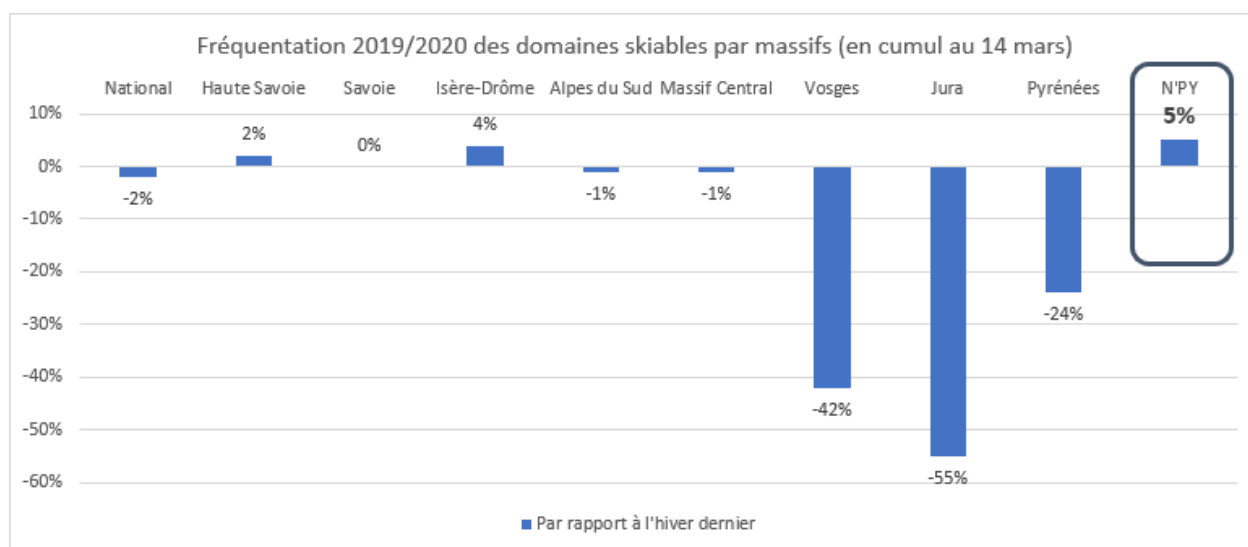
2. Le bilan de la saison hiver 2019-2020

Faute d'avoir pu conduire la saison à son terme (du fait de l'apparition du virus COVID-19), la fréquentation 2019/2020 des domaines skiables français devrait s'établir 16% au-dessous de celle de l'an passé. Le massif Pyrénéen enregistre quant à lui une baisse de -10%. Le groupe N'PY résiste encore mieux au global avec une baisse de 5% (1.7 millions de Jski) **soit 5% de mieux que le massif**. Si l'on considère la moyenne des 4 dernières saisons, la résistance du groupe N'PY est encore plus significative **puisqu'il enregistre une baisse de 8% contre -17% pour l'ensemble des Pyrénées (9% de mieux)**.



Source : <http://www.domaines-skiables.fr> (bilan provisoire au 05/05/2020)

La saison 2019/2020 ... avant la fermeture brutale des stations :

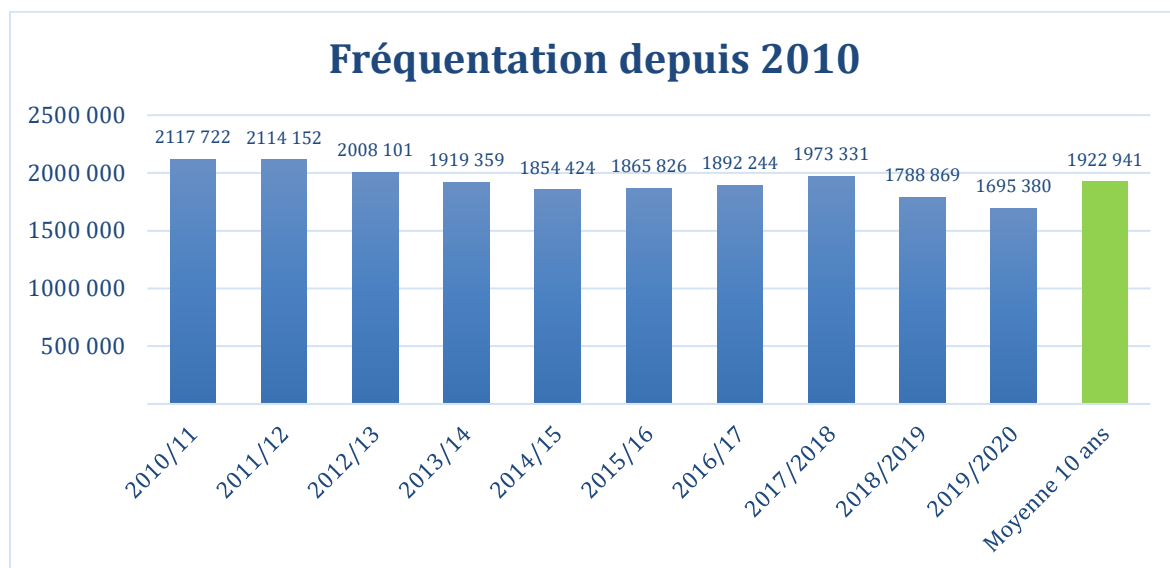


Faire une photographie de la situation au 14 mars permet de séparer l'effet Covid19, et de se rendre compte de ce qu'aurait été la saison 2019/2020 si elle avait pu aller à son terme. La saison s'était bien déroulée jusque-là, avec une vraie résilience des domaines skiables face à des conditions météorologiques parfois adverses (jours d'intempérie, enneigement déficitaire durant les vacances de février...). Avec 1 mois et demi de beau temps sur la deuxième quinzaine de mars et sur le mois d'avril, la saison 2019/2020 aurait pu être un bon cru. La progression du Covid-19 n'aura malheureusement pas permis d'aller jusqu'au bout de la saison.

Au plan national, la fréquentation des domaines skiables au 14 mars 2020 s'établissait à -2% par rapport à l'année précédente. Les massifs alpins et le massif pyrénéen avaient profité d'un hiver plutôt bien enneigé sauf à très basse altitude (+1% dans les Alpes, -1% dans les Pyrénées). **Les stations N'PY s'en sortent encore mieux avec une hausse de fréquentation de 5% par rapport à 2018/2019.**

Evolution de la fréquentation depuis 2010/2011 :

Les stations N'PY ont accueilli cette saison **1,695 M de journées ski**. La fréquentation est en baisse par rapport à la saison précédente (-5%) du fait de l'apparition du COVID 19 qui a imposé la fermeture de tous les lieux recevant du public dès le 14 mars. La baisse est davantage marquée sur la longue traîne (-12% par rapport à la moyenne des 10 dernières années).



Evolution de la fréquentation par périodes :

- **Noël :**

Excellente fréquentation grâce aux importantes chutes de neige du début de saison et le travail des pistes. 304 502 journées ski ont été enregistrées pour les deux semaines de Noël soit une augmentation de +92% par rapport à la saison dernière.

- **Janvier :**

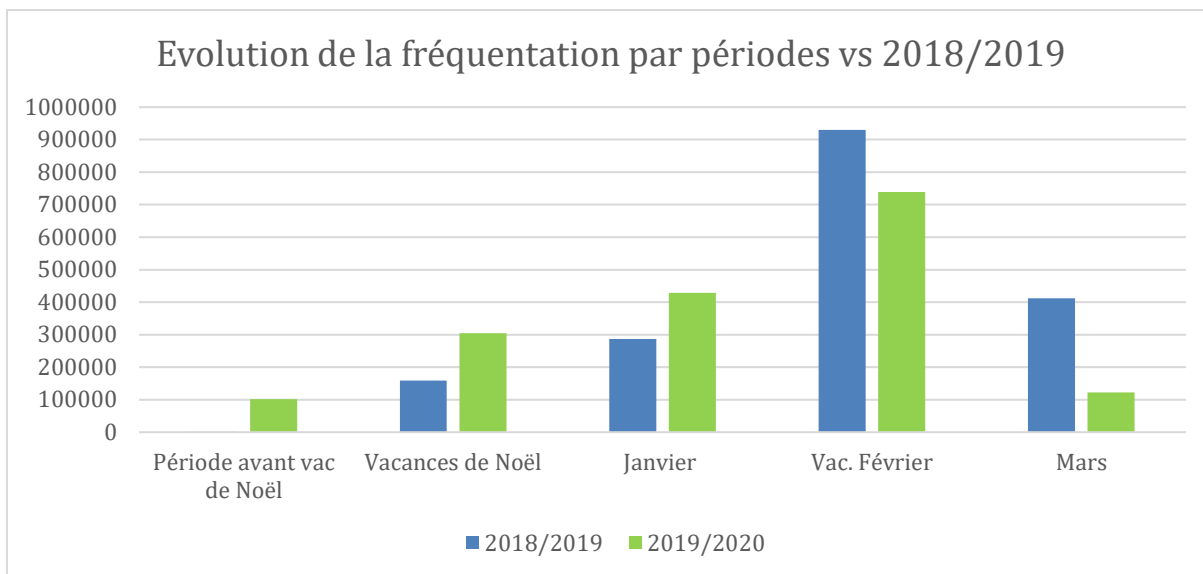
Du soleil mais pas de chutes de neiges significatives jusqu'au 22 janvier. Avec le passage de la tempête Gloria, il est tombé près de 50cm en station, ce qui a rassuré les stations et les vacanciers à l'approche des vacances de février. 428 339 journées ski ont été enregistrées sur cette période contre 286 936 journées ski consommées la saison dernière soit +49%.

- **Février :**

739 094 journées ski consommées sur l'ensemble des vacances de février (-20% vs 2018/2019). Malgré un faible enneigement les 3 premières semaines de vacances ont connu un fort engouement. La 4ème semaine des vacances a été perturbée au niveau météo avec du vent et le retour de la neige en station. A la sortie des vacances de février, les stations enregistrent toujours une avance de 14% en fréquentation depuis l'ouverture par rapport à la saison passée.

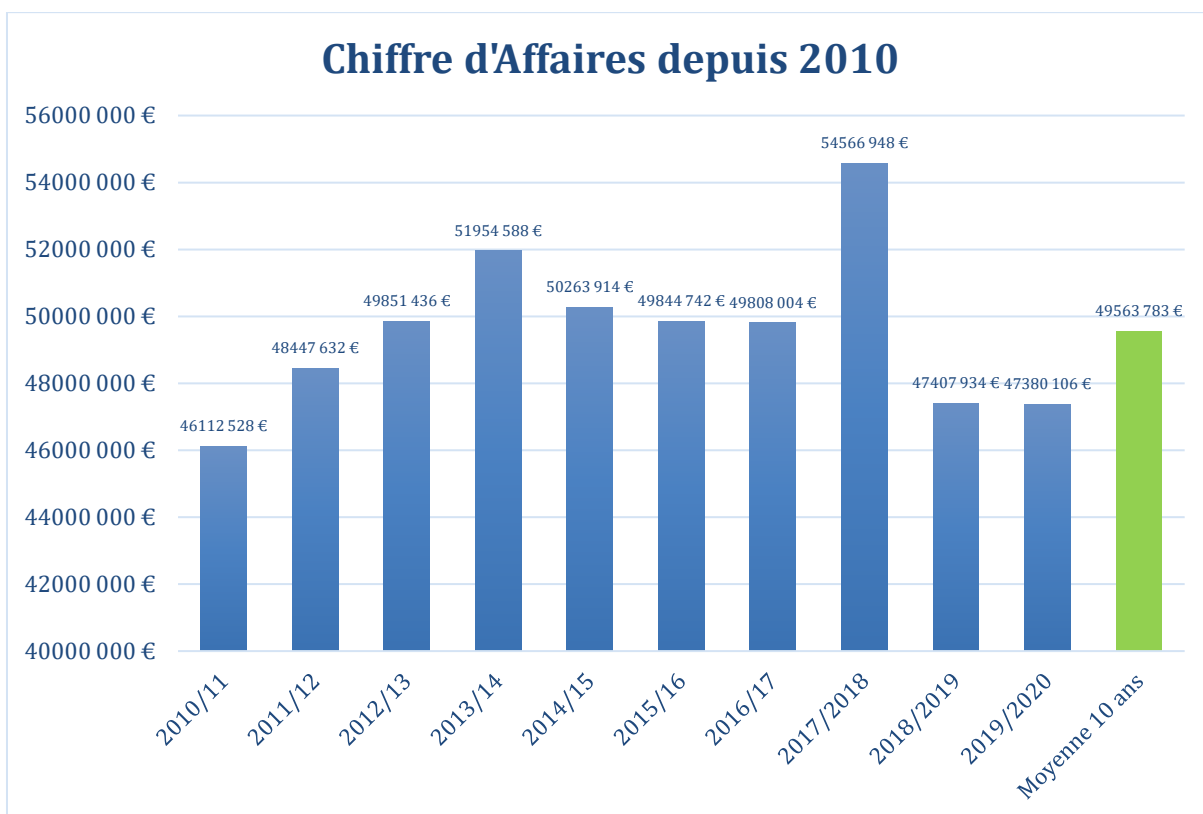
- **Mars :**

Les bonnes conditions d'enneigement sont enfin de retour en mars. Mais afin de lutter contre la propagation du virus Covid-19, le gouvernement a demandé la fermeture de tous les lieux publics à compter du 14/03 au soir marquant la fin de la saison de ski 2019/2020.



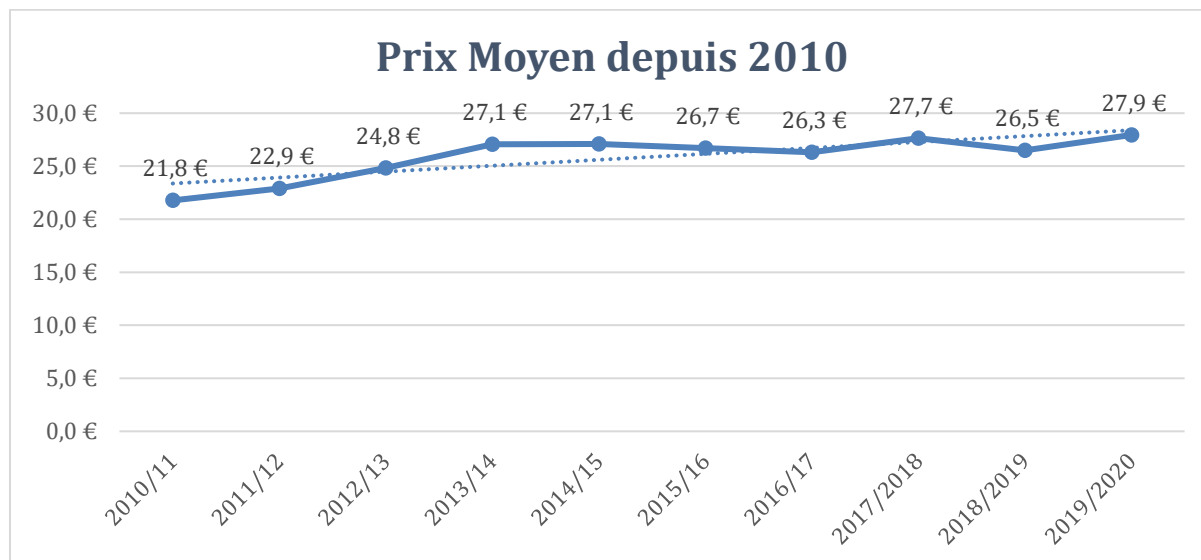
Evolution du Chiffre d'affaires depuis 2010/2011 :

Le Chiffre d'affaires du groupe N'PY s'établit à **47.38M€ pour la saison 2019/2020**, en ligne avec le CA de la saison précédente mais en baisse de et de -4.4% par rapport à la moyenne des 10 dernières années.



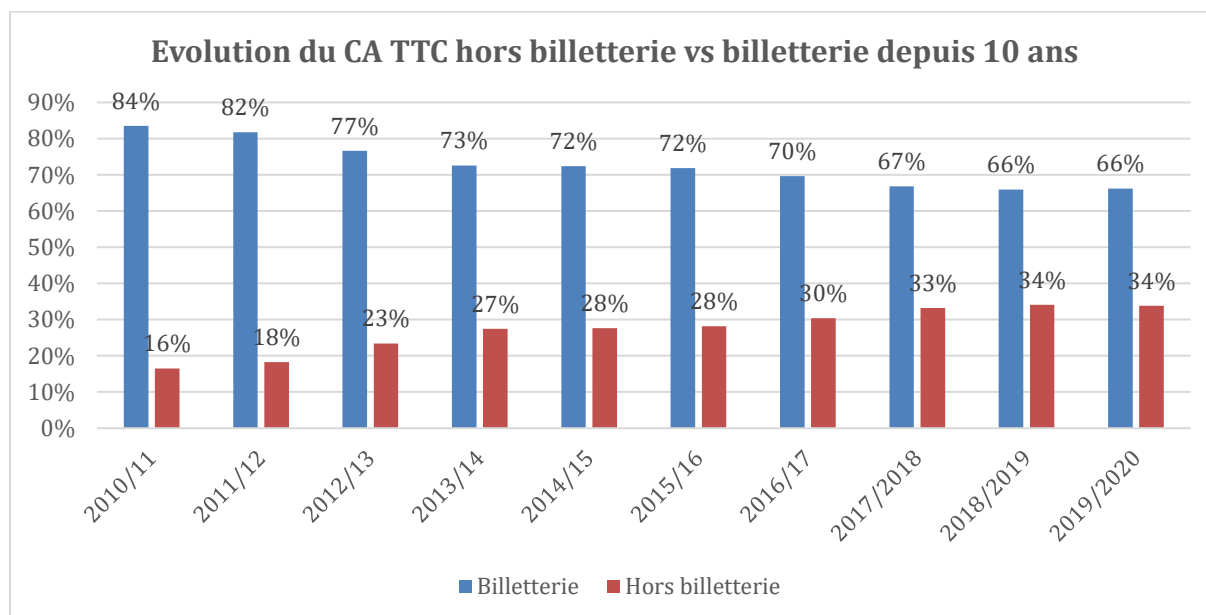
Evolution du prix moyen depuis 2010/2011 :

Le prix moyen est quant à lui en hausse de **1.4€** par rapport à la saison 2018/2019, saison marquée par une importante dégradation de tarifs dû au manque de neige. Il est en hausse de plus de 8% par rapport à la moyenne des 10 dernières saisons.



Evolution des ventes "hors billetteries" depuis 2010/2011 :

Les canaux de vente « hors billetterie » (ventes internet, application mobile et consommations No Souci) se stabilisent à 34% vs 66% pour les ventes en caisse. Elles ont progressé de 18% en 10 ans passant de 16% à 34% des ventes.



BILAN D'ACTIVITE

SEM N'PY :

1 Résultats financiers

NB : les données présentées ci-dessous sont un atterrissage de l'exercice 2019/20, c'est-à-dire l'estimation à date, avant la fin de l'exercice, des éléments financiers de l'année. Les résultats financiers définitifs seront présentés en septembre 2020.

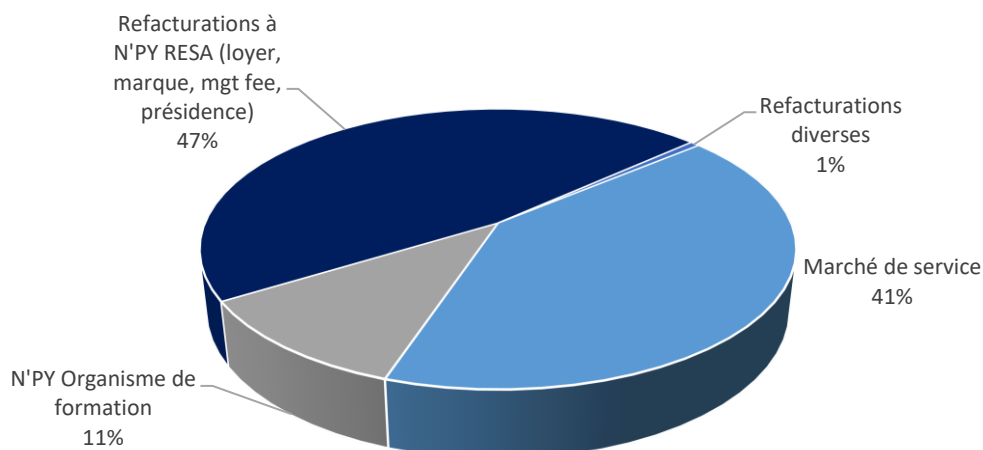
Le chiffre d'affaires de gestion 2019/20 de la SEM N'PY est **en retrait de -9%** par rapport à l'exercice précédent en raison de l'absence de projet majeur au pôle Formation, comme la gestion de la relation client ou la santé sécurité au travail qui ont contribué à l'activité des années antérieures. Le Chiffre d'affaires reste également inférieur à l'objectif budgétaire (-4%) pour la même raison

Les autres composantes de l'activité sont conformes aux objectifs budgétaires, notamment en ce qui concerne le Marché de services qui lie N'PY aux stations. A noter la continuité des activités de mutualisation des Systèmes d'Information qui conforte la SEM dans son rôle de centre de compétences partagées.

Le Chiffre d'Affaires de gestion 2019/20 s'élève à 1 139 k€ (vs 1 258 k€ en 2018/2019) et se répartit comme présenté ci-après :

Chiffre d'affaires (en k€)	Réel 2018/19	Bud 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var %	
				N-1	Bud
Marché de services N'PY	463	470	470	2%	0%
Services mutualisés CDP	0	0	0	-	-
Autres prestations/Conseil	0	76	55	-	-28%
Organisme de formation	271	105	71	-74%	-32%
Loyer N'PY RESA	63	63	63	0%	0%
Frais de siège/Mandat sociaux N'PY RESA	418	458	462	11%	1%
Droits d'utilisation Marque, BDD, Internet	11	12	12	5%	0%
Refacturations diverses (rénovation...)	33	7	7	-79%	-3%
Dividendes	0	0	0	-	-
Total	1 258	1 190	1 139	-9%	-4%

Chiffre d'affaires 2019/20 en %



Les Charges d'exploitation sont supérieures à 2018/19 suite aux dépenses liées au projet « Compagnie des Pyrénées », soit 247 k€ d'accompagnement externe sur l'exercice. Hormis ces dépenses, les charges sont à la fois inférieures à l'exercice précédent et au budget suite à la baisse de l'activité Formation.

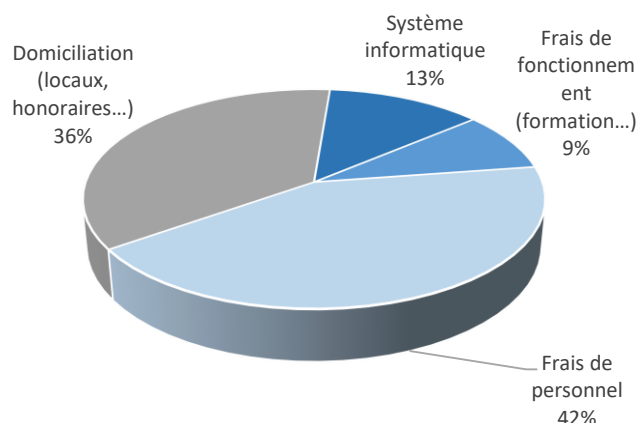
Charges (en k€)	Réel 2018/19	Bud 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var %	
				N-1	Bud
Frais d'activité	-216	-137	-119	-45%	-13%
Frais de personnel	-594	-630	-578	-3%	-8%
Domiciliation	-236	-230	-489	107%	112%
dont Honoraires projet CDP			-247	-	-
Système informatique	-134	-185	-171	28%	-7%
TOTAL CHARGES	-1 181	-1 181	-1 357	15%	15%
TOTAL CHARGES Hors honoraires CDP	-1 181	-1 181	-1 110	-6%	-6%

Les principales variations hors études « Compagnie des Pyrénées » sont les suivantes :

- Frais de fonctionnement : variation vs Budget principalement expliquée par la diminution des frais de sous-traitance de formation (liée à la moindre activité)
- Frais de personnel : comptable dédiée au Skylodge présente 12 mois vs 6 mois l'an dernier, renfort en Contrôle de gestion (CDD 5 mois) mais économies sur la RH mutualisée et les mises à disposition/animation des groupes métiers
- Domiciliation : maîtrise des dépenses vs l'an dernier et le Budget, honoraires d'avocat pour gérer le litige fournisseur pour l'outil de Business Intelligence
- Informatique : économies sur les coûts de développement

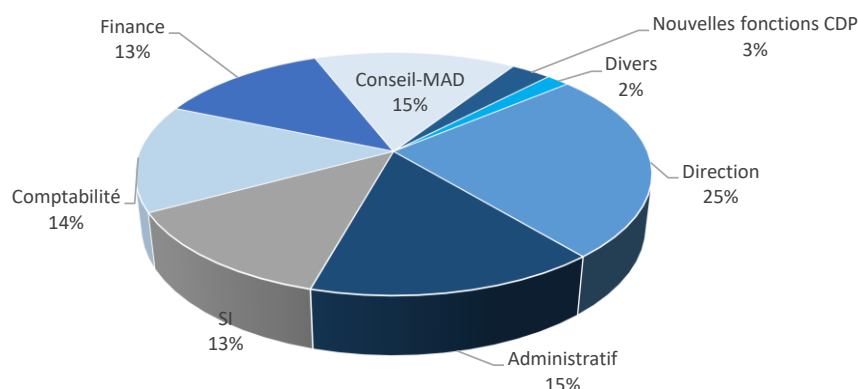
La répartition des charges de l'exercice par nature se décompose comme présenté ci-dessous :

Charges 2019/20 en %



Les charges de Personnel demeurent le poste prépondérant dans les dépenses de la SEM N'PY et se répartissent par service de la manière suivante :

Frais de personnel 2019/20 en %



Compte de résultat (en k€)	Réel 2018/19	Bud 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var %	
				N-1	Bud
Chiffre d'affaires	1 258	1 190	1 139	-9%	-4%
Frais d'activité	-216	-137	-119	-45%	-13%
Frais de personnel	-594	-630	-578	-3%	-8%
Domiciliation	-236	-230	-489	107%	112%
Système informatique	-134	-185	-171	28%	-7%
Total Charges	-1 181	-1 181	-1 357	15%	15%
Résultat courant avant impôt	77	9	-218	-383%	-2558%
Impôt sur les sociétés	-23	-2	0	-100%	-100%
Résultat Net	54	6	-218	-501%	-3514%
Résultat Net hors Honoraires CDP	54	6	30	-46%	362%

Atterrissage 2019/20 : malgré une activité Formation en retrait, **résultat de l'exercice en ligne avec le Budget hors études CDP** et supérieur aux attentes du BP de Janvier 2020 grâce au moindre coût des études CDP (économies, reports sur l'exercice suivant)

2 Systemes d'information

Rappel :

Le système d'information est le véhicule des entités de l'organisation. Sa structure est constituée de l'ensemble des ressources (les personnels, le matériel, les logiciels, les procédures) organisées pour : collecter, stocker, traiter et communiquer les informations. Le système d'information coordonne, grâce à la structuration des échanges, les activités de l'organisation et lui permet ainsi, d'atteindre ses objectifs.

*Les missions que réalise N'PY pour le compte des stations s'articulent principalement sur **la maintenance, le SAV des systèmes de contrôle d'accès et de billetteries, un outil de la relation clients (CRM) relié à tous les outils de vente, un outil d'analyse (BI) mais aussi à l'animation d'un groupe de mutualisation spécifique.***

2.1 Bilan de la saison 2019-2020

Quelques interventions clés :

- Suite à la décision de Microsoft de ne plus maintenir son système d'exploitation Windows 7, plus de 240 postes de travail ont été passés en Windows 10,
- Certaines machines ont été changées car trop anciennes pour pouvoir fonctionner avec ce système.
- Changement de version logicielle de toutes les caisses physiques Team Axess afin de déployer la version conforme à la loi française NF-525.
- Pic du Midi : la vente en ligne est mise en production le 4 février.
- Déploiement du WIFI Public de la station de Piau-Engaly : ce système, ayant donné satisfaction aux clients et aux socio-pros, le WIFI Public sera déployé sur les stations de Peyragudes et Tourmalet pour la saison 2020-2021.

2.2 Mutualisation de la fonction SI

La mission, complémentaire aux prestations prévues dans le marché de services, a débuté en juin 2018 avec l'adhésion des stations de Piau-Engaly, Peyragudes, Cauterets, Grand Tourmalet et Pic du Midi ainsi que la Mairie d'Aragnouet. Jean-François Espouey a été mis à disposition (par convention) par Espace Cauterets à raison d'un mi-temps afin de renforcer les moyens.

2.2.1 La mission :

La mutualisation de cette fonction permet aux stations qui ont fait ce choix de faire des économies d'échelle en partageant les compétences, en assurant un service 365 jours / an et en centralisant les achats liés à la fonction.

Le périmètre de cette mutualisation comprend :

- La mise à jour logicielles des équipements lorsqu'elles sont disponibles auprès des éditeurs,
- Les différentes sauvegardes sur différents supports y compris pour certains sur le cloud,
- Le paramétrage des systèmes réseaux, pare feux, antivirus, l'assistance à l'utilisation des outils, les interventions à distance ou sur site.

- La gestion des nouveaux projets informatique qui seront déployés aux stations voulant en bénéficier (Wifi, Affichage Dynamique, Supervision des caméras, Sono par IP...)

Des outils de supervisions (Teamviewer et GLPI) ont donc été déployés ainsi qu'un système de saisie de demandes d'intervention (Redmine).

2.2.2 Quelques chiffres :

- 320 équipements supervisés (hors téléphonie).
- Taux de disponibilité : 99%
- Moyenne d'attaques mensuelles (sur les serveurs blog N'PY, redmine, extranet, presse) : entre 3000 et 4000 attaques

Récapitulatif des tickets (1er juin 2018 - 30 avril 2020) :

Tickets	Ouverts	Fermés	Total
Anomalies	7	196	203
Tâches	0	8	8
Évolution	3	43	46
Assistance	3	134	137
Réunions	0	2	2

Par rubriques :

Caisses	40 tickets
RM	27 tickets
CLICS	14 tickets
Bureautique	34 tickets
TeamAxess	6 tickets
Serveurs	28 tickets

Par catégories :

Anomalie	82 tickets
Assistance	45 tickets
Évolution	23 tickets
Tâche	2 tickets

Soit, pour la saison 19-20, un total de **321.45 heures d'intervention** réalisées par la fonction support (les assistances téléphoniques de moins d'une heure ne sont pas comptabilisées) dont 6 interventions réalisées directement sur les sites lors de déplacements.

Projets en cours :

- **Refonte de l'outil de BI :**

L'informatique décisionnelle (en anglais business intelligence (BI) est l'informatique à l'usage des décideurs et des dirigeants d'entreprises. Elle désigne les moyens, les outils et les méthodes qui permettent de collecter, consolider, modéliser et restituer les données, matérielles ou immatérielles, d'une entreprise en vue d'offrir une aide à la décision et de permettre à un décideur d'avoir une vue d'ensemble de l'activité traitée.

Les données opérationnelles sont extraites périodiquement de sources hétérogènes : fichiers plats, fichiers Excel, base de données (DB2, Oracle, SQL Server, etc.), service web, données massives et stockées dans un entrepôt de données.

N'PY a été précurseur en la matière mais depuis 2 saisons, le fournisseur est devenu défaillant et après de multiples démarches visant à trouver un compromis, le choix s'est porté sur un changement total de solution.

En 2020/21, l'objectif est de retrouver les fonctionnalités que nous avons avec l'outil précédent et d'organiser un groupe de travail (directeurs généraux, directeurs opérationnels, RAF...) afin de définir le cahier des charges complet. Ce cahier des charges intégrera entre autre, la possibilité d'éditer les tableaux de bords imposés par les investisseurs aux SEM locales et à la SAS Compagnie des Pyrénées Participation.

- Étude d'outils d'analyses et de reporting avancés en vue de remplacer l'outil BI actuel. Après avoir étudié plusieurs solutions (en local, dans le cloud, open source, dédiées, etc.) notre choix s'est porté sur une solution Cloud pour les raisons suivantes :
 - Baisse des coûts de stockage,
 - Délégation de la surveillance des infrastructures,
 - Hébergement des données sécurisé,
 - La pléthore d'outils disponibles pour traiter ces données,
 - Evolutivité des solutions,
 - Sociétés too big to fall.

La shortlist des éditeurs retenus :

- Microsoft : société Lémuria (Paris)
- Amazon : société d2si (Toulouse)
- Google : société Cirruseo (Toulouse)
- Google : société Slack Labs (Toulouse)

3 de ces 4 éditeurs ont signé un NDA entre Axess AG et N'PY.

- **Systèmes de vente en ligne activités**

- V.2 de la vente en ligne du Pic du Midi incluant des fonctionnalités additionnelles telles que bons cadeaux et distribution B2B
- Les stations de Cauterets - Pont d'Espagne, Peyragudes, Tourmalet nous ont demandé de mettre en place une vente en ligne pour leurs produits été via la place de Marché Alliance Réseaux, le travail est en cours de finalisation
- Aucune information concernant l'interface du semée de vente choisi par La Rhune et la Place de marché malgré plusieurs relances

- **Saisie des infos météo / enneigement sur Lumiplan :** les mêmes données sont saisies à de multiples reprises sur différents sites occasionnant une perte de temps et des éventuelles erreurs de saisies, un travail est en cours afin que les sites alimentés puissent prendre les données à une et seule même source.

- **Assistance à Maîtrise d’Ouvrage pour le Pic du Jer** à Lourdes qui a sollicité N’PY pour sa billetterie, le contrôle d’accès, le WIFI public, le déploiement d’écrans connectés et d’un standard téléphonique : prestation de services pour le compte de l’exploitant Edeis.
- Étude pour une téléphonie mutualisée.
- Négociation sur les tarifs de la fibre optique pour l’ensemble des domaines skiables

3 Le pôle Conseil – Formation - Achat

Rappel des objectifs

- Développer et faire vivre les valeurs fondatrices de N’PY (solidarité, partage, innovation...),
- Se placer au service des stations et être à l’écoute en temps réel de leurs besoins et de leurs problématiques, dans une démarche de partenariat gagnant-gagnant, et non une relation client/fournisseur,
- Faire progresser à la fois les équipes, les entreprises, et le collectif des stations, à travers la mise en œuvre d’une stratégie collective ambitieuse.

3.1 N’PY Organisme de formation (N’PY OF)

En chiffres :

394 personnes formées (-20% vs 2018/2019 et + 0.77 % vs 2017/2018) et **2 717 heures de formation** (-56% vs 2018/2019 et + 3.47 % vs 2017/2018)

14 actions de formation sur l’année (+ 1 vs 2018/2019 et + 2 vs 2017/2018)

Pour l'exercice 2019/2020, l'activité de l'organisme de formation N’PY OF est revenue **au niveau de celle de l'exercice 2017/2018.**

En effet, le grand projet “MASTER”, démarche globale de formation des managers et de prévention des accidents du travail, qui avait été mis en place en fin 2018, est arrivé à terme.

L’activité de l’organisme de formation se concentre donc sur les formations de base nécessaires à l’exercice des fonctions des salariés des sites et stations du groupement N’PY, avec quelques nouvelles actions de formation collectives cette année, liées par exemple à l’entrée en fonction des nouveaux **Comités Sociaux et Économiques** ou à **l’accompagnement des référents RH sur les évolutions du Droit Social pour la branche des RM.**

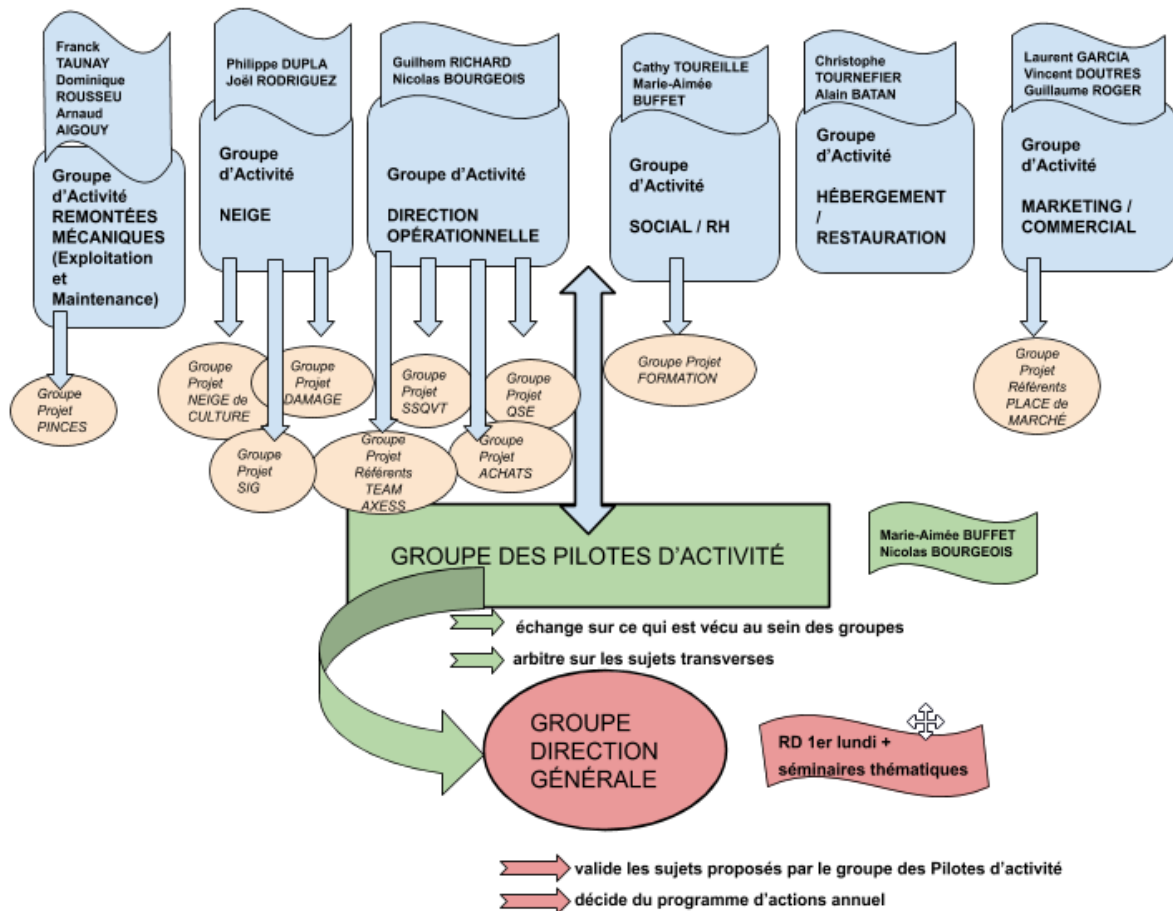
3.2 Le pôle Conseil :

L’un des objectifs recherchés à travers **l’animation du réseau** des entreprises N’PY est de partager les bonnes pratiques et de rechercher des solutions économiquement soutenables par les sites pour offrir au client final **un standard de haute qualité défini et partagé collectivement.**

Le **confortement de la stratégie d’échanges et de partage des ressources entre les salariés des entreprises**, à tous les niveaux hiérarchiques, est ainsi nécessaire.

2019/2020 : La phase 2 de la nouvelle organisation du collectif N'PY

- **Des compétences variées au service du collectif : une réelle implication des salariés des stations**
:



Une trentaine de journées de travail ont eu lieu cette année (+10 jours par rapport à l'année dernière) :

Intitulé du groupe	Nombre de journées réalisées	Pilote du groupe
Remontées mécaniques	3	Franck TAUNAY (Piau)
Pistes	2	Philippe DUPLA (Cauterets)
Formation	2	Marie-Aimée BUFFET (N'PY)
Santé Sécurité Qualité de Vie au Travail (SSQVT)	2	Sophie FOURCADE (EPSA)
Neige de Culture	1	Benoît DRILLAUD (Peyragudes)

Damage	4	Milann TABONE (Cauterets)
Commercial Marketing	11	Vincent DOUTRES (Cauterets) Guillaume ROGER (N'PY)
Direction Opérationnelle (nouveau)	4	Guilhem RICHARD (Tourmalet)
Système de Management de la Qualité	1	Jacques POULOU (EPSA)

A ces journées orientées “métier” s’ajoutent les **rencontres des Directeurs généraux** (1 fois/mois), dédiées notamment au suivi collectif de la réalisation des plans d’action.

A noter également par ailleurs, la tenue en visioconférence depuis mi-mars 2020 de nombreuses réunions de travail et d’échange, consacrées à l’adaptation des projets collectifs et des organisations à la situation COVID-19.

- **Focus sur le groupe de travail Mutualisation GI**

Suite à l’étude sur la réorganisation des domaines skiables, réalisée en 2018 par CDA Management, une collaboration a été établie entre N’PY et **Pascal Tournier**, dans le but de capitaliser sur ses compétences et sa longue expérience dans la direction de plusieurs sites CDA (Méribel, Grand Massif...).

L’objectif de sa mission, aux côtés de Franck Taunay (pilote du groupe RM) et de Marie-Aimée Buffet, est de développer l’implication des équipes des sites N’PY, et en particulier les Directions techniques, sur les sujets suivants :

- Généralisation des bonnes pratiques opérationnelles
- Mise en place et analyse d’indicateurs d’exploitation pertinents
- Achats groupés

Il a été convenu d’initier la démarche par un **travail sur la mutualisation des méthodes de gestion des GI (Grandes Inspections des Remontées Mécaniques), ainsi que des achats groupés correspondants**. Une première réunion de travail s’est tenue en janvier 2020 et a permis d’obtenir l’engagement formel de chaque site dans ce sens.

La démarche devra être complètement aboutie pour les GI de l’été 2021.

Il faut souligner l’investissement marqué de chacune des stations dans cette démarche collective inédite, qui devrait produire rapidement des résultats majeurs en termes d’économies d’échelle et d’harmonisation des processus.

3.3 Le Groupement de commandes des stations associées (GCSA) :

En chiffres :

En 2019/2020, le **GCSA** a passé des appels d’offres pour un total estimé à **4 475 900.55 € HT** sur la durée totale des marchés.

Pour cette période, les **gains estimés** pour les domaines skiables sont de **27 %** (écart entre offre la plus haute et la plus basse), auxquels s’ajoutent des conditions plus favorables liées au volume (SAV, garanties, frais de port...)

Pourquoi rester isolés face à ses fournisseurs ? Quand on pèse peu en puissance d'achat, s'associer avec d'autres entreprises constitue une solution intéressante à maints égards. Elle permet, du fait de l'accroissement des volumes, de négocier plus efficacement, de mutualiser le suivi des achats et d'échanger de l'information sur les bonnes pratiques. Au final, les coûts se réduisent ainsi que le temps consacré par chacun à la gestion des achats. Les résultats sont très variables selon les années.

Rappel de l'organisation du GCSA :

Un groupement de commandes selon l'article L.2113 du Code de la Commande Publique, régi par une convention signée par toutes les structures publiques membres du réseau N'PY et coordonné par la RICT. Chacun des membres a le choix de participer ou non aux consultations proposées mais se doit de tenir ensuite ses engagements, une fois que sa participation est confirmée.

Missions du coordonnateur (RICT) :

- *Coordonner – Signer - Notifier les marchés*

Le coordonnateur est assisté par N'PY qui est chargé du :

- *Recueil des besoins auprès des sites et stations N'PY*
- *Elaboration des documents de la consultation en lien avec les référents désignés par les membres*
- *Suivi de l'exécution globale des marchés*

Missions des membres du GCSA :

- *Transmettre leurs besoins pour les marchés auxquels ils souhaitent participer*
- *Suivre l'exécution des marchés*
- *Effectuer les paiements*

=> Avantages

- *Réduction des coûts et gain de services*
- *Réduction des délais*
- *Sécurisation juridique*
- *Crédibilité augmentée*

Appels d'offres passés durant l'année 2019/2020 :

Intitulé du marché	Stations participantes	Prestataire retenu	Montant HT total de l'offre retenue	Montant HT total de l'offre la plus élevée	Écart % par rapport à l'offre la plus élevée
<i>PROCEDURE ADAPTEE</i>					
Extincteurs	EPSA, RICT, SEML Piau, SPL Peyragudes, Régie de Luz, Pic du Midi	SUD OUEST INCENDIE	56 329.52 €	104 796.36 €	46 %
Scooters	EPSA, RICT	AGRIVISION	80 565 €	Seule offre recevable	-

Fourniture matériel de bureau	EPSA, RICT, SEML Piau, SPL Peyragudes, Pic du Midi	FIDUCIAL	33 368.65 €	Seule offre reçue	-
Lubrifiants	EPSA, RICT, SEML Piau, SPL Peyragudes, Régie de Luz, Espaces Caunterets	TOTAL	301 658.75 €	375 908.78 €	20%
<i>PROCÉDURE FORMALISÉE</i>					
Marché de services	EPSA, RICT, SEML Piau, SPL Peyragudes, Régie de Luz, Espaces Caunterets, Pic du Midi	SEM N'PY	870 000 € + prestations complémentaires selon le BPU	Seule offre reçue	-
Prévoyance	EPSA, RICT, SEML Piau, SPL Peyragudes, Espaces Caunterets, Pic du Midi	SUD OUEST MUTUALITE	252 380.07 €	297 645.86 €	15%
Carburants	EPSA, RICT, SEML Piau, Régie de Luz, Espaces Caunterets	ALVEA	2 881 598.56 €	Seule offre reçue	-
			4 475 900.55 €		

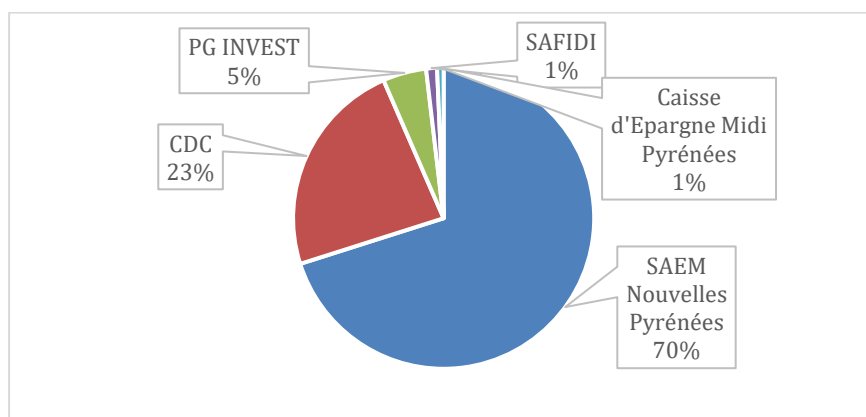
Pour l'année 2020/2021, hormis la mutualisation des achats liés aux Grandes Inspections, de nombreuses consultations groupées à fort enjeu sont en préparation, dont :

- Assurances (nouveau)
- Engins de damage
- Énergie électrique
- Tenues du personnel
- Fourniture de transmissions et produits caoutchouc RM

SAS N'PY RESA :

La Société par actions simplifiée a été créée le 1^{er} septembre 2015 avec un capital social de 1,899K€ réparti entre les actionnaires suivants :

- SAEM N'PY
- Caisse des Dépôts
- PG Invest (filiale de la caisse régionale de Crédit Agricole Mutuel Pyrénées Gascogne)
- Safidi (filiale d'EDF)
- Caisse d'Epargne Midi Pyrénées



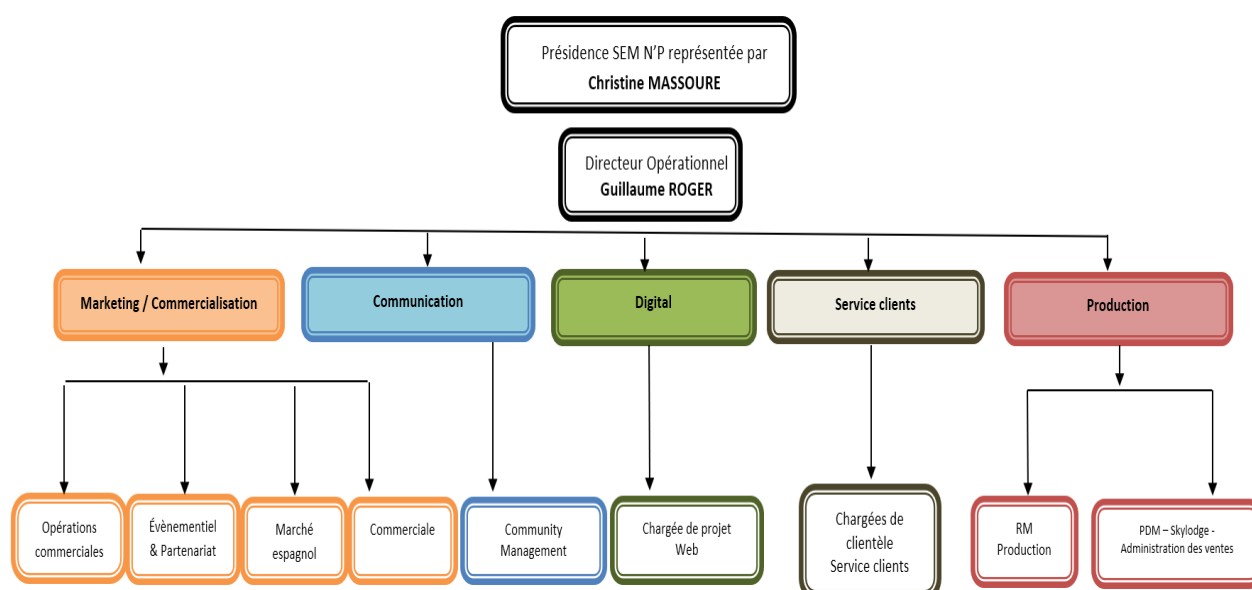
⇒ La SAEM N'PY contrôle 70% de la SAS N'PY Résa

Objet de la SAS :

- Exploitation d'une plateforme internet de « place de marché »
- Commercialisation et promotion de tous produits et services des stations de ski et de la montagne.

1 Organisation de la société :

1.1 Organigramme de la société



1.2 Les Services qui composent N'PY Résa :

→ Marketing / Commercialisation :

Principales missions :

Le service marketing/commercial définit et organise les produits (forfaits, place de marché), en accord avec les responsables commerciaux des stations et en déclinaison de la stratégie définie par le Comité de direction. Il assure la vente auprès du grand public (B2C) et de distributeurs tiers (B2B). Il entretient et enrichit la base de données de la marque au travers notamment de l'outil CRM.

Il se charge de mettre en place des partenariats avec d'autres marques en affinité avec la marque N'PY et les stations / sites. Il est également responsable des marchés étrangers en particulier le marché espagnol. Enfin, il pilote une équipe d'ambassadeurs de la marque chargés de représenter cette dernière dans les grandes villes de la zone de chalandise (cf. infra).

Equipe : 8 personnes à temps complet, 7 commerciaux des stations et 29 ambassadeurs (français et espagnol)

- Responsable : Marine Turon Barrère
- Commerciale France : Claire Galy
- Marché espagnol : Gorka Mendikute
- Événementiel / partenariats / réseau d'ambassadeurs : Charlène Calmano
- Opérations commerciales / CRM / réseau d'ambassadeurs : Mélanie Lesgards / Sorin Florea
- Assistante administrative : Estelle Gimenez
- Assistant commerciale et événementiel : Thibaut Blin
- Le service collabore activement avec les responsables commerciaux de chaque station/site de la marque : Peyragudes : L.Garcia – Piau-Engaly : E. Verdoux – Gd Tourmalet : C. Boudassou – Pic du Midi : J. Brun – Cauterets Pt d'Espagne : V.Doutres – Luz Ardiden : S. Bernat Salles – Gourette, La Pierre St Martin et la Rhune : C. Weiss.
- Un réseau d'ambassadeurs français et espagnols :

Principales missions :

Les ambassadeurs sont choisis dans les principales villes de la zone de chalandise de la marque (Toulouse, Bordeaux, Nantes, Pau, Bilbao...) pour représenter N'PY. Ils sont rémunérés et doivent remplir un certain nombre de missions comme :

- Organisation d'événements
- Commercialisation des produits de la marque (auprès des réseaux d'étudiants, des comités d'entreprise de leur ville...)
- Animation des réseaux sociaux
- Aide à l'organisation d'événements en station...

Equipe :

Responsable : Mélanie Lesgards / Charlène Calmano

France : 25 ambassadeurs (+2 vs 2018/2019)

Espagne : 5 ambassadeurs (+1 vs 2018/2019)

→ Communication

Principales missions :

Le service communication est en charge de la promotion de la marque, de ses stations et sites touristiques auprès du grand public et des réseaux de distribution. Pour cela, il met en place les plans médias (offline et online en lien avec le service digital), élabore les outils de communication nécessaires à cette promotion, se charge d'organiser les relations presse et s'occupe de la communication interne. Il a également en charge les réseaux sociaux de la marque : Facebook, Instagram, etc.

1,574 M€ de budget promotion en 2019/2020

Equipe : 3 personnes à temps plein

- Responsable : Anaïs Aguillon
- Community Manager : Florian Quentin
- Créateur de contenu : Hugo Aussenac

→ Digital :

Principales missions :

Le service digital assure le bon fonctionnement des outils digitaux de la marque :

- Site internet **n-py.com**, le site portail de la marque de domaines skiables et sites touristiques (2,2 millions d'utilisateurs, 18 millions de pages vues par an). Le site héberge également les noms de domaines peyragudes.com et piau-engaly.com qui sont administrés par le service digital
- Site internet **skylodge.fr**, le site du premier hostel de la marque Skylodge ouvert à Piau en décembre 2018 (85 867 utilisateurs, 372 830 pages vues de novembre 2018 à avril 2019)
- Site internet **Skyvall.com**, réalisé à la demande de la station de Peyragudes.
- **Application N'PY**, application mobile portail des domaines skiables et sites (71.235 utilisateurs actifs, 1.045.535 sessions ouvertes de mai 2018 à avril 2019)
- **Blog N'PY**, autre canal de communication sur lequel il est possible d'approfondir des sujets (non commerciaux).

Il veille activement à ce que ces outils soient opérationnels (disponibilité, maintenance, améliorations, gestion des bugs...) mais également que tous les applicatifs externes (webcams, flux de skiabilité, ...) fonctionnent correctement. Le service digital se charge également chaque année du déploiement des campagnes de communication online (AdWords, campagnes display, Emailing...).

Il se charge également de conduire les nouveaux projets (futur site n-py.com, peyragudes.com, piau-engaly.com, grand-tourmalet.com)

Equipe : 4 personnes à temps complet

- Responsable : Ivain Bordeneuve
- Chargées de projet WEB : Marina Daltroff et Mélanie Algrain
- Trafic Manager : Jean-Michel Berresse

→ Centre de relations clients

Principales missions :

Le centre de relation client est composé d'une dizaine d'agents d'accueil en hiver et 3 en été qui se chargent des demandes clients (réservations, SAV, infos diverses...) au travers de différents outils de communication (téléphone, email, Tchat), et ce en français, anglais, espagnol et flamand. Le service organise également en liaison avec le service commercial, des campagnes de prospection par téléphone. Le centre est ouvert 7/7 durant les vacances d'hiver (Noël et Février), 6/7 hors vacances (lundi au samedi inclus) et 5/7 en été.

60 696 contacts (entrants et sortants) gérés en 2019/2020.

Equipe : 2 personnes à temps plein et 8 saisonniers

- Responsable : Charlotte Pomes-Pédabadie
- Agents d'accueil : 10 dont 2 permanents (Nathalie Oliva et Pauline Pelaez)

➔ **Service Production**

Principales missions :

Le service paramètre les forfaits de ski grand public des stations et sites de la marque. Ce paramétrage est « livré » chaque année en août pour les forfaits de ski afin que les ventes soient ouvertes au plus vite. Il gère également le paramétrage de la place de marché et toute la relation contractuelle avec les prestataires distribués sur cette plateforme (contrats, SAV, facturation...). Il s'occupe aussi les plateformes tierces (outil de réservation Skylodge, plateformes comités d'entreprise, outils B2B, plateforme ESF+, ...). Il assure enfin la production des forfaits de ski commandés à distance qui sont envoyés au domicile des clients et assure un contrôle 7 jours sur 7 des rechargements de forfaits sur internet (contrôle en lien avec le fournisseur au cas où un forfait ne soit pas passé en billetterie)

Equipe :

- Responsable : Christelle Nougé-debat
- Superviseur de Vente : Marie-Pierre Labadiole
- Technicien développement Place de Marché : Catherine Mongardien
- Technicien développement Place de Marché : Marie-Agnès Fontan
- Assistante commerciale : Estelle Gimenez
- Production de titres (forfaits) : Nathalie Marsalle

➔ **Service Place de marché**

Principales missions :

Le service s'occupe de la mobilisation des prestataires de la Place de marché (professionnel et particuliers) : fidélisation et prospection de nouveaux adhérents avec l'aide du réseau des référents place de marché en station.

Equipe :

- Responsable : Guillaume Roger
- Animation de l'offre :
 - Lucile Benne (mise à disposition par l'Etablissement Public des Stations d'Altitude à raison d'un mi-temps).
 - Equipe de référents station : Valérie Sarthe (Peyragudes), Bernadette Casteret (Piau), Valérie Barnetche (Gd Tourmalet), Claire Fontan (Cauterets), Lucile Benne (Gourette et La Pierre Saint Martin).

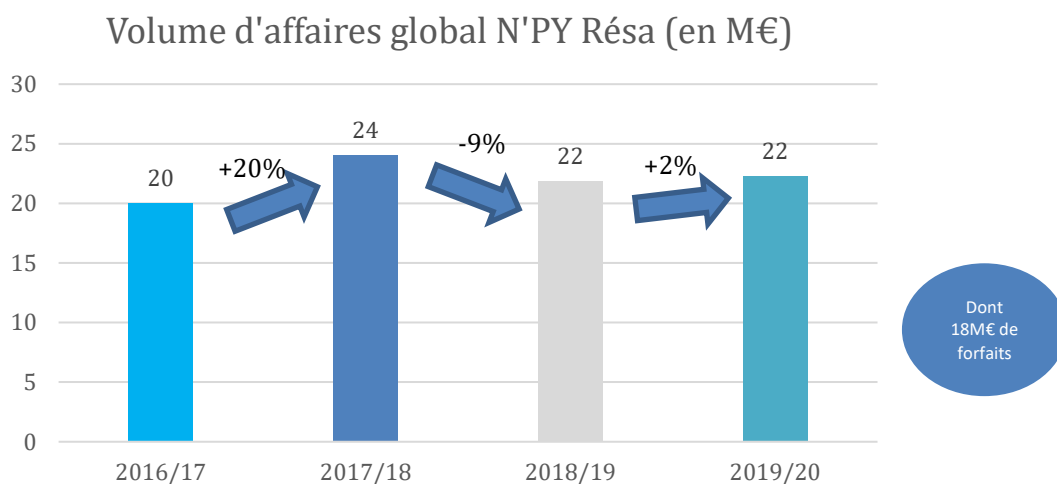
➔ **Fonctions supports :**

Lors de la filialisation de la branche commercialisation de la SEM N'PY en 2015, il a été décidé de mutualiser les fonctions supports de la société mère et de sa filiale. Cette organisation a permis de limiter les coûts de personnel de structure de l'ensemble (absence de doublons) et ainsi de focaliser les recrutements de la SAS N'PY Résa sur les fonctions « front office » de commercialisation et promotion. Les fonctions concernées sont : comptabilité et finance, administratif et juridique, ressources humaines, systèmes d'information

2 Activité de la SAS exercice 2019/2020 :

2.1 Bilan financier :

2.1.1 Volume d'affaires global :

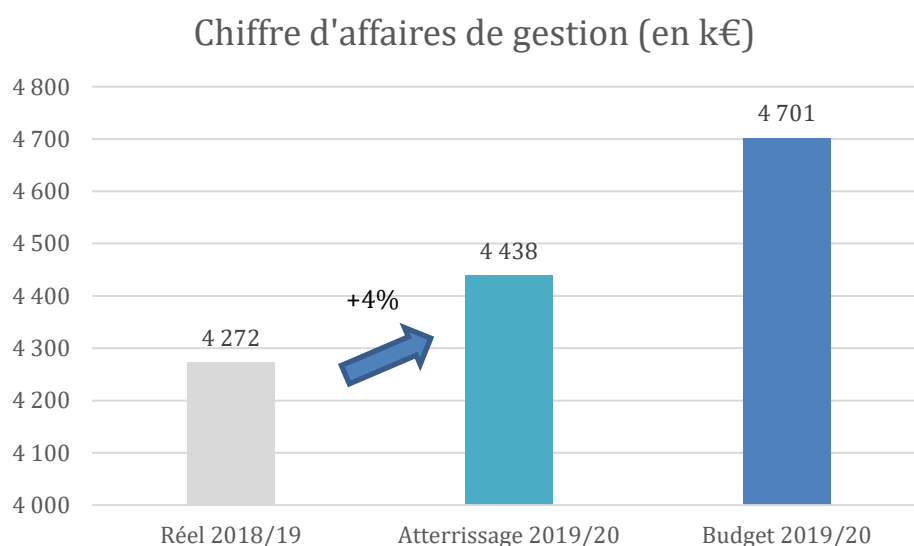


Le volume d'affaires global atteint 22M€ cette saison, en légère hausse par rapport à la saison 2018/2019 (+2%). L'effet COVID-19 ne permet pas d'égaliser le record de 2017/2018 (24M€)

L'activité « forfaits » est en ligne avec celle de la saison précédente (18M€) alors que la fréquentation globale des stations N'PY accuse une baisse de 5,2%.

Le volume d'affaires des autres activités de la place de marché augmente de 15% par rapport à 2018/2019 passant de 3,5 à 4M€.

2.1.2 Chiffre d'affaires :



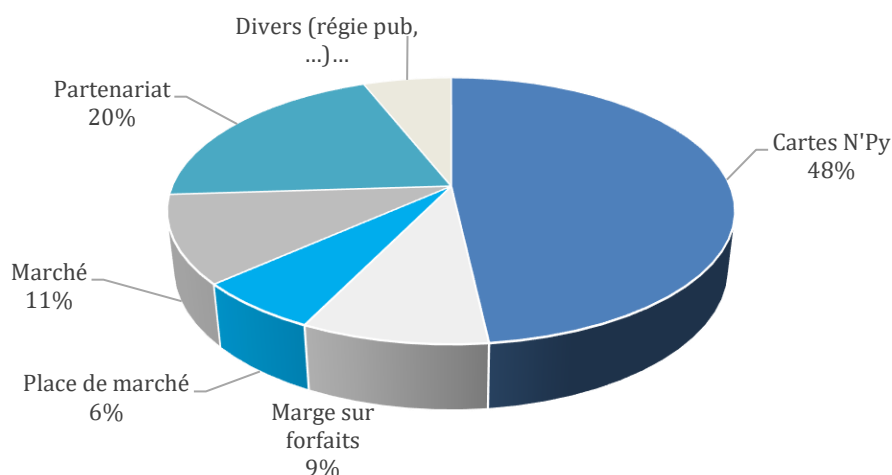
Détail par postes :

Chiffre d'affaires de gestion (en k€)	Réel 2018/19	Budget 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var % N-1	Var % Bud
Été + Hiver					
Forfaits remontées mécaniques				-	-
Cartes No Souci	2 095	2 320	2 140	2%	-8%
Cartes Vacances & No Souci +	4	21	1	-60%	-93%
Marge sur forfaits	439	402	398	-9%	-1%
Total	2 538	2 743	2 539	0%	-7%
Place de marché					
Hébergement	133	152	142	6%	-7%
Location de ski	11	12	11	2%	-7%
Écoles de ski	8	9	10	24%	14%
Autres activités (balnéo, transports, ...)	1	3	1	14%	-71%
Régularisation exercices antérieurs	0	0	0	-	-
Total	153	176	164	7%	-7%
Autres prestations					
Frais de dossier & Assurance annulation	101	116	110	9%	-5%
Marge sur marchés étrangers	0	0	-2	-	-
Redevance comm&gestion Skylodge	19	97	54	188%	-44%
Partenariats/Publicité	802	875	889	11%	2%
Contribution N'Py à la communication	403	418	418	4%	0%
Prestations diverses (options marché, régie pub, ...)	255	275	266	4%	-3%
Total	1 581	1 781	1 735	10%	-3%
Total Chiffre d'affaires de gestion	4 272	4 701	4 438	4%	-6%

Le Chiffre d'affaires de N'PY Résa est **en progression de +4%** vs 2018/19 et en retrait vs le Budget (-6%), retrait principalement lié à la fermeture anticipée (COVID).

- Remontées mécaniques : baisse du CA correspondant à la baisse du volume d'affaires lié à la crise sanitaire et détérioration des ventes de cartes, ressource principale de la société. A noter que le bon démarrage de saison permet néanmoins d'atteindre le même CA que l'an dernier en fin de saison
- Place de marché : progression du volume d'affaires mais en deça de l'objectif : outre la fermeture anticipée des ventes, la place de marché ne parvient pas à développer son activité dans un contexte de faible mobilisation additionnelle : non atteinte des objectifs budgétaires ambitieux de dynamisation des acteurs locaux (mobilisation du diffus en station, passerelles, concurrence OT...)
- Autres prestations :
 - Frais de dossier et assurance annulation : en lien avec la place de marché
 - Skylodge : redevance commerciale et de gestion en lien avec le chiffre d'affaires du Skylodge en retrait vs l'objectif budgétaire
 - Partenariats et prestations diverses : augmentation du CA et atteinte de l'objectif (pour partenariats) grâce à la vente du savoir-faire N'Py Résa (communication, digital, partenariats)

Atterrissage Chiffre d'affaires 2019/20 (en %)



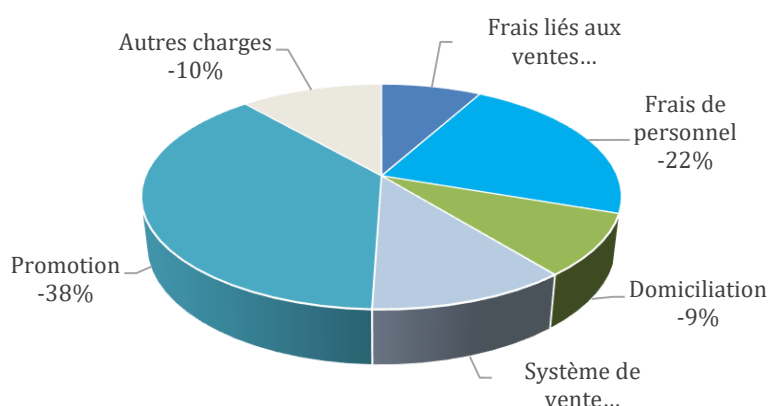
Cette répartition souligne bien **l'importance de la vente de cartes No Souci dans le Chiffre d'affaires de N'PY Résa (48%)** qui permet de dégager de financer la contribution de la société au développement de la communication de la marque, aux outils digitaux et marketing à disposition des stations, sans dégrader le prix moyen de ces dernières (cf 3.1).

2.1.3 Charges détail par postes et focus frais de personnel :

Charges (en k€)	Réel 2018/19	Budget 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var % N-1	Var % Bud
Frais liés aux ventes	-314	-386	-333	6%	-14%
Frais de personnel	-919	-944	-921	0%	-2%
Domiciliation	-383	-368	-368	-4%	0%
Système de vente	-468	-480	-469	0%	-2%
Promotion	-1 492	-1 647	-1 574	6%	-4%
Autres charges	-429	-570	-473	10%	-17%
Total des charges	-4 006	-4 395	-4 138	3%	-6%

- Charges opérationnelles inférieures au Budget en 2019/20 et maîtrise de l'évolution vs 2018/19 :
 - Frais liés aux ventes : augmentation vs N-1 liée à l'évolution du volume d'affaires
 - Frais de personnel : maîtrise de la dérive salariale à +1% par rapport à N-1 et économies de -2% vs Budget (hors activité partielle en cours d'évaluation). Pas de recrutement sur l'exercice
 - Système de vente : maîtrise du budget global, avec un effort soutenu sur les outils de gestion de la relation client
 - Promotion : économies sur la fin de saison liées à l'arrêt de l'activité mais croissance de +6% par rapport à l'an dernier grâce à un bon démarrage de saison
 - Autres charges : refacturation des services mutualisés avec la SEM N'Py : comptable Skyldodge présente sur l'ensemble de l'exercice en 2019/20, économies vs Budget

Atterrissage Charges (en %)



2.1.4 Compte de résultats :

Compte de résultat (en k€)	Réel 2018/19	Budget 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var N-1	% Bud
Chiffre d'affaires	4 272	4 701	4 438	4%	-6%
Frais liés aux ventes	-314	-386	-333	6%	-14%
Frais de personnel	-919	-944	-921	0%	-2%
Domiciliation	-383	-368	-368	-4%	0%
Système de vente	-468	-480	-469	0%	-2%
Promotion	-1 492	-1 647	-1 574	6%	-4%
Autres charges	-429	-570	-473	10%	-17%
Total Charges	-4 006	-4 395	-4 138	3%	-6%
Résultat courant avant impôt	266	306	300	13%	-2%
Impôt sur les sociétés	-77	-86	0	-100%	-100%
Résultat Net	189	220	300	59%	36%

Atterrissage opérationnel : **résultat avant impôt positif de +300 k€** proche de l'objectif de 306 k€, malgré l'impact de la crise sanitaire liée au Covid-19 et grâce à un excellent début de saison conjugué à une maîtrise des charges

L'impact potentiel du résultat déficitaire de Skylodge sur les comptes de N'PY Résa (titres, compte courant) n'a pas été pris en compte, ce point n'étant pas encore arbitré.

Résultat prévisionnel 2019/20 à l'équilibre : objectif de suivi de la stratégie du BP de Janvier 2020 marquant un renforcement des dépenses de Système d'Information afin de préparer l'extension du périmètre Compagnie des Pyrénées et d'une évolution de la redevance de marque en faveur de la SEM N'Py

3 Activités détaillées :

3.1 Cartes d'abonnement :

3.1.1 Cartes d'abonnement No Souci (type PayPerUse) :

→ Rappel du modèle économique :

La carte No Souci est un produit d'abonnement qui permet de skier avec le même support (carte à puce) sur l'ensemble des domaines skiables N'PY. Il est basé sur la technologie 'Pay Per Use' qui permet de prélever son détenteur des journées de ski réalisées sur les stations en fin de mois sur son compte bancaire. Ce produit révolutionnaire est vendu 37€ (saison 2019/2020). Le produit de cette vente est intégralement encaissé par N'PY Résa. En revanche, les journées ski consommées sont **directement encaissées par chaque station**, sans commissionnement et selon la tarification transmise quotidiennement par les stations.

→ Synthèse Résultats 2019/20 :

Chiffre d'affaires de gestion (en k€)	Réel 2018/19	Budget 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var % N-1	Var % Bud
Cartes No Souci	2 095	2 320	2 140	2%	-8%
Total Chiffre d'affaires de gestion	4 272	4 701	4 438	4%	-6%
<i>Part No Souci</i>	<i>49%</i>	<i>49%</i>	<i>48%</i>		

Le **Chiffre d'affaires** des ventes de cartes d'abonnement No Souci s'élève à **2 140K€** pour la saison 2019/2020 contre 2 095 K€ pour la saison 2018/2019 (+2%) et un objectif de 2 320K€ (-6%)

Les cartes ont généré **247 947 journées ski** pour **6,8 M€ de CA** mais contre 290 860 l'an passé (-15%) et 7,7M€ de CA (-11% effet COVID) :

Chiffre d'affaires de gestion (en k€)	2017/2018	2018/19	2019/20	Var %
				N-1
Volume affaires Jsk No Souci	8 646 000	7 731 000	6 880 793	-11%
NbJsk No Souci	336507	290860	247947	-15%
Prix moyen	25,7	26,6	27,8	4%

En revanche, le **prix moyen de la journée ski** lié aux cartes continue de progresser gagnant **1,2€ par rapport** à la saison passée.

→ Principales actions de ventes :

○ Renouvellement automatique :

La carte N'PY No Souci est LE produit phare des stations et de la marque N'PY : sur la saison 2019/2020, 84 000 abonnés ont opté pour ce forfait qui facilite le ski.

L'abonnement est basé sur un renouvellement automatique qui s'opère chaque année dès le mois de juin selon le process suivant :

- Email envoyé aux clients le 28/05/2019
- Relance d'un email envoyé aux clients n'ayant pas ouvert l'email le 11/06/2019
- Envoi d'un courrier aux clients n'ayant pas d'adresse email ou n'ayant pas ouvert les e-mails précédents
- Envoi d'un sms aux clients n'ayant pu être renouvelés

Le renouvellement des abonnements No Souci est un enjeu crucial qui permet de générer en entrée de saison un revenu important à la SAS N'PY Résa (**1,7M€ cette saison soit 38% du CA total de N'PY Résa**). Il apporte de la trésorerie au moment idéal puisque c'est à cette période que les principaux investissements (publicitaires, équipements digitaux...) sont engagés.

Cette saison le taux de renouvellement a atteint **75%** (soit + 1% par rapport à 2018/2019)

La carte No Souci est le premier poste de recette de N'PY Résa, 5 fois plus élevé que les commissions sur les ventes de forfaits. Ces recettes permettent de porter les ambitions collectives.

○ Ventes en station :

Animation des ventes :

Les stations ont un rôle majeur dans la promotion du produit commun « No Souci », N'PY Résa s'emploie à dynamiser et à stimuler ces ventes. Un incentive est organisé tous les ans pour booster les ventes d'abonnement en caisse. Il vise à primer les vendeurs de cartes à hauteur de 2€ par carte vendue (prime prise en charge par N'PY Résa). Résultats par station :

	Nb titre total	Nb carte vendues et finalisées	Taux de transformation
LPSM	37 849	1 000	2,6%
Gd Tourmalet	141 006	2 537	1,8%
Gourette	70 527	975	1,4%
Peyragudes	124 904	1 680	1,3%
Cauterets	103 930	1 142	1,1%
Piau	84 807	763	0,9%
Luz	48 834	374	0,8%
Total général	611 857	8 471	1,4%

Un total de 8 471 cartes vendues pour un objectif de 10 344 cartes.

Une sous performance par rapport aux objectifs qui s'explique par plusieurs facteurs :

- Une fermeture anticipée des stations
- Une prise en compte des objectifs et des avantages de la vente de la carte No Souci différente en fonction des stations
- Un suivi/management inégal en fonction des stations
- Une prise en compte des objectifs inégale en fonction des stations
- Une grille de forfaits multiples qui complexifie le discours des hôtes de vente (création de nouveaux produits...)

Promotion du produit sur site :

De nombreux outils (panneaux, vitrophanies, visuels écrans TV...) ont été réalisés et fournis aux stations pour promouvoir l'abonnement No Souci :



Des journées spéciales NO SOUCI sont assurées en billetterie par les ambassadeurs lors de journées stratégiques.

Des messages “push” sont par ailleurs envoyés aux détenteurs de l'application N'PY qui sont géolocalisés autour des billetteries des stations. Exemple de message envoyés aux clients qui s'approchent des billetteries : “N'attendez pas en billetterie, rechargez dès maintenant votre forfait sur l'appli N'PY ou optez pour la carte No Souci : jusqu'à -30% sur vos journées”.

○ Ventes internet :

N'PY Résa agit directement sur son canal de vente pour capter de nouveaux clients dans le club No Souci

Opérations commerciales :

- **Opération “nouvelles neiges” :**

L'opération “Premières neiges” qui n'avait pas pu être lancée l'an passé faute de neige a pu être mise en place cette saison. Elle consiste à offrir 30% de réduction tous les jours y compris le week-end aux détenteurs de cartes jusqu'à la veille des vacances de Noël. Double objectif pour cette offre :

→ inciter les clients déjà équipés, à conserver leur carte et à skier dès le début de la saison (un client qui commence à skier tôt aura plus facilement envie de revenir !).

→ développer les ventes de cartes no souci en caisse et sur internet avec une offre intéressante.



6 391 cartes vendues sur internet et 3 098 cartes vendues en billetterie : 9 489 cartes au total pour un volume d'affaire de 292 370,20€

- **Opération “Black Friday” (29 novembre 2019) :**

N’PY et les stations ont comme l’an dernier, proposé une offre spéciale dans le cadre de la journée du Black Friday (Journée de solde internationale) :

- Carte No Souci à 31€ au lieu de 37€ et carte no souci étudiant à 20€ au lieu de 37€



Cette opération a permis de vendre **1 009 cartes No Souci** contre 665 l’an dernier.

- **Opération “Parrainage” :**

Le détenteur d’une carte No Souci a la possibilité de parrainer des amis ou des membres de sa famille et de gagner 10€ sur sa prochaine journée de ski par personne qu’il parraine, tout comme son filleul.

L’idée de cette promotion est de transformer nos clients en prescripteurs et en véritable ambassadeur du produit !

Gros succès de cette opération puisque 1 842 parrains No Souci ont parrainé **3 468 filleuls soit un CA en carte de 97 858€.**

Une semaine parrainage a été organisée du 18 au 24 novembre 2019 (avec un avoir de 20€ au lieu des 10€ habituels), semaine durant laquelle 697 parrains No Souci nous ont parrainé **1 161 filleuls soit un CA en carte de 32 693 €.**

On peut gagner des amis et du ski en même temps !

N’PY a mis en place un système de parrainage qui vous permet à vous et vos amis de gagner du ski !



Pour le parrain

10€ de ski offerts
par ami parrainé

Vive les potes !



Pour le filleul

10€ de réduction
sur vos premières journées de ski

Réservé aux nouveaux abonnés



C'est cumulable

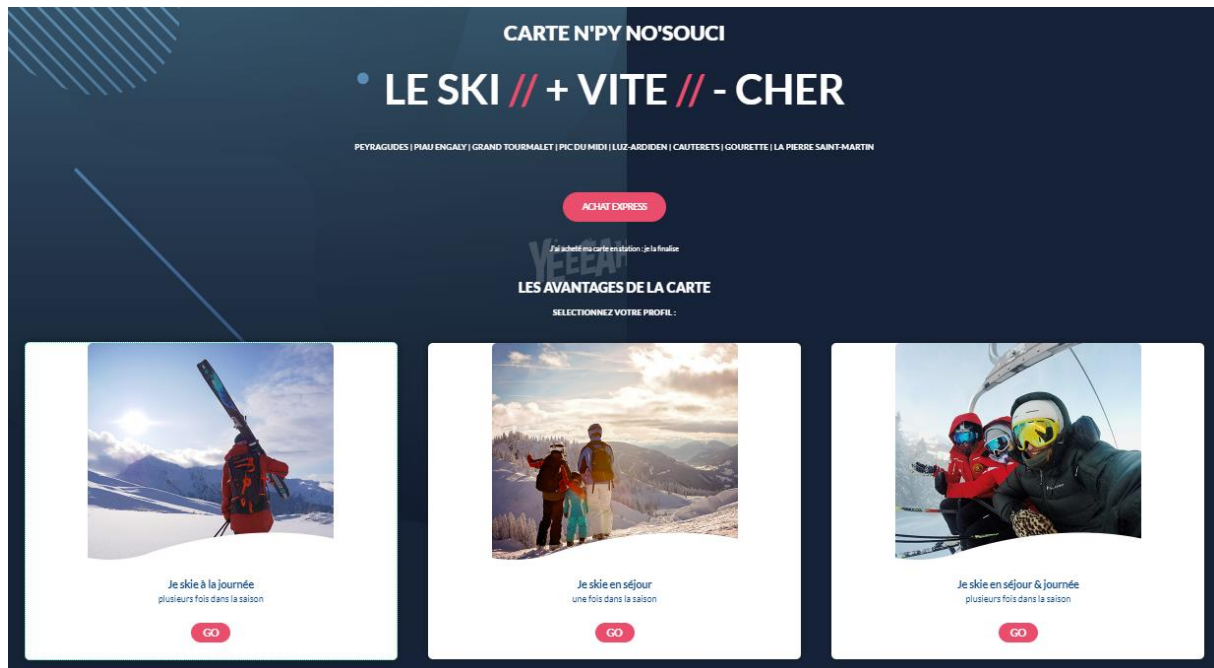
vous pouvez parrainer
plusieurs personnes

Absolument, oui !

○ Améliorations digitales :

Avec près de 85 000 abonnés, il est important d'offrir un service optimal aux détenteurs de la carte No Souci. Cette année l'espace personnel no souci a par exemple été revu et optimisé pour mettre en avant les avantages de la carte, les nouvelles promotions à venir et inciter ainsi les clients à conserver leur carte pour la saison de ski à venir.

La section « No Souci » sur le site internet a également été à nouveau revue et optimisée pour mieux renseigner et convertir les clients, ce qui a eu pour effet un doublement du nombre de pages vues dans le tunnel d'achat. L'approche visant à accompagner le prospect en fonction de son profil de skieur (à la journée, en séjour, en fonction de sa catégorie d'âge...) :



○ Réseau de revendeurs :

N'PY Résa organise aussi des actions pour stimuler les revendeurs.

Comités d'entreprise :

Les comités d'entreprise représentent une cible stratégique pour la commercialisation de la carte No Souci. Le produit est en effet très apprécié des Responsables CE et CSE puisque ces derniers n'ont pas à s'occuper des commandes et peuvent abonder soit sur le prix de l'abonnement (ce qui est le plus souvent pratiqué), soit sur les consommations de journées de ski.

Pour rappel, offres proposées :

No Souci CE : la carte à partir de 24 € pour toute commande groupée. Le tarif est dégressif en fonction du nombre de carte commandé. Le tarif des journées de ski est le même que pour les individuels : -15% et -30% : pas de risque de dégrader le prix de la journée de ski puisque c'est sur le prix du support que se joue la négociation avec les CE.

Principales actions mises en place :

- Préparation aux salons avec la mise en place d'outils d'aide à la vente : réalisation d'une affiche simplifiant les étapes pour les commandes de cartes No Souci par les CSE afin de mettre en avant la simplicité du process.



- Participation aux salons CSE de Nantes, Toulouse et Bordeaux.
- Traitement des retours des salons et envoi de la documentation et des offres spéciales
- Envoi mailing "post salon" aux nouveaux contacts établis sur les salons mais aussi aux contacts des salons des années précédentes.

Analyse des résultats avec ci-dessous l'exemple de Nantes :



- E-mailing pour l'envoi des identifiants de connexion à la plateforme CE No Souci aux CSE ayant choisi cette option :



INSCRIPTION À L'ABONNEMENT DE LA CARTE NO SOUCI AU TARIF CE/CSE

La plateforme est est un outil gratuit et sans minimum d'achat.

La carte No Souci est au tarif de **28€** au lieu de **37€** avec le CE/CSE.

Pour cela, vous devez vous connecter à votre [espace partenaire](#) à l'aide de vos identifiants de connexion ci-dessous :

Identifiant : xxxxxxxx
Mot de passe : xxxxxxxx

Les principaux avantages de la carte No Souci :

- Pas de passage en caisse donc pas d'attente
- De 15 à 30% de réduction sur les forfaits journée des 8 stations.
- Votre 5ème journée à moitié prix du tarif public, votre 10ème, 15ème, 20ème... gratuite
- Assurance secours sur piste incluse
- Offre famille : 1 carte offerte pour 4 cartes achetées au sein du même compte No Souci

COMMENT FONCTIONNE LA PLATEFORME CE/CSE ?

1 - Encaissement par le CE/CSE de la cotisation de 28€ par carte No Souci demandée par le collaborateur. La carte No Souci est nominative.

2 - Rendez-vous sur votre plateforme CE/CSE afin de renseigner l'adresse e-mail du collaborateur et nombre de cartes No Souci souhaitées.

Ce dernier va recevoir par e-mail des codes promotionnels (1 code pour 1 carte No Souci) et un lien renvoyant sur le site internet de N'PY. Après la validation de son panier, il va devoir saisir ses codes promotionnels afin que sa commande puisse passer à 0€.

Pour les collaborateurs détenteurs d'un carte No Souci à titre individuel, le CE/CSE doit se rapprocher de N'PY pour un renouvellement éventuel.

3 - Une fois les commandes terminées, le CE/CSE doit se rapprocher de N'PY pour qu'un export des commandes lui soit communiqué. Après vérification et validation du montant, la facture établie par N'PY sera envoyée au CE/CSE. Le paiement de cette dernière va générer l'envoi des cartes No Souci au CE/CSE.

4 - Le CE/CSE distribue les cartes No Souci à ses collaborateurs.

Pour toute question, n'hésitez pas à consulter la FAQ depuis votre plateforme CE/CSE.

Vous pouvez également nous joindre par téléphone au 05 62 97 71 09 ou bien par e-mail à l'adresse suivante : comite-entreprise@n-py.com (numéro de téléphone et adresse e-mail à ne pas communiquer).

Cordialement,
L'équipe N'PY



- A ce mail, est jointe une affiche qui facilite la tâche du CSE. L'objectif de l'affiche étant de faciliter la circulation de l'information dans l'entreprise en "mâchant le travail de communication du CSE" pour accélérer la diffusion de l'offre entre le CSE et les salariés.
- Mailing pour l'envoi des codes promo aux CSE ayant choisi cette option avec toujours l'affiche en pièce-jointe pour l'offre No Souci à 33€ cette fois et l'accès au mini-site :



- Prospection téléphonique fin novembre aux CSE ayant commandé des cartes No Souci l'an passé et n'ayant toujours pas effectué de commande à la mi-novembre 2019. Pour ceux qui n'ont pas répondu un mail a été envoyé.
- Le 16/01/2020, relance par emailing pour une deuxième session de commande avant les vacances de février. Cet email est envoyé aux CE ayant déjà commandé mais aussi à ceux n'ayant pas encore commandé.
- Les 23 et 24/01/2020, prospection téléphonique vers les CE des salons 19/20 qui ont choisi la gestion des commandes via la plateforme mais qui n'avaient toujours pas commandé. Mi-février, les CE n'ayant pas répondu ont reçu un mail.
- Mise en avant de l'offre via support de communication (affiche, bannière etc.)

N'PY travaille avec près de **600 comités d'entreprise** dont des regroupements de CE et inter CE.

Nb de cartes vendues	2018/2019	2019/2020	Variation
Comités d'entreprise (en direct)	5179	5059	-2%
Partenaires et regroupements de CE	1008	1234	+22%
Total cartes CE	6187	6293	+1,7%

Une **légère augmentation de 1,7% des ventes** par rapport à la saison précédente. Les CSE réorganisent leur service suite aux nouvelles élections et les nouveaux doivent s'approprier les accords mis en place et les outils qui leur sont proposés.

Clubs de ski :

Les clubs de ski sont également de très bons prescripteurs puisque la carte facilite l'organisation de leurs sorties. Les clubs n'ont plus à aller récupérer les forfaits aux billetteries des stations. Ils distribuent les cartes dans le bus durant le trajet. Les forfaits sont directement prélevés sur leur compte bancaire en fin de mois.

Une prospection téléphonique et mail auprès des clubs des comités régionaux Pyrénées ouest et Pyrénées Est a été mise en place par N'PY Résa ainsi qu'un partenariat avec le Comité Ski Pyrénées Ouest.

N'PY Résa travaille avec une vingtaine de clubs (de plaine) qui bénéficient d'une offre sur la carte No Souci, carte qui leur procure :

- Confort puisqu'ils n'ont pas à passer par les caisses station pour commander leurs forfaits. Ils distribuent les cartes dans le bus avant d'arriver en station. N'PY Résa prélève ensuite le montant des journées de ski directement sur leur compte bancaire.
- Des réductions puisqu'une grille spéciale leur est dédiée (sur les tarifs journée prélevés sur leur compte)

Nb de cartes vendues	2018/2019	2019/2020	Variation
Ski clubs	794	819	+3%

Une légère augmentation (une vingtaine de cartes en plus par rapport à 2018/2019). Ce produit dédié aux clubs pourrait être plus largement diffusé mais il **souffre d'accords historiques entre clubs et stations qui procurent des avantages tarifaires plus importants aux clubs.**

○ Animations commerciales :

Cette saison N'PY a mis en place des animations commerciales au mois d'octobre dans plusieurs écoles et universités afin de cibler particulièrement les étudiants :

- **Toulouse** : UFR, Toulouse Business School
- **Bordeaux** : INSEEC, KEDGE, STAPS
- **Tarbes** : IUT
- **Bayonne** : KEDGE
- **Pau** : Ecole Supérieure de Commerce

Lors de ces journées la marque NPY était présente en proposant des animations (fart gratuit de matériel) et une adhésion à la carte No Souci étudiant à 30 euros au lieu de 37. Au total **119** codes promotionnels (3570 euros) ont été utilisés suite à ces journées.

Les coordonnées des personnes ayant pris un code promo ont également été collectés dans le respect de la loi RGPD et ajoutés à la base de données.



Les ambassadeurs ont également mis en place des actions dans leurs villes (Niort, BAB, Toulouse, Bordeaux et Poitiers principalement) afin de faire connaître cette carte (communication sur des forums étudiants, actions auprès des Bureaux des Etudiants, des Comités d'entreprises et des journées découvertes chez des partenaires type magasins de sports, salles d'escalade...)

○ Club No Souci :

Le club No Souci c'est **le plus grand club de ski du monde**. Fort de ses plus de 84 000 adhérents cette saison, il s'agit de traiter cette clientèle fidèle comme il se doit. Pour cela et au-delà, de capter de nouveaux clients No Souci, N'PY RESA s'emploie à stimuler ce sentiment d'appartenance au Club ainsi que la stimulation de la consommation de ses adhérents (jsk).

Le détenteur d'une carte No Souci est ainsi un client privilégié qui bénéficie tout au long de la saison d'une série d'avantages (services, tarifs, événements particuliers...).

Prépa au Ski (Événement No Souci)

C'est la 3ème année que cet événement réservé aux détenteurs No Souci propose 4 sessions de préparation physique au ski dans les clubs partenaires Orange Bleue de Tarbes, Pau et pour la première année Biarritz. Une opération gratuite qui permet d'établir un vrai contact avec les membres No Souci et d'encourager la notion de "club/communauté".



Vidéo de présentation

https://www.youtube.com/watch?v=evwwcdMhhtc&list=UUBMg_HP774SRdYuCUZBGSWw&index=12

Partenaires

Grâce à ses partenariats, NPY propose également aux abonnés No Souci des offres particulières : Loubsol a donc récompensé les 100 premiers abonnés No Souci ayant skié plus de 6 journées et le groupe Boardriders (Quiksilver, Roxy et DC) ont proposé une réduction de 25% sur leur produit au mois de décembre avec une communication dédiée à l'ensemble des détenteurs :

UN PETIT CADEAU

PRÉPAREZ VOS PROCHAINES SESSIONS!
25% DE REMISE SUR L'UNIVERS SNOW
QUIKSILVER / ROXY / DC SHOES* !

TROUVEZ LE MAGASIN LE PLUS PROCHE

VALABLE ÉGALEMENT EN LIGNE AVEC LE CODE :
NPYSNOW25
VALABLE AUX 500 PREMIÈRES UTILISATIONS

EN PROFITER > EN PROFITER > EN PROFITER >

Cycle relationnel dédié :

Un cycle de communication dédié aux détenteurs de la carte No Souci est établi chaque saison. Durant la saison 2019/2020, **une dizaine d'emails** a ainsi été envoyée aux détenteurs de la carte.

Les emails sont envoyés à la demande ou en automatique. Le cycle automatique permet aux équipes de gagner du temps et de définir en avance les emails à envoyer en fonction d'un événement déclencheur : achat d'une carte, approche d'une date clé etc...

Ainsi, plusieurs emails ont pu être programmé pour les clients No Souci :

- No Souci - Cycle générique :
 - Rappel des avantages No Souci
 - Offre parrainage (envoyée courant octobre pour mettre en avant les avantages No Souci et transformer nos clients en prescripteurs de carte)
 - Semaine de parrainage (envoyé fin novembre pour dynamiser le début de saison)
 - 1ères neiges (envoyé début décembre pour mettre en avant les conditions spéciales réservées aux No Souci)
 - "Vos avantages pendant les vacances, skiez à prix réduit" (envoyé fin janvier pour mettre en avant les 15% de réduction réservés aux No Souci)
 - "Dernières neiges, profitez de la fin de saison" (non envoyé dû à la fermeture anticipée)

- No Souci – Primo acheteurs :
 - « Bienvenue » : Un premier email rappelant les avantages de la carte.
 - « Parrainage » : Un deuxième email 5 jours plus tard, pour proposer l'offre parrainage et inciter le client à devenir prescripteur de la carte.



- **Incentive centre d'appel :**

Un incentive a été déployé auprès des téléconseillères du centre d'appel afin de les motiver à vendre des cartes No Souci. Il s'agissait pour elles de proposer la carte No'Souci aux clients qui contactent N'PY par les canaux de communications suivants : téléphone, mails, tchat. L'idée est de proposer cette carte en toute transparence et en prenant soin du besoin du client lors de son séjour en station.

1 carte vendue permettait de gagner 1€

- **Ambassadeurs :**

Grâce à leur mission de commercialisation, les ambassadeurs ont vendu cette saison près de **222 cartes No Souci** (dont 66% de cartes classiques).

928 cartes ont été vendues par l'ensemble des conseillères sur la saison.

3.2 Autres types de forfaits PPU :

→ Objectifs 2019/2020 :

Certaines stations du réseaux N'PY ont sollicité N'PY Résa pour créer des forfaits basés sur la même technologie que la carte No Souci (technologie Pay Per Use : cf supra).

L'objectif de cette demande (non chiffré) visait à proposer à des marchés lointains (Grande Bretagne, Ile de France...) un produit capable de concurrencer les grands domaines alpins puisque permettant de skier sur plusieurs stations d'une même vallée et donc profiter de nombreux kilomètres de pistes.

→ Principales actions :

Paramétrage :

N'PY a mis au service des stations sa maîtrise de la technologie en termes de forfaits et de contrôle d'accès pour la mise en place de forfaits permettant de skier sur plusieurs stations (y compris de stations ne faisant pas partie de la marque et n'ayant pas le même fournisseur de contrôle d'accès). Ces forfaits s'appuient sur la technologie "Pay Per Use" qui permet de prélever le montant des journées de ski sur le compte bancaire du client.

Pour la 2^{ème} saison consécutive, le service Production s'est donc chargé de paramétrer le Pass Vallées de Gavarnie (6 jours de ski) qui regroupe les stations de : Gd Tourmalet, Cauterets, Luz Ardiden, Hautacam et Gavarnie. Au paramétrage, s'est ajouté le contrôle du processus d'achat, la vérification des encaissements et la formation des hôtes d'accueil des différents bureaux de l'Agence Touristique des Vallées de Gavarnie au traitement des commandes dès lors qu'un client opte pour un retrait à l'Office de Tourisme

→ Résultats :

- Pass Vallées de Gavarnie :
 - Ouverture des ventes : 14/10/2019
 - 72 Pass vendus pour 1400 €
 - 227 journées ski consommées soit 6200,05 €

Peu de ventes enregistrées sur ce forfait (72 uniquement). N'PY Résa n'étant pas en charge de la commercialisation, uniquement de la "production". Une réflexion stratégique est à mener sur l'ensemble des grilles tarifaires, leurs cohérences et l'enjeu « client »

3.3 Ventes de forfaits secs (ski et sites touristiques) :

→ Rappel du modèle économique :

N'PY Résa est missionné par les domaines skiables pour fournir une solution technique et pour commercialiser, en exclusivité, les forfaits de ski et/ou pass d'accès aux sites touristiques vendus sur internet et ou application mobile.

La SAS perçoit une commission de 5% HT sur le CA brut TTC total généré sur l'ensemble des ventes de forfaits de remontées mécaniques et pour l'ensemble des canaux internet à l'exclusion des forfaits « saison » qui sont eux commissionnés à 2%. Cette relation est contractualisée dans le cadre du « marché de services ».

Le produit des ventes est directement encaissé par chaque station, les produits et leur prix de vente sont fixés par chaque domaine skiable/site.

→ Synthèse Résultats 2019/20 :

Ventes forfaits « été » (sites touristiques) :

En k€	Réel 2019/20	Réel 2018/19	Var	Bud 2019/20	Var
Sites touristiques					
Nombres de titres					
Train de la Rhune	76 121	77 301	-2%	81 166	-6%
Pic du Midi	15 968	19 481	-18%	20 455	-22%
Pont d'Espagne	1 762	1 591	11%	1 671	5%
Total	93 851	98 373	-5%	103 292	-9%
Volume d'affaires					
Train de la Rhune	1 235	1 235	0%	1 218	1%
Pic du Midi	574	495	16%	519	11%
Pont d'Espagne	26	23	14%	23	14%
Total	1 834	1 752	5%	1 759	4%

Les ventes été 2019 ont progressé de 5% en valeur par rapport à l'été 2018 avec une belle progression des ventes du Pic du Midi (accès et billets concerts) et du Pont d'Espagne (respectivement + 16 et +14%). Le site de la Rhune avait quant à lui connu un été record en 2018. Le volume d'affaires est cependant iso avec le volume 2018 (1,235 M€)

Ventes forfaits « Hiver » (ski) :

En k€	Réel 2019/20	Réel 2018/19	Var	Bud 2019/20	Var
Forfaits Domaines skiables					
Nombres de titres					
Forfaits journée	58 834	50 675	16%	61 894	-5%
Forfaits courts séjours	15 467	11 884	30%	11 214	38%
Forfaits longs séjours	17 078	16 219	5%	22 985	-26%
Forfaits saison	3 344	3 372	-1%	3 503	-5%
Consommations Cartes No Souci	247 947	291 886	-15%	342 743	-28%
Total	342 670	374 036	-8%	442 339	-23%
Volume d'affaires					
Forfaits journée	1 815	1 488	22%	1 907	-5%
Forfaits courts séjours	1 047	886	18%	954	10%
Forfaits longs séjours	2 622	2 388	10%	3 519	-25%
Forfaits saison	1 305	1 341	-3%	1 256	4%
Consommations Cartes No Souci	6 881	7 740	-11%	9 087	-24%
Total	13 670	13 843	-1%	16 723	-18%

Le volume d'affaires hiver est **en phase avec celui de l'an passé (13,67 M€) malgré un arrêt brutal de l'activité dû au COVID-19.**

Toutes les catégories de durées sont en progression vs 18/19 : journées, courts séjours et longs séjours. Seuls les forfaits saisons accusant une légère baisse (-1% en nb de titres et -3% en valeur à cause d'une saison 2018/2019 qui n'a pas incité les clients de certaines stations à se réengager). Les consommations de cartes No Souci sont en baisse (-15% en volume, 11% en valeur) à cause des conditions d'enneigement de la fin des vacances de février et de l'arrêt brutal de la saison au 14 mars).

Chiffre d'affaires de gestion (en k€)	Réel 2018/19	Budget 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var % N-1	Var % Bud
Forfaits remontées mécaniques					
Marge sur forfaits	439	402	398	-9%	-1%

Le chiffre d'affaires de N'PY Résa sur ces ventes **est en baisse de 9% mais quasiment en phase avec le budget.** La diminution s'explique par 2 facteurs : remboursements d'achats de forfaits du fait de l'arrêt brutal de l'activité au 15 mars (COVID)

→ Principales actions de commercialisation :

- **Actions Grand Public :**

Paramétrage des produits à vendre :

Le service Production de N'PY Résa est en charge du paramétrage des différents systèmes de vente internet, billetterie et nous garantit par là même la mise en production en temps voulu des forfaits et autres produits (assurances...) et le bon encaissement de toutes les prestations.

Paramétrage et Contrôle des encaissements des produits pour la vente Internet B2C (ventes internet) :

- Juin/Juillet paramétrage des produits pour la mise en ligne des forfaits hiver
 - Ouverture des ventes journées/séjours : 12/08/2019
 - Ouverture des ventes des saisons à -30% : 03/09/2019
 - Ouverture des ventes des saisons à -15% : 03/10/2019
 - Ouverture des ventes journées/séjours via les Mini sites Comités d'entreprise : 09/09/2019
 - Ouverture des ventes de séjours via les ESF : 03/10/2019
 - Ouverture des ventes via revendeurs (Skipower et Pass Montagne) : 18/11/2019
 - Ouverture des ventes tablettes stations : 20/12/2019
 - Ouverture des ventes via B2B : 14/10/2019
- A la demande des stations le service paramètre également des offres promotionnelles pour certains produits en fonction des conditions d'enneigement et d'ouvertures des domaines.

Paramétrage des produits pour les ventes en billetteries :

- Septembre : paramétrage des produits pour la vente en billetterie pour l'ouverture des stations en novembre

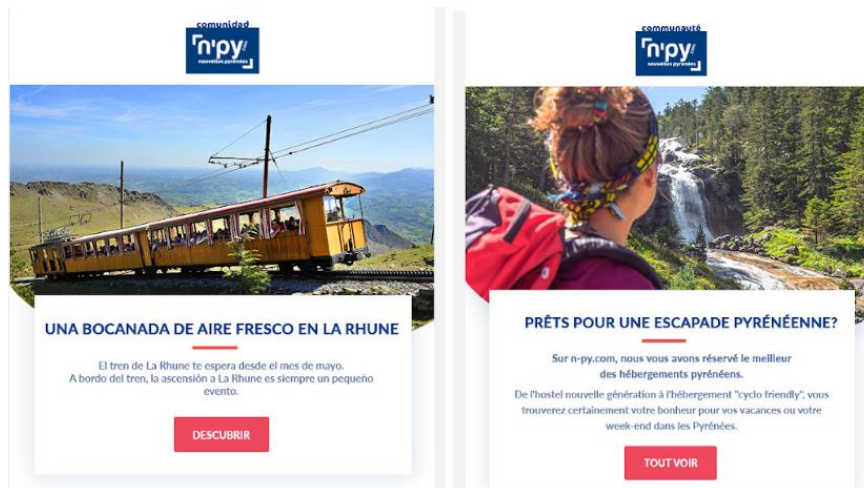
Le service production organise également plusieurs journées de formation du personnel des Points Information des Domaines skiables en novembre (soit 4 journées) pour que ce personnel dédié aux commandes spéciales, aux problèmes de SAV en station connaisse parfaitement les produits et les process :

- Présentation de la gamme des produits
- Présentation des différents outils du fournisseur du système de vente en ligne (E-Liberty) mis à disposition pour gérer le sav des clients, le traitement des commandes internet

Ventes forfaits été :

Un cycle relationnel a été mis en place pour communiquer auprès des clients et prospects tout au long de l'été, les différents bons plans, les nouvelles activités à découvrir mais aussi les inciter à réserver leur séjour dans les Pyrénées. Plus de 20 e-mails envoyés pendant l'été avec des thématiques diverses en incitant à chaque occasion, les destinataires à visiter un des grands sites de la marque :

- Activités famille
- Réservation de séjours
- Activités sportives
- Idées rando/sorties
- Visites des sites touristiques
- Événements (concerts, montagne propre...)



Le centre de relations clients N'PY Résa prend en outre en charge les appels des clients souhaitant réserver leur billet d'accès au train de la Rhune. Durant l'été 2019, le centre d'appel a comptabilisé près de **432 appels** dédiés à l'achat de billets pour le train avec 27 907€ de CA en juillet et août 2019.

Ventes forfaits Hiver :

Prévente forfaits saison :

Focus technique :

En 2018/19, N'PY a "inventé" un nouveau concept pour les forfaits saison. Jusqu'alors, les détenteurs d'un forfait saison d'une station N'PY avaient la possibilité de skier dans une autre station du groupe avec une réduction de 50%, sur présentation de leur forfait en caisse.

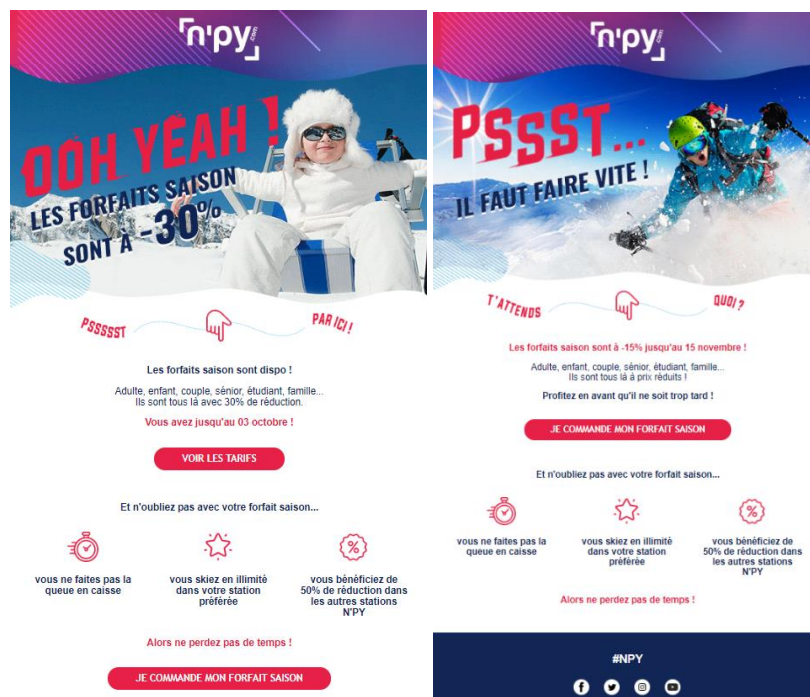
N'PY a transposé la technique du "Pay Per Use" (technique utilisée sur les cartes No Souci visant à prélever le montant des journées de ski sur un compte bancaire) sur les forfaits saison afin d'éviter aux détenteurs d'un forfait saison d'une station N'PY de se présenter aux caisses pour obtenir leur réduction. Ils sont détectés aux bornes des remontées mécaniques et sont prélevés, en fin de mois sur leur compte bancaire de la journée à moitié prix. **De la convenance supplémentaire proposée aux clients VIP et fidèles de la station.**

Détail des offres :

2 offres ont été proposées aux acheteurs de forfaits saison :

- - 30% sur l'achat du forfait pour tout achat anticipé entre le 3/09 et le 3/10 avec option paiement en 3 fois sans frais.
- - 15% sur l'achat du forfait pour tout achat anticipé entre le et le 4/10 et le 15/11.

N'PY Résa s'est donc chargé du paramétrage des produits, de l'opération (dont paiement en 3 fois sans frais et relance des impayés ...) et de sa communication dont plusieurs emailings sur la BDD des détenteurs :



N'PY Résa se charge également de la négociation avec certaines stations andorranes qui ont souhaité mettre en place un partenariat sur les forfaits saison (les détenteurs d'un forfait saison d'une station N'PY obtenant des avantages dans une de ces stations et inversement). C'est le cas avec la station de Vall Nord Pal Arinsal Ordino Arcalis.

- Résultats des ventes :

	Nombre de titres YTD					Volumes d'affaires TTC YTD				
	2019 2020	2018 2019	Var	Obj. 2019/20	Var	2019 2020	2018 2019	Var	Obj. 2019/20	Var
Forfaits saison	3344	3 372	-1%	3 497	-4%	1 305 470€	1 340 861 €	-3%	1 256 924€	4%

Les ventes sont en légère baisse par rapport à la saison passée. Cette légère baisse est due au fait que le début de saison 2018/2019 pauvre en neige jusqu'à la mi-janvier **n'a pas incité les détenteurs à renouveler leur forfait**. D'autant plus que certaines stations ont annoncé des dates de fermeture assez précoces (Gd Tourmalet, Luz) laissant peu de possibilité de pratiquer en fin de saison. La baisse en valeur s'explique également par le fait que la station de la Pierre St Martin ait consenti des réductions de renouvellement plus importantes (50% au lieu de 30%) pour compenser l'incendie du télésiège Family qui a amputé une partie du domaine skiable en 2018/2019.

Cette baisse avait cependant été anticipée : cf le volume d'affaires atteint est supérieur au prévisionnel (anticipation de la réaction des acheteurs).

Cycle relationnel emailings pour stimuler les ventes :

N'PY a depuis longtemps fait le pari des data en collectant des données sur ses clients et en s'équipant d'outils nécessaires à la création et à l'entretien d'une base de données afin de mieux les connaître et de mieux communiquer avec eux. A ce jour, **624 000 contacts avec un email qualifié sont enregistrés dans la base N'PY**. Plusieurs cycles relationnels (emailings et SMS) sont définis chaque saison (cf. dans chaque section).

Depuis l'an dernier, N'PY s'est doté d'un outil qui permet de mettre en place des campagnes de "marketing automation", autrement dit des emails automatiques qui sont envoyés en fonction d'un déclenchement particulier : achat d'un produit, date de consommation, nombre nuitées, pays, etc...

Ces campagnes permettent d'automatiser l'envoi d'emails, mais aussi de sms, ou même de publicités sur les réseaux sociaux. Elles sont construites selon deux objectifs différents : fidéliser et dynamiser la vente et la consommation de forfaits

Exemple : pré vendre des forfaits séjours aux clients ayant réservé seulement un hébergement

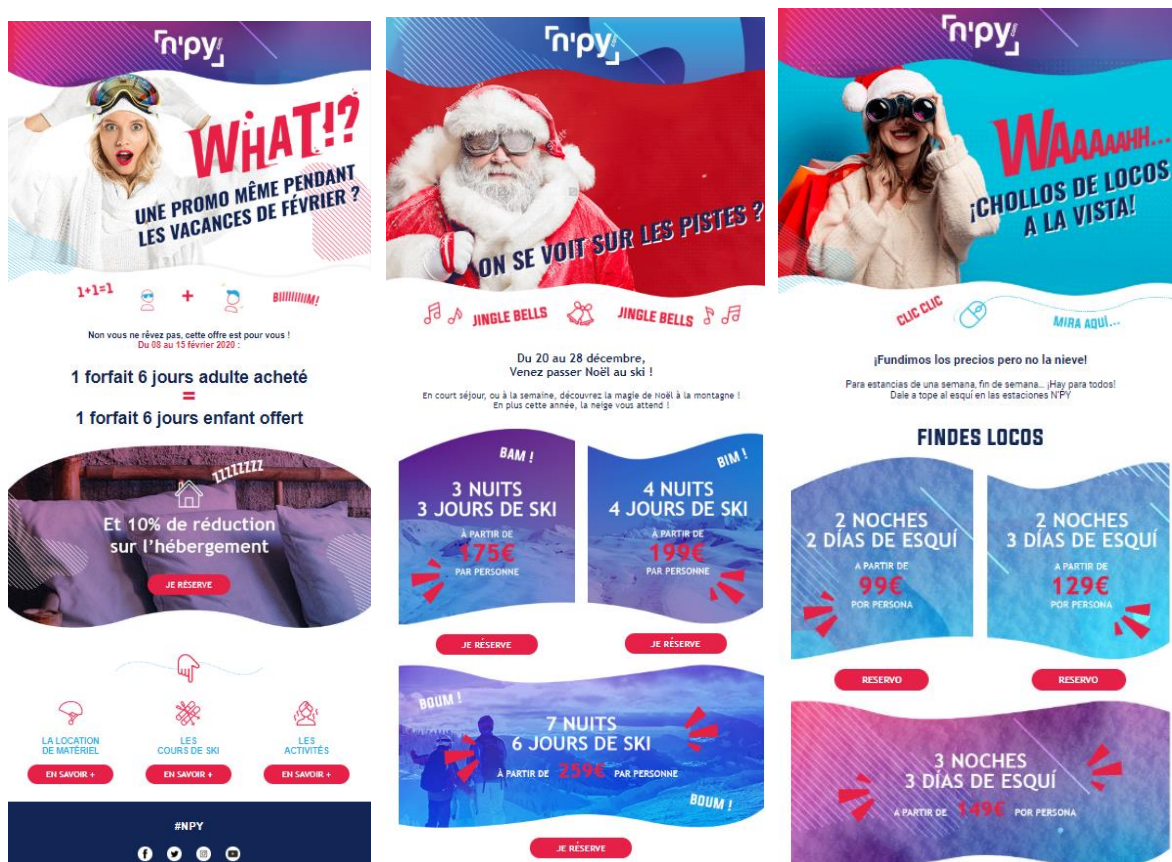
L'objectif est double : désengorger les caisses en station et éviter que ces clients sous consomment une fois arrivés en station.

Par quel processus ?

1. Envoi d'un email 15 jours avant le début du séjour pour proposer le forfait de ski
2. Si pas d'achat et pas d'ouverture de l'email au bout de 7 jours, génération automatique d'une requête aux agents du centre d'appel leur indiquant d'appeler le client pour lui proposer le forfait
1. Envoi d'un email 3 jours avant le début du séjour pour souhaiter un bon séjour aux clients et envoyer le programme d'animation de la station concernée

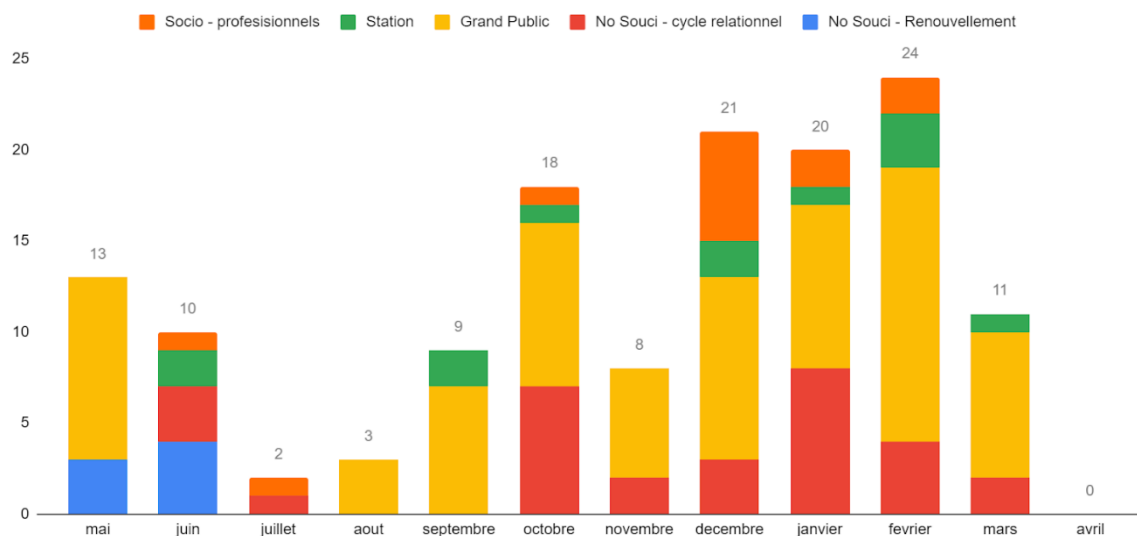
Chaque saison, un cycle relationnel dédié est donc construit en collaboration avec les responsables commerciaux des stations pour communiquer avec la base de données ultra-qualifiée. Ce cycle s'appuie sur 2 principaux canaux de communication : emails (principalement) et téléphone (appels sortants et SMS).

Exemple de communication :



Le cycle relationnel « emailings oneshots » 2019-2020 :

Campagnes Emailing Oneshot - 12 mois



Destinataires atteints	Taux d'ouverture	Tx cliqueurs	Tx réactivité	Tx désinscription	CA Direct*	CA Indirect*
4 566 607	16,02%	1,56%	9,53%	0,07%	122 602 €	530 532 €

*CA direct > le clic sur l'email a constitué la dernière action identifiable avant conversions (hors accès direct) vs CA indirect > le clic sur l'email a constitué une des actions du parcours d'achat dans les 30 jours avant achat, mais pas la dernière

Sur la saison 2019/2020, **139 emailings** ont été envoyés pour relayer les différentes offres commerciales, inciter à la consommation (il fait beau, venez skier...) dynamiser les ventes de cartes no souci ou annoncer des événements.
Soit un total de **4,5 M destinataires touchés** pour un taux d'ouverture moyen de 16.02% (pic à 75.8%), un CA direct de 122 k€ et un CA indirect de 530 k€

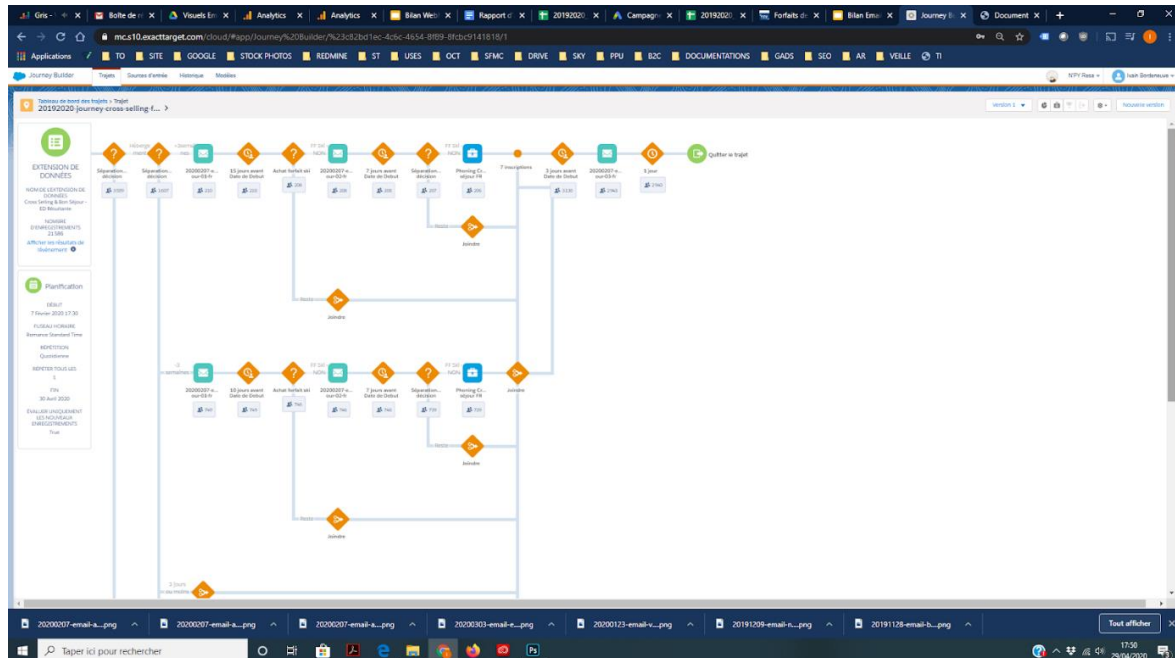
Le cycle relationnel "Emailings auto" 2019-2020

Destinataires atteints	Taux d'ouverture	Tx cliqueurs	Tx réactivité	Tx désinscription	CA Direct	CA Indirect
111 771	19,45%	2,59%	12,67%	0,13%	14 051 €	17 024 €

Sur la saison 2019/2020, **7 "scenarios d'automatisation"** ont été envoyés pour relancer les paniers abandonnés, encourager à l'achat de la carte No Souci, ou réaliser du cross-selling.
Soit un total de **111 771 destinataires touchés** pour un taux d'ouverture moyen de 19.45% un CA direct de 14 500€ et un CA indirect de 17 500€

Les emails automatisés sont entre **20 et 25% plus performants** que les emails “onshot” en termes de comportement utilisateur, et le CA généré est 3x supérieur. Il reste cependant difficile de développer le processus à grande échelle sans diluer la précision du ciblage et perdre en efficacité.

Exemple de cycle email automatique (Cross-selling de forfaits pour les personnes ayant réservé un hébergement mais pas acheté de forfaits) :



Prospection par téléphone pour stimuler les ventes :

N’PY Résea dispose d’un centre de relations clients équipé de 10 postes qui permettent d’organiser des campagnes de prospection téléphonique pour booster les offres commerciales et la vente de forfaits.

Pour motiver les équipes plusieurs incentives ont été mises en place sur les principales prospections :

- **Cross selling forfaits de ski :**

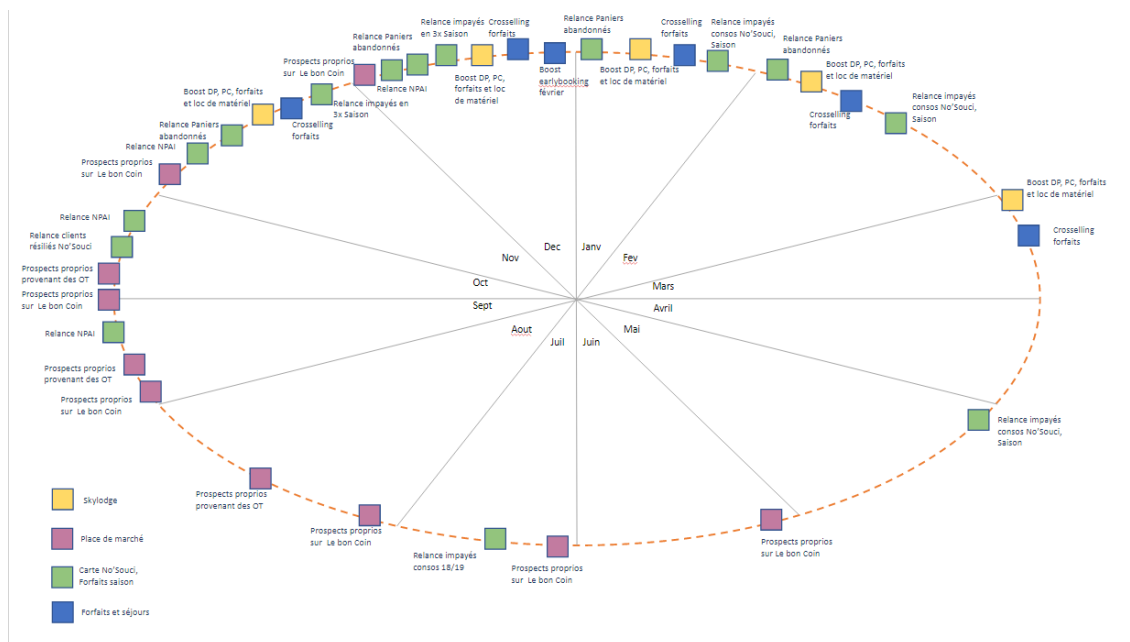
Rappel de l’offre : les clients ayant réservé un hébergement mais pas encore leur forfait de ski. L’idée étant de leur faire acheter leurs forfaits avant leur arrivée tout en poussant le produit séjour (6 ou 7 jours de ski) pour éviter la sous-consommation en station et en optimisant la satisfaction de ces clients.

Une incentive collective a été mise en place avec un objectif de 180 000€ de CA sur la vente des forfaits de ski. Cette saison, l’objectif n’a malheureusement pas pu être atteint pour plusieurs raisons. Les clients se montraient assez frileux à l’idée de prendre leur forfait de ski en avance en raison des conditions d’enneigement des domaines skiables (fin des vacances de février en particulier), ils préféraient voir sur place. Aussi, le COVID et l’arrivée du confinement a mis fin à cette opération.



1 801 appels ont été passés durant la saison par les 7 conseillères en séjour (257 appels en moyenne) avec un chiffre d’affaires de **123 338€** soit près de 70% de l’objectif atteint.

Pour information, cycle relationnel « prospection par téléphone » 2019/2020 (qui touche toutes les cibles N'PY : ventes de forfaits, No Souci, prestataires place de marché ...) :



D'autre part, en partenariat avec l'aéroport Tarbes-Lourdes et Ryanair qui prolongeait la ligne Lisbonne-Lourdes sur la saison hivernale, nous avons mis en place une offre pour faire décoller la ligne : 1000 forfaits 6 jours offerts pour tout achat d'un billet aller-retour Lisbonne-Lourdes. Une fois le billet d'avion acheté par le client, ce dernier complétait un formulaire en ligne en indiquant ses besoins pour son séjour (forfait, hébergement, cours de ski...). Une conseillère du centre d'appels parlant couramment portugais était dédiée à cette mission et contactait les clients pour leur concocter leur séjour sur mesure.

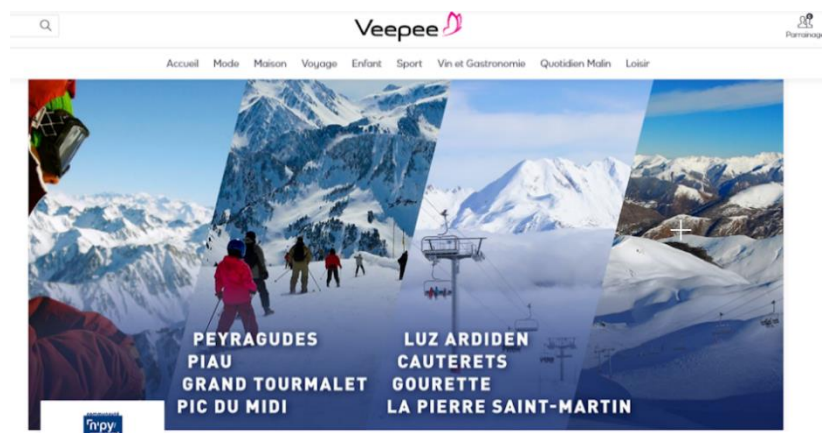
151 forfaits de ski distribués pour 3 931€ de ventes additionnelles (essentiellement assurance et hébergements).

Opérations de ventes privées pour stimuler les ventes :

Veepee :

Comme tous les ans depuis 4 saisons maintenant, les stations N'PY mettent en place une opération spéciale avec le site leader de vente en ligne vente-privee.com.

Cette saison deux opérations dédiées ont été programmées. Une première prise de parole en novembre avec une vente exclusive de forfaits 6 jours à 2 jours. Suivi d'une seconde vente en février proposant des forfaits 6,5 et 4 jours.



Double objectif pour cette opération :

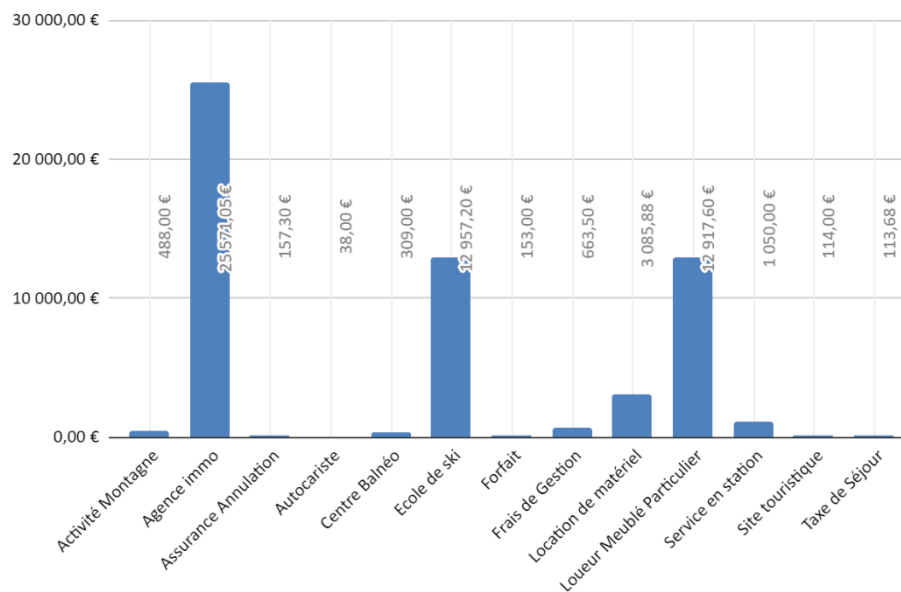
- **Communiquer** de façon massive et prendre la parole via un site leader sur son marché

- **Recruter** de nouveaux clients et leur faire découvrir nos stations via le site n-py.com dans un premier temps (avec l'échange du code promo reçu via vente privée) puis par leur séjour en station. *Pour exemple, 10% des visiteurs de l'opération (source ventes privées) sont issus d'Ile de France alors que seulement 5% des clients actuels des stations N'PY sont originaires de cette zone*

Résultats des ventes :

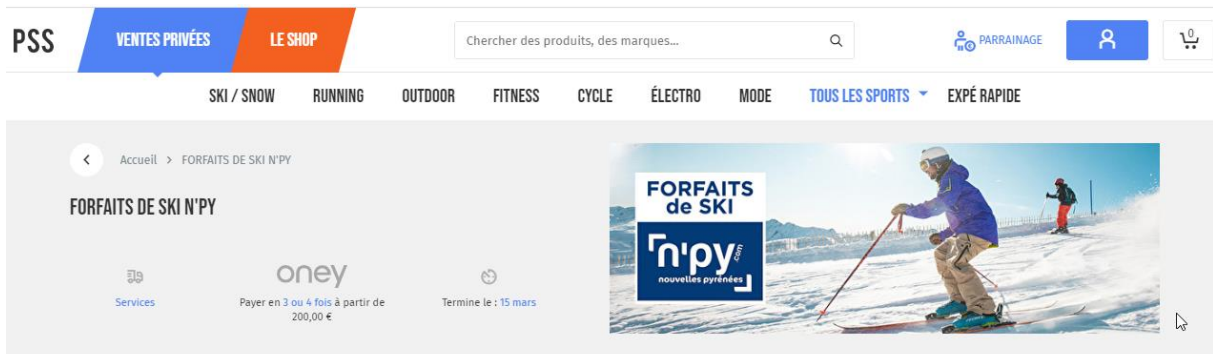
- La première vente de novembre a rencontré un franc succès puisque **5077 forfaits ont été vendus** lors de la promotion (**+72% comparé à 2017 et + 16% comparé à 2018**) et **59 359 visiteurs ont été enregistrés** sur le site ventes privées à la fin de l'opération
- La deuxième vente de février a attiré près de **47 841 visiteurs** et a permis de vendre **416 forfaits** destinés à la fin de saison hivernale
- Cette opération permet également de **booster les ventes** croisées (ventes additionnelles) en proposant aux internautes ayant acheté le forfait sur vente-privée.com de compléter leur panier par une prestation complémentaire : autre forfait de ski, location de matériel, cours de ski, activité, hébergement etc. **57 000€ de ventes additionnelles** ont été enregistrées sur l'opération (chiffre minimisé car seuls les clients qui achètent ces prestations avec la même "identité" que celles avec laquelle ils ont commandé sur Ventes privées sont reconnus)

Détails des ventes additionnelles générées :

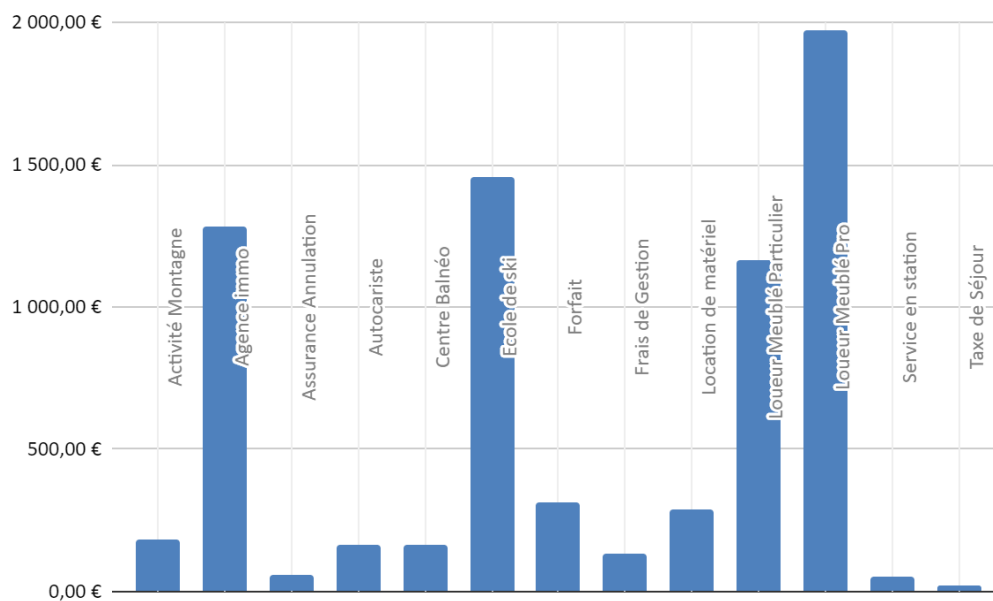


Private Sport Shop :

Deux ventes privées ont également été mises en place sur le site <https://www.privatesportshop.fr/>, en novembre puis au mois de mars proposant des forfaits 2 jours. La deuxième vente proposait également 200 cartes No Souci :



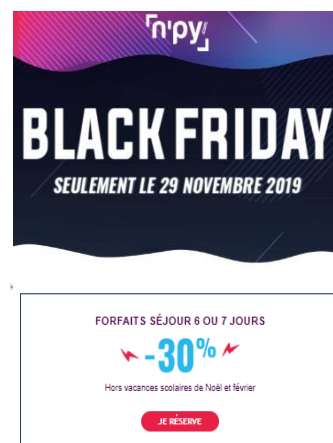
- **11 cartes No souci** vendues
- **2 421 forfaits vendus en novembre 2019** soit **+87 %** comparé à l'année dernière (303 forfaits vendus lors de la vente de novembre 2018)
- Cette opération a également généré **des ventes croisées** (ventes additionnelles) en proposant aux internautes ayant acheté le forfait sur privatesportshop.com de compléter leur panier avec d'autre forfait de ski, de la location de matériel, cours de ski, hébergement etc. **7 225€ de ventes additionnelles** ont été enregistrées sur l'opération



Opérations Black Friday :

Le 29 novembre 2019, une promotion spéciale a été mise en place dans le cadre de la journée du Black Friday :

- 30% de réduction sur les forfaits séjour (6 ou 7 jours) mais valables uniquement hors vacances scolaires



Cette opération a permis de vendre **134 forfaits séjours** (contre 78 l'an dernier)

Promotion du service (achat / rechargement de forfaits) sur site (en station) :

A l'instar du produit No Souci de nombreux outils (panneaux, vitrophanies, visuels écrans TV...) ont été réalisés et fournis aux stations pour promouvoir la possibilité d'acheter son forfait avant d'arriver en station.



Facilitation du retrait en caisse pour les clients achetant à distance :

Pour aller dans le sens des évolutions mises en place l'an dernier, le retrait des forfaits achetés sur internet sans délais a été reconduit et généralisé à l'ensemble des forfaits et stations (je peux commander mon forfait et le récupérer instantanément en station).

Les stations N'PY ont par ailleurs développé le retrait via borne automatique (Peyragudes, Grand Tourmalet, Cauterets)

Développement des ventes via tablette et automates

Pour démultiplier les canaux de ventes, plusieurs dispositifs sont proposés aux stations : tablettes de rechargement, automate de vente... Les tablettes sont testées et paramétrées par le service production de N'PY en collaboration avec le service Système d'information. Les automates sont paramétrés directement par les stations avec l'appui du service production.

Ainsi, plusieurs stations N'PY ont mis en place un réseau de tablette de rechargement et d'automates de vente pour permettre aux clients d'acheter ou de recharger un support facilement.

C'est un réel avantage pour les stations qui permet de désengorger les billetteries sur des périodes de forte affluence et donc de garantir la satisfaction des clients par rapport à l'attente.

Ventes tablettes de rechargement :

Station	Quantité	Volume d'affaire
Cauterets	6452	302 236,50 €
Gourette	403	13 275,70 €
Grand Tourmalet	1067	50 294,50 €
Peyragudes	2194	79 621,50 €
Piau Engaly	4174	157 665,00 €
Total général	14290	603 093,20 €

Piau : dont 68k€ de ventes Skylodge (tablettes installées dans l'établissement)

Ces dispositifs ont permis de vendre **14 290** forfaits pour **603 k€**

Mise en place de packages avec hébergement + forfait

Chaque année, N'PY en collaboration avec les stations, met en place des promotions spéciales combinant forfaits de ski + hébergement.

Ces offres sont destinées à créer l'envie de consommer, surtout en dehors des périodes d'affluence et donc permettent de booster le remplissage des périodes creuses. Elles permettent également une prise de parole forte (les offres sont valables dans toutes les stations N'PY, au même tarif) avec des tarifs coup de poing. Ces opérations ont été mises au point avec les prestataires d'hébergement de la place de marché souhaitant jouer le jeu avec des tarifs négociés en amont.



Promotions vendues en 19/20 (Forfaits + hébergement) :

Promotions	Total
Offres de Noël	18 716,45 €
Offres Immaculada	11 139,76 €
Petite Semaine	31 854,60 €
Offre Reyes	1 110,25 €
Semaine Crazy	71 850,68 €
Week end givrés	19 723,80 €
Early booking	81 958,40 €
Offre Last minute	9 432,20 €
Semaine Kids	4 249,00 €
Semaine "Famille plus"	7 355,00 €
Total général	257 390,14 €

Forfaits vendus dans le cadre de ces promotions :

STATION	19/20	18/19	Variation
Grand Tourmalet	45 079,00 €	20 993,00 €	115%
Cauterets	11 198,40 €	3 874,50 €	189%
Gourette	12 443,40 €	3 429,00 €	263%
La Pierre Saint Martin	2 533,50 €	916,00 €	177%
Peyragudes	37 010,00 €	14 267,00 €	159%
Piau	23 847,30 €	16 273,50 €	47%
Luz	- €	380,00 €	-100%
Total	132 111,60 €	60 133,00 €	120%

Grâce à ces bons plans, près de **1 200** forfaits ont été vendus pour **132 k€ (+120% par rapport à 18/19)**

Amélioration continue du site internet et du tunnel d'achat :

Le site n-py.com a poursuivi son amélioration continue grâce à l'optimisation des pages forfaits et des grilles de tarifs, qui ont été revues pour une plus grande clarté de l'offre et une meilleure hiérarchisation des produits.

o **Actions réseaux de revendeurs :**

Comités d'entreprise :

Le service commercial de N'PY Résa, en collaboration avec les services de chaque station démarche activement **une base de près de 600 comités d'entreprise (CSE)** (locaux et régionaux) avec des offres spéciales pour réserver des prestations dans les Pyrénées : forfaits de ski, location de matériel, hébergement etc. Cette réservation se fait au travers d'une plateforme dédiée à chaque CE. Les responsables des CE n'ont qu'à transmettre le lien (url) à leurs ayant droit avec les identifiants de connexion. Les ayants droits sont ainsi autonomes et ne mobilisent pas le temps des responsables.



Volume de ventes réalisé sur les plateformes CE :

Type	2018/2019	2019/2020	Variation
Activité	165,30 €	1 441,65 €	772%
Balnéo	1 540,49 €	1 181,81 €	-23%
Forfaits de ski	558 301,62 €	569 012,47 €	2%
Frais de gestion	1 944,90 €	1 704,40 €	-12%
Assurances	450,30 €	550,70 €	22%
Hébergement	46 224,19 €	40 081,65 €	-13%
Location de matériel	6 869,77 €	9 119,03 €	33%
Site touristique	5 569,22 €	794,80 €	-86%
Taxe de séjour		365,16 €	
Total général	621 065,89 €	624 251,67 €	1%

Légère augmentation par rapport à l'an dernier, mais avec 1 mois d'exploitation en moins. Différentes actions sont programmées tout au long de la saison :

- **Salons :**

N'PY Résa a participé à **4 salons** dédiés aux comités d'entreprises et / ou Clubs de ski cette saison : Bordeaux (2), Nantes et Toulouse. Une mutualisation qui permet d'économiser environ 3000€ par station et par salon chaque année.

- **Visites :**

Des rendez-vous auprès de comités d'entreprise importants de la région ont également été pris : Thalés, Airbus, etc.

- **Plateformes CE : Ski Power et Pass Montagne (nouveau) :**

Comme l'an dernier, les stations N'PY ont ouvert les ventes de forfaits de ski sur la plateforme dédiée aux comités d'entreprise : [Skipower](#). Cette année, pour compléter ce dispositif et développer le réseau de revendeur, c'est avec [Pass Montagne](#) que les ventes ont été ouvertes également.

Les clients des comités d'entreprise détenteurs de la carte Skipower ou Pass Montagne, peuvent donc recharger directement sur un site dédié, des forfaits de ski à prix réduits (5% sur les forfaits 1 jour, 10% du 2 au 7 jours).

Pass Montagne		Skipower	
Station	Volume d'affaire	Station	Volume d'affaire
Cauterets	5 459,92 €	Cauterets	12 132,35 €
Gourette	1 124,67 €	Gourette	5 358,42 €
Grand Tourmalet	6 456,78 €	Grand Tourmalet	17 049,75 €
La Pierre St Martin	350,10 €	La Pierre St Martin	1 168,05 €
Luz Ardiden	924,25 €	Luz Ardiden	3 045,20 €
Peyragudes	5 427,28 €	Peyragudes	15 320,26 €
Piau Engaly	1 027,90 €	Piau Engaly	11 393,50 €
Total général	20 770,90 €	Total général	65 467,53 €

962 forfaits ont été vendus par leur intermédiaire représentant un CA de **86K€**

Plateforme ESF + :

Les écoles de ski français ont ouvert une plateforme de réservation de séjours au ski (ESF+) sur laquelle ils proposent Les forfaits de ski de nos stations. Le service Production de N'PY Résa se charge de paramétrer et de recetter la passerelle avec l'opérateur de vente sur internet des forfaits N'PY (Eliberty) et la plateforme ESF +

Station	Volume d'affaire
Gourette	46 832,50 €
Grand Tourmalet	54 159,00 €
La Pierre St Martin	9 746,50 €
Luz Ardiden	8 587,00 €
Peyragudes	33 978,50 €
Piau Engaly	36 833,00 €
Total général	190 136,50 €

1 203 forfaits ont été vendus sur cette plateforme durant la saison pour un montant total de **190K€ (+49%)**

Gestion des Tour-Opérateurs pour le compte des stations :

N'PY Résa se charge chaque année de centraliser la gestion de ce canal de vente de forfaits. Une fois les taux de remise définis par les stations, N'PY Résa se charge de conventionner avec chaque Tour Opérateur la partie forfaits de ski mais n'a pas la main sur la partie hébergement (hormis avec le Skylodge : cf. ci-après) puisque l'outil actuel place de marché ne permet pas de commercialiser les biens via ce type d'opérateur.

N'PY a par ailleurs assuré la présence des stations au salon DIT organisé à Peñíscola. Ce salon professionnel des agences de voyage regroupe près de **800 Agences** Indépendantes espagnoles et portugaises.

Une quarantaine de Tour-Opérateurs sont ainsi référencés sur la vente de forfaits de ski (France, Espagne, Portugal et Angleterre essentiellement).

NB : cette prestation n'est pas soumise à rémunération pour N'PY Résa.

Divers revendeurs :

N'PY Résa met à la disposition de revendeurs particuliers un outil de vente directe de forfaits de ski (B2B). C'est le service Production qui se charge de paramétrer et maintenir cet outil durant l'hiver.

N'PY se charge du paramétrage et de la gestion en direct de 2 opérateurs qui utilisent cet outil en 2019/2020 :

- Hautes Pyrénées Tourisme Environnement (HPTE)

Station	Volume d'affaire
Cauterets	2 912,50 €
Grand Tourmalet	8 750,00 €
Luz	2 855,00 €
Peyragudes	16 635,00 €
Piau	1 470,00 €
Total général	32 622,50 €

- Agence Touristique des Vallées de Gavarnie :

Station	Volume d'affaire
Cauterets	1 979,00 €
Grand Tourmalet	7 844,00 €
Luz Ardiden	985,00 €
Assurance	381,00 €
Total général	11 189,00 €

En parallèle, le service production de N'PY paramètre également les accès pour des revendeurs de certaines stations (Paramétrage + suivi de la facturation + conventionnement).

Station	Peyragudes	Piau	Total
Forfaits 1 Jour	12 469,00 €	98 516,10 €	110 985,10 €
Forfaits 2 Jours	2 729,00 €	3 438,00 €	6 167,00 €
Forfaits Pass 4 H	- €	8 778,00 €	8 778,00 €
Forfaits 6 Jours	- €	4 910,00 €	4 910,00 €
Assurances	171,00 €	3 288,00 €	3 459,00 €
TOTAL	15 369,00 €	118 930,10 €	134 299,10 €

Plus de 177 k€ de vente via les interfaces B2B gérées par N'PY

- **Ambassadeurs :**

Grâce à leur mission de commercialisation, les ambassadeurs ont vendu cette saison pour **23 219€ de forfaits divers**. Ils ont également été missionnés sur la vente des forfaits groupe en simplifiant le processus (formulaire à remplir avec toutes les infos nécessaires puis le service commercial N'PY fait le relais avec les stations).

6 913€ de ventes ont été réalisés cette saison (Luz et Gd Tourmalet).

3.4 Autres prestations – Place de marché :

Rappel : la place de marché a été créée par N'PY Résa dans le but d'améliorer le taux de transformation des nuitées en journées ski.

Créée en 2012, la Place de marché touristique N'PY (PDM) a effectivement été pensée pour optimiser la commercialisation des forfaits de ski. La plateforme permettant aux clients de réserver leur séjour en montagne (forfaits de ski, hébergement, cours de ski, locations de matériel, activités sur place) depuis un même site Internet, avec un panier unique, et ainsi un seul paiement à la réservation

Le poids de la clientèle de séjour, particulièrement importante pour l'ensemble des stations de ski, a conduit à s'interroger sur l'opportunité de maîtriser la commercialisation de l'hébergement. En effet, en moyenne, 80% des clients des stations N'PY fréquentent ces dernières en mode « séjour » (vs excursionnistes), c'est-à-dire qu'ils dorment au moins une nuit sur place. Proposer à nos clients la

possibilité de réserver leur hébergement constitue ainsi un moyen efficace de répondre à leurs attentes, tant en termes d'offre que de facilité de réservation de l'ensemble des composantes d'un séjour. Les stations du groupe N'PY comptent parmi celles qui disposent le moins de lits sur le massif pyrénéen : dès lors l'optimisation de la commercialisation de ces lits devient un enjeu vital pour les domaines skiables de la marque :

STATION	Total lits	STATION	Total lits
1 FONT ROMEU	40 000	7 TOURMALET	16 300
2 ST LARY	30 000	8 LUZ	11 000
3 LUCHON	28 000	9 GOURETTE	8 000
4 AX LES THERMES	24 000	10 PEYRAGUDES	4 200
5 CAUTERETS	18 100	11 PIAU	3 700
6 LES ANGES	18 000	12 PIERRE ST MARTIN	3 200

(Source : - Contours - 2016)

➔ Rappel du modèle économique :

N'PY Résa se commissionne sur le volume d'affaires réalisé par les différents prestataires présents sur la place de marché (hébergeurs, loueurs de matériel, prestataires d'activité...).

Cette commission a été établie après étude des principaux concurrents (Airbnb, Abritel, Booking, le bon coin...). Elle varie de **3% à 13% en fonction du type de prestation**.

Pour les professionnels, un taux de commission variable en fonction des dates de réservation des hébergements a également été instauré (avec un taux plus faible pour toutes les réservations réalisées entre le 1^{er} mai et le 31 octobre) pour inciter les prestataires à mettre du stock en ligne sur la plateforme le plus tôt possible.

→ Synthèse Résultats 2019/2020 :

Volume d'affaires de la place de marché Eté 2109 et Hiver 2019/2020 :

En k€	Hiver 2019/20	Eté 2019/20	Réel 2019/20 YTD	Hiver 2018/19	Eté 2018/19	Réel 2018/19 YTD	Var	Bud 2019/20 YTD	Var
Place de marché									
Hébergement : Locations	2 091	161	2 253	1 988	175	2 163	4%	3 322	-32%
Agence immobilière	907	42	949	924	34	958	-1%	1 653	-43%
Loueur meublé professionnel	90	1	91	66	3	68	34%	89	3%
Résidence de tourisme	85	6	91	132	6	139	-34%	287	-68%
Loueur meublé particulier	1 009	113	1 121	866	132	998	12%	1 294	-13%
Hébergement : <u>Chambres+PDI</u>	25	2	27	39	6	45	-39%	78	-65%
Hébergement : Campings	3	0	3	3	2	5	-31%	1	167%
Location ski	108	0	108	112	0	112	-4%	182	-41%
Ecoles de ski	345	0	345	282	0	282	22%	436	-21%
Activité montagne (transport, balneo...)	195	30	225	235	7	241	-7%	199	13%
Total Place de marché	2 767	194	2 961	2 659	189	2 849	4%	4 219	-30%
Assurance annulation	13	15	28	13	11	24	15%	32	-12%
Frais de gestion	47	53	100	46	46	92	8%	122	-18%
Total Autres prestations	60	68	128	59	57	116	10%	153	-17%
Marques blanches prestataires	166	102	268	194	106	300	-11%	381	-30%
Total Général	2 993	364	3 357	2 912	353	3 265	3%	4 753	-29%

La place de marché **progressive de 3% par rapport à l'an passé** malgré l'arrêt de l'activité au 15 mars. Elle décroche en revanche du budget ambitieux calqué sur une augmentation de 15% de l'activité 2017/2018. Plusieurs explications : des agences immobilières ont fermé, des négociations difficiles avec les OT du 64 qui sous l'égide de l'ADT se sont orientés vers d'autres outils menant à mal le travail de mobilisation / organisation de la distribution mené par N'PY et les domaines skiables jusqu'alors ; des difficultés techniques dans ce monde complexe de passerelles inter-systèmes ; le rôle majeur des OTA (Booking, Air BnB...).

Un modèle qui a du mal à trouver sa place malgré le rôle qu'il joue dans la transformation de nuitées en journées ski et le réchauffement des logements froids, le volume d'affaires de la location de meublés particuliers représente 1,12 M€ en progression de +12% vs 2018/2019 malgré l'arrêt de l'activité.

Chiffre d'affaires de gestion (en k€)	Réel 2018/19	Budget 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var % N-1	Var % Bud
Place de marché					
Hébergement	133	152	142	6%	-7%
Location de ski	11	12	11	2%	-7%
Écoles de ski	8	9	10	24%	14%
Autres activités (balnéo, transports, ...)	1	3	1	14%	-71%
Frais de dossier & Assurance annulation	101	116	110	9%	-5%
Total	255	293	275	8%	-6%

Le CA de N'PY Résa progresse de 8% par rapport à 2018/2019 mais est en baisse de 6% par rapport au prévisionnel et ce toujours malgré l'arrêt de l'activité. Si l'activité s'était poursuivie et que la place de marché avait obtenu la même activité que l'an passé du 14 mars à la fermeture des stations, l'évolution du CA aurait été de +12,5% vs 2018/2019 et seulement -2% par rapport au budget très ambitieux. Malgré cela, l'activité place de marché ne couvre pas les charges nécessaires pour son fonctionnement mais elle génère des retombées indirectes importantes pour les domaines skiables et les territoires.

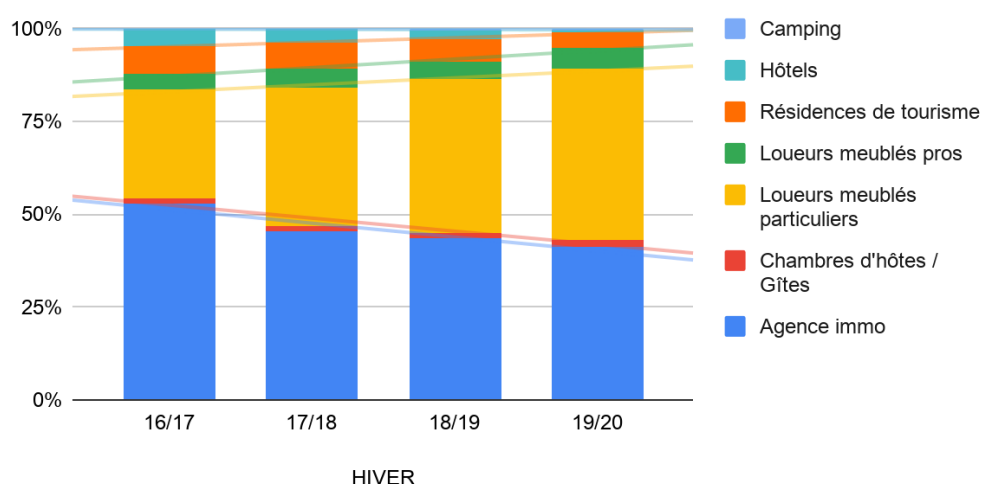
→ Principales actions :

Hébergement :

Hébergement professionnel :

Le volume d'affaires hébergeurs 'professionnels' (c'est-à-dire excluant les propriétaires particuliers) a légèrement baissé (-4%) malgré l'arrêt prématuré de l'activité le 14 mars.

Part des agences immobilières dans le volume d'affaires global des hébergeurs



Ce graphique symbolise la part croissante de la location de meublés particuliers dans l'activité de la place de marché au détriment des hébergeurs professionnels.

Plusieurs facteurs explicatifs :

- Fermeture d'agences immobilières (la Mongie l'an passé)

- Fragilité technologique des passerelles faisant le lien entre le système source et la place de marché (nombreux incidents techniques par exemple sur la passerelle avec le logiciel de réservation utilisé par la Maison de Peyragudes, notamment sur la réservation de courts séjours, très demandés par les clients et peu proposées par les loueurs meublés particuliers. Une nouvelle passerelle est en cours de déploiement, elle devrait fiabiliser les réservations de la Maison de Peyragudes sur la plateforme.
- Evolutions stratégiques de certains territoires : à la Pierre St Martin par exemple (3 agences immobilières), le site internet de la station a subi une refonte, à la faveur de laquelle l'OT du Haut Béarn a choisi de supprimer les agences immobilières de l'outil de réservation ! Entraînant par la même une perte sèche de volume d'affaires de l'ordre de 100 000€ pour N'PY et par voie de conséquence pour le domaine skiable...
- Faiblesse de l'offre hôtelière dans les stations N'PY (15% seulement de l'offre totale de lits), perte de 2 hôtels sur la Mongie (Pourtheil et Taoulet) qui ont préféré se commercialiser différemment à cause de la complexité de l'outil proposé (obligation de gérer un double planning...)
- Les résidences de tourisme sous performant de manière générale (-34% vs N-1 et -68% vs budget) : du fait de problèmes de passerelles et de mise en ligne des stocks tardives. Néméa a par ailleurs lâché une résidence à Cauterets.

Malgré cela, le volume d'affaires de certains hébergements professionnels performe :

- Loueurs professionnels (particuliers détenteurs de plusieurs hébergements et donc considérés comme des pros sur la place de marché) : +34% vs 2018/2019 et +3% vs 2019/2020
- Agences immobilières sur Cauterets et Piau en progression, stabilisation sur Gourette...

Hébergement diffus :

Mobilisation

La mobilisation des lits « diffus » ou « froids » est un véritable enjeu pour N'PY et les stations membres car ils constituent la majorité des lits en station : (environ 68 000 lits sur un total de 77 000* soit 88% du total des lits « N'PY »). Sachant qu'un appartement de 4 lits, dont les locataires skient 4 jours dans la semaine, mis en location 7 semaines dans la saison représente un potentiel de 112 journées ski (4 personnes x 4 jours x 7 jours de location) pour le domaine skiable. D'où l'enjeu de réchauffer un maximum de ces lits et la stratégie mis en place par N'PY dans ces objectif (création d'une place de marché, mobilisation active des hébergeurs particuliers, ...).

L'animation de la démarche en direction des propriétaires est **pilotée par N'PY**, puis relayée dans chaque station par un **réfèrent local dédié**. Ce dernier est l'interlocuteur privilégié des propriétaires dans les démarches de commercialisation, mais également de classement et labellisation.

Les actions menées par les équipes N'PY s'articulent autour de deux axes : la mobilisation et l'accompagnement des propriétaires. L'objectif est d'augmenter à la fois le nombre de propriétaires particuliers sur la plateforme, et le nombre de nuitées louées par l'intermédiaire de la plateforme.

Afin d'optimiser le nombre de nuitées vendues, les propriétaires sont incités à proposer à la location des courts séjours et des week-ends. Ils sont également encouragés à participer aux opérations promotionnelles mises en avant par N'PY (Week-ends givrés, Semaines Crazy, etc.) afin de louer leur hébergement tout au long de la saison.

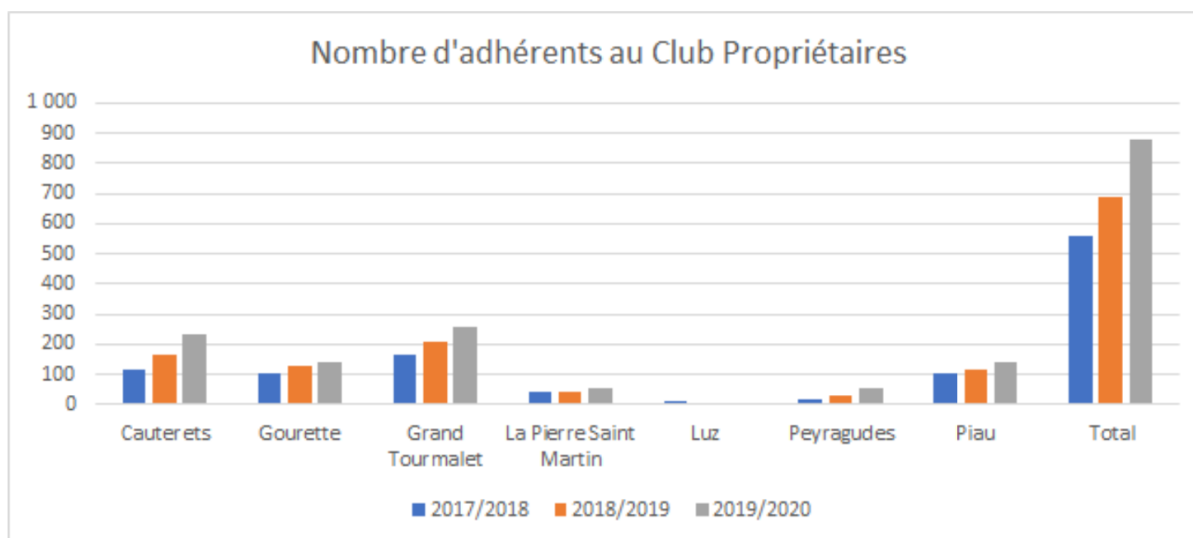
Par ailleurs, grâce à des tableaux de bord commun, les référents supervisent les plannings des propriétaires afin de s'assurer que l'offre remonte correctement sur la plateforme.

Afin de s'imposer sur un marché de la location saisonnière très concurrentiel (il existe de nombreux opérateurs sur le marché : Airbnb, Abritel, Booking, Le bon coin...) N'PY a créé le « **Club Propriétaires** » visant à entrer en contact avec les propriétaires de meublés et créer un lien affinitaire avec eux avant de leur proposer la distribution sur la plateforme N'PY

Le Club Propriétaires est un club qui regroupe les propriétaires de résidences secondaires en station. Son adhésion est gratuite. Il offre plusieurs avantages :

- Réduction sur forfaits
- Informations exclusives (envoi du Newsmagazine exclusif de la station, informations concernant les projets engagés ou à venir sur le domaine....)
- Chaque propriétaire reçoit en outre un cadeau surprise exclusif Club Propriétaires, marqué aux couleurs de la station de ski.

A la fin de l'exercice 2019/2020, près de **900 propriétaires ont adhéré au club** contre **690** fin 2018/2019 soit 30% de plus représentant un potentiel de plus de **100 000 journées ski** !



Actions pour faire adhérer des propriétaires au Club :



Convertir les adhérents du Club Propriétaires en adhérents place de marché N'PY Résa :

- Envoi d'informations par email sur la mise en location via N'PY Résa grâce au newsmagazine
- Envoi d'emails promotionnels à l'ensemble de la base de données
- Campagne de prospection téléphonique menée conjointement par le centre d'appel N'PY Résa et les référents station. Grâce à la CRM, ces derniers ont réalisé une sélection de propriétaires "prospects" à contacter, partagée avec les personnels du centre d'appel. Les contacts téléphoniques ont permis de présenter la plateforme de location N'PY, et de proposer aux propriétaires d'être recontactés par le référent station (239 propriétaires contactés durant l'exercice, 19 contrats signés soit 8% de taux de transformation).

Dès leur adhésion et durant tout l'exercice, les propriétaires sont mobilisés au travers d'un cycle relationnel (emailing) dédié :

- Incitation à la mise en ligne des disponibilités au plus tôt,
- Communication des nouveautés déployées sur leur outil de gestion des hébergements,
- Nouveautés stations
- Informations réglementaires (ex : loi Elan)
- Etc.



Vous l'avez peut-être remarqué, le design des annonces de notre site a évolué et s'est amélioré. C'est grâce à nos commentateurs. Ils ont été très utiles à la mise en place de ce design. Merci à toutes les personnes impliquées.

Pourquoi faire apparaître les commentaires ?

Pour un client, les avis sont utiles. Ils l'aident à choisir les bons produits qui conviennent le mieux à ses besoins, à son budget, à son style de vie, etc. Ils l'aident également à éviter les mauvaises surprises. En fait, les commentaires sont une source précieuse d'informations pour les clients. Ils leur permettent de mieux connaître les produits et les services proposés.

Comment fonctionner les commentaires ?

Un avis commenté est un avis qui a été écrit par un client qui a acheté un produit ou un service. Les commentaires sont une source précieuse d'informations pour les clients. Ils leur permettent de mieux connaître les produits et les services proposés.

Avant d'être publiés, les commentaires sont vérifiés par nos équipes. Elles s'assurent que les avis sont pertinents et qu'ils ne contiennent pas de contenu offensant ou illégal.

- **Pertinence** : L'avis doit être pertinent et utile pour les clients. Les commentaires doivent être écrits dans un langage simple et clair, sans utiliser de termes techniques ou de jargon. Ils doivent également être écrits dans la langue officielle du pays où le produit ou le service est vendu.
- **Objetif** : L'avis doit être objectif et ne pas contenir de contenu offensant ou illégal. Les commentaires doivent être écrits dans un langage simple et clair, sans utiliser de termes techniques ou de jargon. Ils doivent également être écrits dans la langue officielle du pays où le produit ou le service est vendu.
- **Transparence** : Les avis doivent être écrits par des clients qui ont acheté le produit ou le service. Les commentaires doivent être écrits dans un langage simple et clair, sans utiliser de termes techniques ou de jargon. Ils doivent également être écrits dans la langue officielle du pays où le produit ou le service est vendu.

Comment valider un commentaire ?

Si vous souhaitez valider un commentaire qui vous-même l'a écrit, vous pouvez cliquer sur le bouton "Valider" situé à droite de l'avis. Cela permettra de le rendre visible pour tous les clients.

Si vous souhaitez valider un commentaire qui n'est pas le vôtre, vous pouvez cliquer sur le bouton "Valider" situé à droite de l'avis. Cela permettra de le rendre visible pour tous les clients.

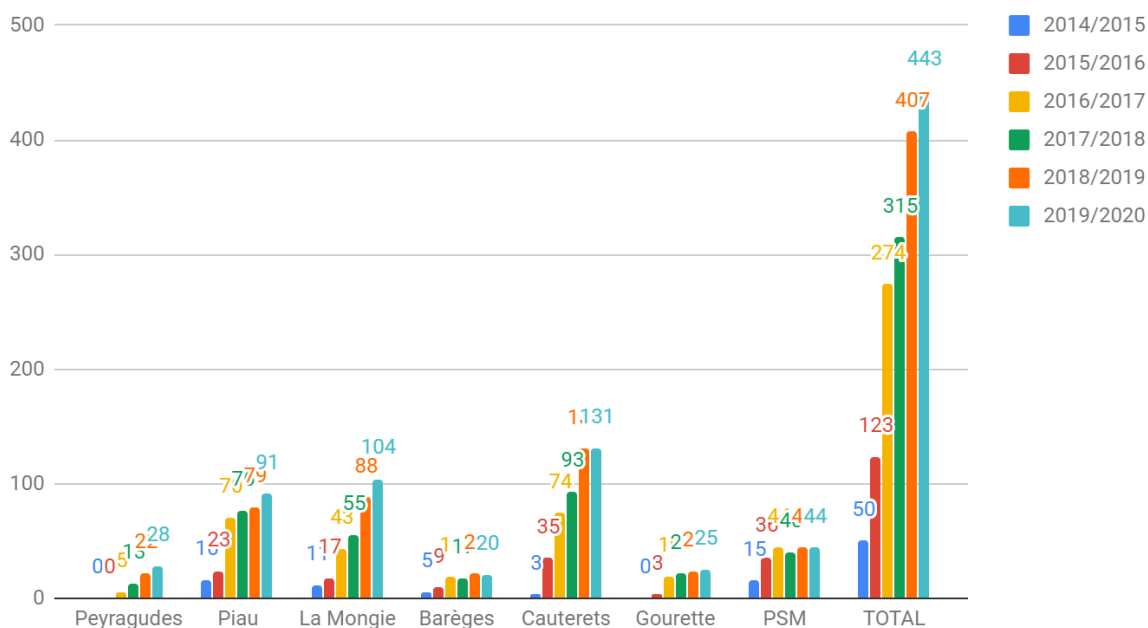
Si vous souhaitez valider un commentaire qui n'est pas le vôtre, vous pouvez cliquer sur le bouton "Valider" situé à droite de l'avis. Cela permettra de le rendre visible pour tous les clients.

L'équipe N'PY

● Mobilisation du diffus sur la place de marché N'PY à la fin de l'exercice :

Station	Peyragudes	Piau	La Mongie	Barèges	Luz	Cauterets	Gourette	PSM	Total
Nbr d'adhérents	28	91	104	20	3	131	24	44	443

Evolution du nombre de propriétaires depuis la saison 2014/2015



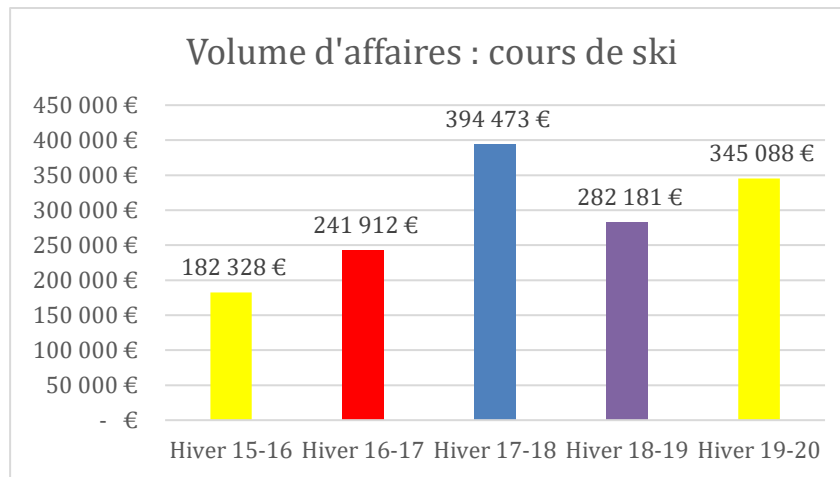
Le nombre de loueurs meublés adhérant à la place de marché ne cesse d'augmenter d'année en année. 443 loueurs sont commercialisés cette année contre 407 l'année précédente et 315 en 2017/2018. Ce type d'hébergements a généré sur la période 2019/2020 un volume d'affaires **1,112 M€ en progression de 12% par rapport à 2018/2019**.

Cours de ski :

Les cours de ski des Ecoles du ski Français (ESF) de toutes les stations N'PY sauf Cauterets et des Ecoles du ski international (Gd Tourmalet uniquement) sont distribués sur la plateforme N'PY.

En 2016, le SNMSF (Syndicat National des Moniteurs de Ski Français) a décidé de mettre en place sa plateforme de distribution intégrant la vente de forfaits de ski et a souhaité négocier un partenariat particulier. Il a donc été décidé de commissionner les ventes de cours de ski réalisées sur la place de marché N'PY à hauteur de 3% et les ventes de forfaits de ski sur la plateforme ESF + à hauteur de 2,2%. Les ventes de forfaits ont atteint 190 136€ cette saison contre 127 089€ la saison passée (+49%) :

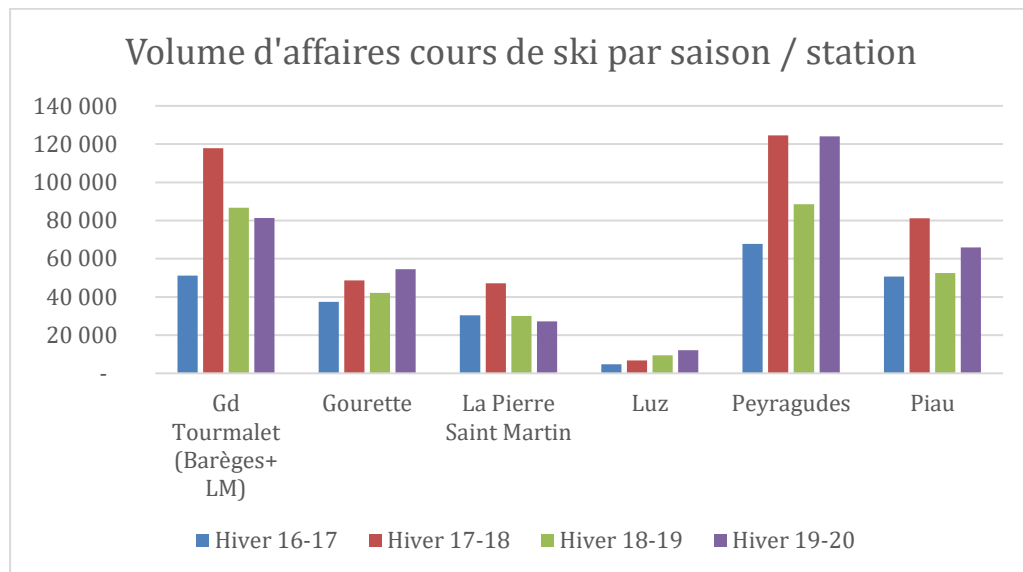
Station	Volume d'affaire
Gourette	46 832,50 €
Grand Tourmalet	54 159,00 €
La Pierre St Martin	9 746,50 €
Luz Ardiden	8 587,00 €
Peyragudes	33 978,50 €
Piau Engaly	36 833,00 €
Total général	190 136,50 €



Les ventes de cours de ski sur la place de marché ont quasiment retrouvé le niveau de 2017/2018 (394 k€) malgré l'arrêt de l'activité due au Covid.

La commercialisation de cette activité est particulièrement stratégique pour N'PY. Il s'agit en effet de l'activité la plus réservée par les clients au moment de la planification de leur séjour au ski. Avoir la possibilité, en ne réglant qu'un seul panier, de réserver hébergement et cours de ski à l'avance, est un avantage déterminant par rapport aux autres OTAs qui ne proposent pas cette fonctionnalité hormis la plateforme créée par les ESF (mon séjour en montagne) mais qui propose très peu d'hébergements sur les Pyrénées.

Détail des ventes par stations :



Les résultats des ventes sont très dépendants du remplissage du planning dédié aux ventes en ligne par les écoles de ski.

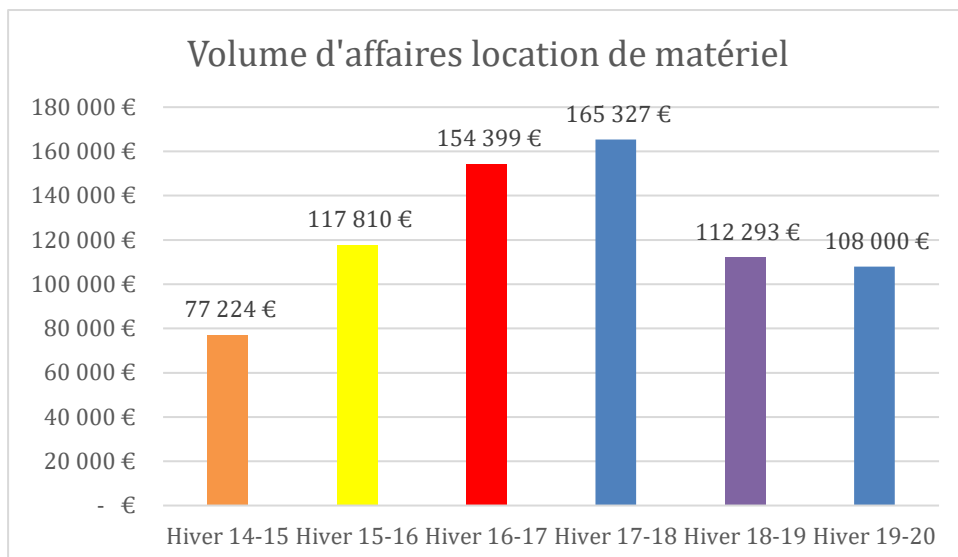
- Gourette est la seule station à réaliser un volume d'affaires supérieur à la saison 2017/2019 avec Luz (mais dans des proportions moindres).
- Peyragudes retrouve un Volume d'affaires équivalent à la saison 2017/2018
- Gd Tourmalet, La Pierre et Piau sont en perte de vitesse

Location de matériel :

La distribution des hébergements touristiques s'est professionnalisée au fil du temps, les logiciels métiers se sont ouverts à la distribution tierce (tours opérateurs, agences, places de marché, OTA...). Ce n'est pas le cas de la location de matériel (hiver pour le ski ou été pour le vélo ou autres activités) puisqu'aucune passerelle informatique n'a été développée à ce jour pour permettre la vente de ce type de prestation sur une place de marché.

La plateforme N'PY est donc tributaire pour ce type de prestation, de l'outil « Open location de matériel » fourni par Alliance Réseaux. Outil quelque peu vieillot qui ne permet pas de rivaliser avec les grands réseaux présents sur le marché (Intersport, Skiset...) mais qui permet aux prestataires 'hors réseau' d'être présents sur la plateforme et donc sur les sites internet des stations.

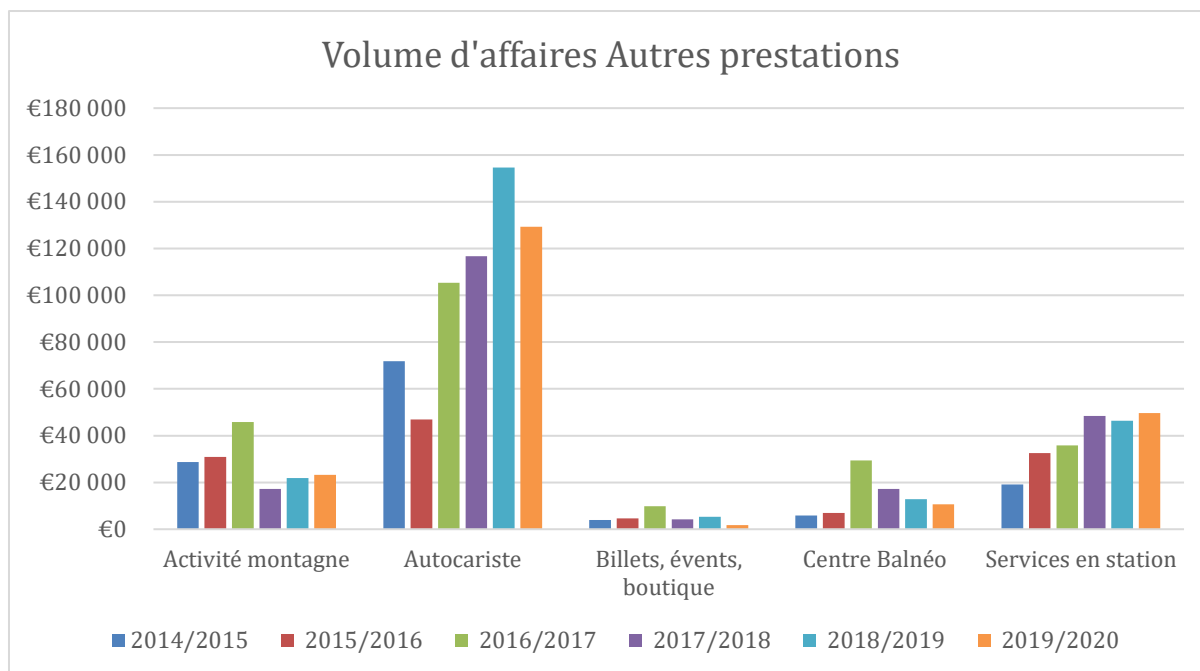
L'objectif à court terme étant de pouvoir « présenter » au moins un loueur par station et de faire du lobbying en parallèle auprès des grands réseaux pour qu'ils développent une passerelle informatique permettant leur distribution.



L'offre s'est cependant étoffée cette année puisque suite à un accord avec la centrale, la quasi-totalité des magasins Intersport des stations N'PY est désormais référencée sur le site. Ces derniers utilisant l'outil Alliance Réseaux en attendant la mise en place d'une passerelle annoncée pour l'été 2020.

L'activité est iso avec l'an passé malgré l'arrêt des ventes au 15 mars (COVID) mais en recul par rapport à 2017/2018.

Prestations diverses :



Les autres prestations perdent 7% par rapport à l'exercice 2018/2019 du fait de l'arrêt brutal de l'activité mi-mars qui a impacté les ventes de Ski Bus les week-ends de fin de saison.

Frais de dossiers / assurance annulation :

Chiffre d'affaires de gestion (en k€)	Réel 2018/19	Budget 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var % N-1	Var % Bud
Frais de dossier & Assurance annulation	101	116	110	9%	-5%

110K€ de CA réalisés sur les postes frais de dossiers et assurance annulation qui sont étroitement liés au volume d'affaires réalisé sur les prestations de la place de marché (hébergement, location matériel, etc) sont **en progression de +9%** du fait d'un démarrage de saison 2018/2019 chaotique (manque de neige). Les gens ont donc davantage acheté d'assurance annulation

3.5 Partenariats :

Pour renforcer le budget de communication, N'PY Résa développe des partenariats avec échange de visibilité.

→ Rappel du modèle économique :

Pour mener à bien ces opérations N'PY Résa achète à chaque station l'équivalent de 500 forfaits journée sous la forme d'un droit de tirage. Ces forfaits constituent la monnaie d'échange des partenariats mis en place. N'PY les échange contre de la visibilité chez le partenaire (affichage, bannière web, spots radio etc.).

Ex : N'PY échange 100 forfaits d'une valeur de 35€ soit 3 500€ contre 3 500€ d'équivalent en spots radio. La radio utilise ces forfaits comme elle le souhaite et souvent pour mettre en place des jeux concours, récompenser des auditeurs, etc... Or tous les forfaits ne sont pas réellement utilisés alors que les spots radios, eux ont été diffusés.

→ Synthèse Résultats 2019/2020 :

Chiffre d'affaires de gestion (en k€)	Réel 2018/19	Budget 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var % N-1	Var % Bud
Partenariats/Publicité	802	875	889	11%	2%

889K€ de valorisation de partenariats enregistrés sur la saison contre 802K€ la saison précédente (+11%) et 875K€ budgétisés (+2%)
 Effet de levier : 772 K€ € de forfaits engagés dans les échanges, seuls 177 k € ont été réellement utilisés en station (cf tableau ci-dessous). Soit un taux d'utilisation de 21%. **1 forfait génère donc 5 fois sa valeur en visibilité**
 Les autres opérations (soit la différence entre le CA total et la valorisation via échange de forfaits = 51K€) ne se fait pas en échange de forfaits mais en échange de visibilité (ex : Quiksilver propose un jeu concours aux fans N'PY contre une newsletter à sa base de données)

Effet de levier par type de partenariats :

Type de partenariat	Nb codes mis à dispo	Valorisation codes	Nb codes utilisés	Utilisation en valeur	Ratio par promotion
Commercial	7087	311 397 €	644	40 839 €	13%
Communication	1687	86 217 €	462	24 741 €	29%
Event	790	30 388 €	223	8 556 €	28%
Mag de sport	6258	242 240 €	1868	73 084 €	30%
Partenariat ES	3987	110 982 €	343	10 604 €	10%
Radio	1457	56 450 €	505	19 561 €	35%
TOTAL	21266	837 674 €	4045	177 385 €	21%

Objectifs des partenariats :

- Soutien au plan média plus classique (radio, presse, affichage) sans contribution financière.
- Ventes additionnelles liées à ces dotations (21 222€ cette saison)
- Augmentation de la notoriété des stations, de NPY et du trafic du site internet
- Mise en avant du territoire et des innovations locales
- Augmentation du chiffre d'affaire de NPY pour pouvoir séduire les investisseurs (les partenariats représentent 888k€)

→ Principales actions :

Cette saison, le service a tout d'abord revu son mode de fonctionnement pour optimiser l'impact des partenariats tout en rationalisant la gestion. Principaux partenariats :

- Magasins de sport
 - **Visibilité dans 23 magasins Go sport et 32 magasins de sport** généralistes (Décathlon, Intersport, indépendants...). Magasin présent sur l'arc Atlantique (cf carte ci-dessous), soit + 8 magasins VS saison 18/19
 - Offre mise en place : pour 200€ de matériel de ski acheté, un forfait offert.
 - Durée : mi-octobre à mars
 - Dispositif : totem, stop rayon, affiche en extérieure et vitrophanie, stickers sur les produits.

Montant de l'échange de visibilité : 242 000 €

Le + : **10 000€** de ventes additionnelles directes (essentiellement forfaits et hébergements)



Magasin Go Sport : habillage des cabines d'essayage



Ex de mise en avant du partenariat devant un magasin Go Sport

En Espagne :

- 14 magasins de sport (Pays Basque, Navarre, Catalogne, Aragon et Madrid)
- Offre identique à la France (200€ d'achat = 1 forfait de ski offert)
- Organisation de journées spéciales avec mise en avant des offres N'PY (présence d'ambassadeurs)



- Orange Bleue (réseau de centres de remise en forme, 400 salles en France)
 - Visibilité dans **61 centres sportifs** (+4 vs saison 18/19)
 - Offre mise en place : chaque centre organise un challenge avec ses abonnés. Le gagnant du challenge remporte des forfaits.
 - Durée : novembre - février
 - Dispositif : affiches dans chaque centre + communication digitale sur les pages Facebook des centres + jeu concours national sur la page facebook de l'Orange bleue

Montant de l'échange : 34 800 €
 Le + : la prépa no souci en partenariat (mise à disposition d'une salle + d'un coach sur tout le mois de novembre.

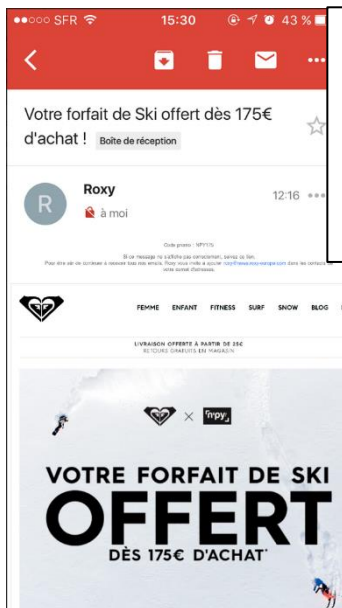


- **Boardrider Club (Quiksilver) :**
 - Visibilité dans **28 magasins sur l’Arc Atlantique**
 - Offre mise en place : pour 150€ de matériel acheté, un forfait offert.
 - Durée : novembre à mars
 - Dispositif :
 - Stop rayons dans les magasins de la marque
 - Envoi de newsletter
 - Relais réseau sociaux
 - Webcams diffusées dans les shops
 - Des événements organisés avec Roxy en hiver (Yoga and Ride à Cauterets) et l’été (Yoga and Trail) à Piau.

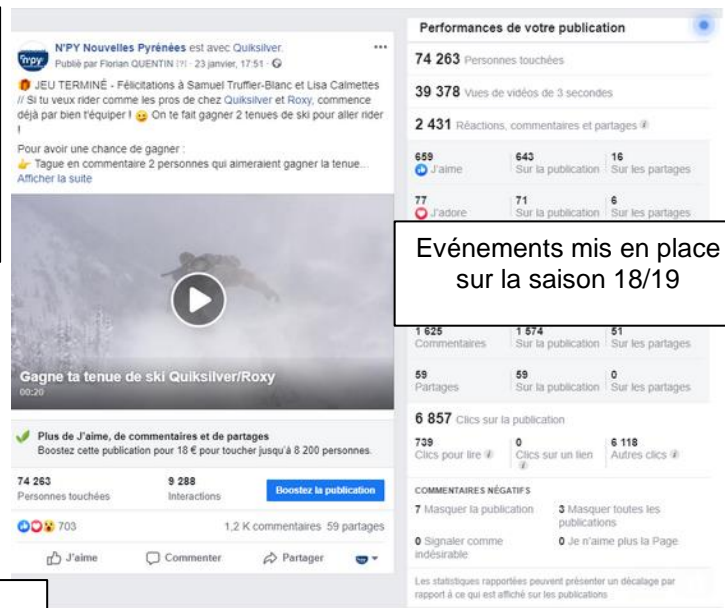
Montant de l’échange : **193 000 €**
 Dotation pour l’équipe et pour organiser un jeu concours Facebook.
 Le + : le partenariat avec Quiksilver, marque internationale et son pouvoir de communication ainsi que les événements créés en collaboration



Visuel en place dans les magasins partenaires et sur le site de Quiksilver, Roxy et DC



Email envoyé à la BDD Quik
(3 mails envoyés au total sur leur base)
700 000 destinataires



Evénements mis en place sur la saison 18/19

Stats Jeu

- **Norauto:**
 - Visibilité dans **44 centres sur l'Arc Atlantique**
 - Offre mise en place : pour 100€ de matériel acheté, un forfait offert. L'idée étant de cibler les acheteurs de produits « hiver » (pneus neige, chaînes, ...)
 - Durée : novembre à mars
 - Dispositif :
 - Bâches en devanture des centres Norauto
 - Ecrans digitaux
 - Roller banner
 - Envoi d'une offre NPY au CE national.

Montant de l'échange : 7 000€
 Le + : la très belle visibilité sur les zones de passage)



- Edeis : Ligne aérienne Lisbonne / Lourdes

L'aéroport de de Tarbes - Lourdes a sollicité N'PY pour accompagner l'annualisation de la ligne Ryanair Lourdes / Lisbonne. Une réelle opportunité pour les stations N'PY de prospecter ce nouveau marché. Pour cela, l'offre suivante a été mise en place :

Offre : Pour tout aller/retour Lourdes - Lisbonne acheté, un forfait 6 jours offert dans une des stations NPY. Mise à disposition de 1 000 forfaits séjours (6 jours) en échange de visibilité. N'PY a donc « mis en jeu » une valorisation d'un millier de forfait pour obtenir la campagne de communication suivante :

- Promotion sur **20 000 cartes embarquement** Ryanair avec QR code qui renverra sur landing page en portugais. - Landing page sur rubrique Destinations (permanent) sur site internet
- Ryanair - Facebook RYANAIR publication sponsorisée marché portugais : **398 258 fans**.
- Visuel sur la **Home Page** du site internet RYANAIR durant 1 semaine
- **2 Emails** envoyés ciblés géographiquement sur zone de Lisbonne (195 184 impressions)
- Organisation conjointe d'une **conférence de presse** à Lisbonne le 27/11 (une vingtaine de journalistes présents ainsi que des Tour-Opérateurs). Avec 1 personne N'PY présente pour faire la promotion des stations



Publicité sur la Boarding pass Ryanair sur la ligne Lisbonne Lourdes (30 000 cartes imprimées)

Início > Notícias > Já há estâncias de ski abertas nos Pirenéus – e oferecem uma...

Já há estâncias de ski abertas nos Pirenéus – e oferecem uma semana de forfait

29/11/2019 Volta ao Mundo



Já há estâncias de ski abertas nos Pirenéus – e oferecem uma semana de forfait

PUBLICIDADE

MAIS RECENTES



NOTÍCIAS
Air France vai introduzir controlo de temperatura nos voos



Este cão é um sucesso no Instagram – e tem fotos deslumbrantes na Suíça



Edição especial: Volta ao Mundo

Exemple d'article paru suite à la conférence de presse (Lisbonne 27 novembre)

En outre, la communication de la marque N'PY et des stations membres a également été négociée dans l'aérogare au travers de vitrophanies :

- Kakemono Hall de départ (6000 mm x 1500mm) - 2 Vitrophanie embarquement - 1 Vitrophanie Bagage



151 forfaits séjours ont été « consommés » (autant de skieurs portugais sur nos stations) soit l'équivalent de 33 758€ pour un montant d'échange de **37 000€** (publicité)
Le + : le mode partenariat idéal pour prospecter un nouveau marché

- Partenariats radio :



La mécanique d'échange de forfaits est également un excellent moyen de négocier des spots radios ou autres supports publicitaires ! Cette

saison, elle a par exemple permis « l'achat » de 268 spots contre la diffusion d'une campagne publicitaire sur les supports régionaux (NRJ, Nostalgie & Chérie FM, Virgin Radio) avec en contrepartie la mise à disposition de 654 forfaits d'une valeur de 25 434 €. Rappelons que cette mise à disposition se fait sous la forme de codes promos à utiliser sur le site internet et qu'en moyenne seuls 21% des forfaits sont réellement commandés.

Conclusion : **25 434 € de spots** obtenus contre $25\,434 \times 21\% =$ **5341 € de forfaits**.

Un échange gagnant avec une « plus-value » de près de **20 000€ pour la marque !**

A ces spots publicitaires s'ajoutent des jeux antenne et des relais sur les réseaux sociaux des radios.

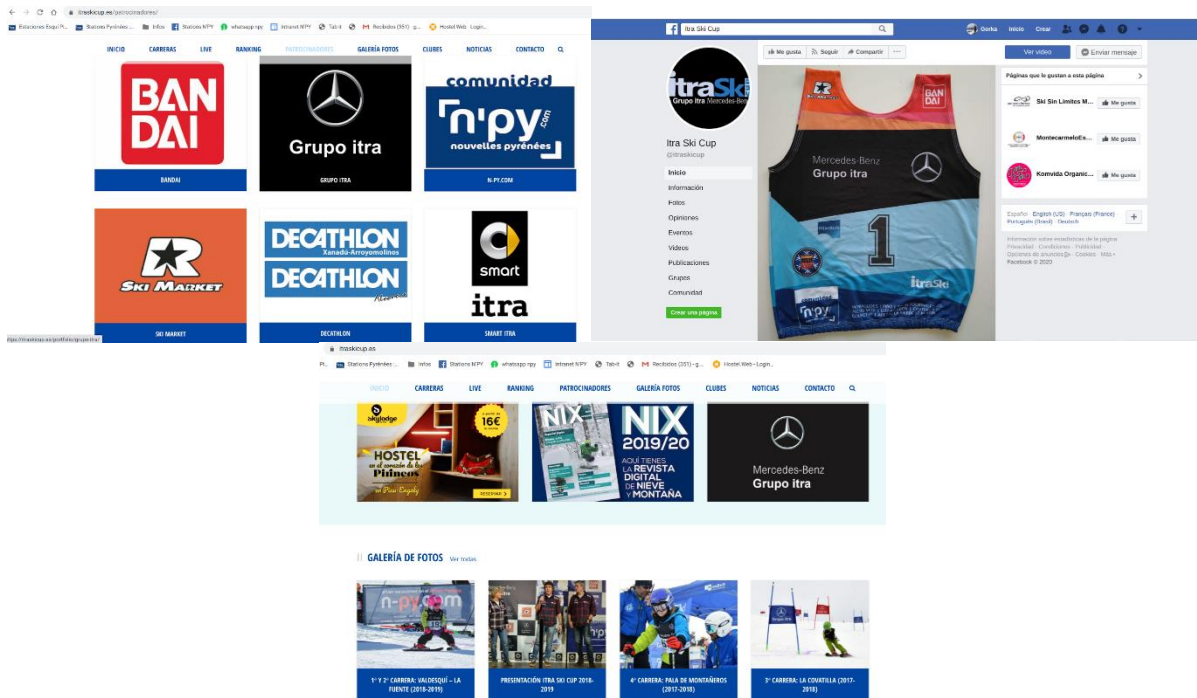
- Partenaires espagnols :

- **ITRASKICUP**

(Challenge de 4 courses ski en Espagne) créé par NIMBUS EVENTOS et MERCEDES : N'PY et les stations sont partenaires des courses et bénéficient de visibilité sur l'ensemble du challenge :

- Logo N'PY et stations sur les dossards des participants
- Banderoles
- Oriflammes
- Réseaux sociaux
- Relations presse

Cette saison, les courses étant prévues sur la fin de saison dû au manque de neige en début de saison, elles ont été annulées. Cependant, N'PY et les stations ont bénéficié de visibilité grâce à la communication faite en amont.



- **KELER : Marque de bière réputée sur le Pays Basque**

- Présence de communication dans plus de 100 magasins des enseignes suivantes : Alcampo, Supermercado Alto Aragón, Supermercados Cabrero, Carrefour, El Corte Inglés, Eroski, Leclerc, Netto, Spar, Supertodo, Todo Todo y Grupo Uvesco, situés en Pays Basque, Navarre et Aragon
- Offre : Pour l'achat de packs de bières, bon de 50% de réduction offert au client.



Montant de l'échange : **27 100 €**
 Le + : **Une visibilité dans plus de 100 magasins !**

- **MARTIN MARTIN** : magasins de bonbons, fruits secs en Aragon, Pays Basque, Catalogne, Castilla-Leon, et Madrid
 - Présence de communication dans plus de 40 magasins
 - Offre : Pour l'achat de fruits secs et bonbons, bon de 50% de réduction offert au client.



Montant de l'échange : 22 500 €
 Le + : Une visibilité dans **plus de 40 magasins** !

3.6 Marché de service :

Le marché de services est le contrat qui lie les domaines skiables/sites et N'PY. Il a une durée de 3 ans et précise les conditions de collaboration. N'PY est remis en concurrence tous les 3 ans.

Chiffre d'affaires de gestion (en k€)	Réel 2018/19	Budget 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var % N-1	Var % Bud
Contribution N'Py à la communication	403	418	418	4%	0%
Total	403	418	418	4%	0%

⇒ Le marché de service a été renouvelé en 2019 pour 3 années. La contribution des stations et sites touristiques correspond à 418k€ (354k€ apportés par les stations, 26,2k€ par le Pic du Midi, 27k€ par le train de la Rhune et 10,8k€ par le Pont d'Espagne).

→ Rappel du modèle économique :

Dans le cadre du marché de service conclu entre N'PY Résa et le Groupement de Commandes des Stations Associées (GSCA) qui représente les domaines skiables et sites touristiques composant N'PY, certaines prestations sont assumées en direct par N'PY Résa :

- Mise en œuvre de la stratégie de communication de la marque (Prestation n°2)
- Gérer l'intégralité de l'activité e-commerce et m-commerce (Prestation n°5)
- Déclinaison de la campagne de communication générale pour la marque de la station ou du site touristique (Prestation n°6)
- Réalisation du site internet de la station ou du site touristique (Prestation n°7)
- Gestion des encaissements des consommations liées à l'ensemble des ventes "pour compte de" et/ou aux cartes d'abonnement au ski (Prestation n°8)

3.6.1 Mise en œuvre de la stratégie de communication de la marque (Prestation n°2) :

3.6.1.1 Communication été 2019 :

POSITIONNEMENT :

N'PY poursuit son positionnement adopté l'été dernier qui consiste à promouvoir les activités estivales pour attirer les visiteurs sur le site internet pour la réservation de séjour.

L'utilisation de la vidéo dans ses supports de communication, permet à N'PY de promouvoir une "Expérience Pyrénées" et de mettre en avant activités, hébergements insolites et 3 sites touristiques de façon dynamique et virale sur les différents supports de communication.

DIGITAL :

Pour assumer ce nouveau positionnement, un important lifting du site Web a été opéré durant le printemps 2019 :

La version été du site a effectivement été repensée afin de guider au mieux la clientèle : La home page et la navigation ont été revues pour plus d'attractivité et pour simplifier le parcours client :

- Les Grands sites, (Pic du Midi, Pont d'Espagne, La Rhune) sont mis en avant et les infos les concernant ont été réorganisées afin de mieux renseigner les internautes et de mieux convertir.

- Les activités sont présentées de façon plus attractive (vidéo, photos) et les contenus ont été enrichis (tarifs, horaires, adresse...) par les équipes N'PY
- Les nouveaux bikeparks de Cauterets et du Grand Tourmalet sont mis en avant sur leurs sections respectives



CAMPAGNE MEDIA :

Campagne de communication On Line

Ce nouveau positionnement a également été relayé par une campagne de communication online (principalement d'achat de mots clefs) avec **un budget de 9 500€ qui a généré un CA sur la place de marché de 301 968€.**

Campagne	Budget	Etat	Taux d'optimisation	Taux de conv.	Coût	CPC moy	Conversions	Valeur de conv.	↓ Clics	Impr	CTR	Coût/conv.
NPY - FR - E2019 - SEARCH - PIC DU MIDI	25,00 €/jour	Mise en veille	-	1,49 %	2 593,68 €	0,06 €	66 400	66 609,90	44 441	175 931	25,26 %	3,91 €
NPY - FR - E2019 - SEARCH - RHUNE	25,00 €/jour	Mise en veille	-	7,85 %	2 234,24 €	0,05 €	3 411,00	187 218,67	43 464	128 970	33,70 %	0,65 €
NPY - FR - E2019 - SEARCH - PONT ESPAGNE	7,00 €/jour	Mise en veille	-	1,13 %	936,17 €	0,07 €	1 43,00	11 108,92	12 715	69 789	18,22 %	6,41 €
NPY - FR - E2019 - SEARCH - STATIONS	20,00 €/jour	Mise en veille	-	0,85 %	1 976,01 €	0,24 €	69,00	36 930,58	8 098	209 567	3,86 %	28,64 €
NPY - FR - E2019 - SEARCH - GÉNÉRIQUE	15,00 €/jour	Mise en veille	-	0,00 %	565,66 €	0,29 €	0,00	0,00	1 965	61 489	3,20 %	0,00 €
NPY - FR - E2019 - SEARCH - RHUNE ULTRALOCAL	3,00 €/jour	Mise en veille	-	0,00 %	1,45 €	0,06 €	0,00	0,00	23	159	14,47 %	0,00 €
Total : Campagnes filtrées			-	3,88 %	8 307,21 €	0,08 €	4 287,00	301 968,08	110 706	645 906	17,14 %	1,92 €
Total : compte	0,00 €/jour		-	1,38 %	9 538,06 €	0,09 €	4 287,00	301 968,08	112 077	2 033 041	5,51 %	2,21 €

Campagne de communication réseaux sociaux :

La stratégie sur les réseaux sociaux pour l'été 2019, comprend 3 axes : une mise en avant des activités à pratiquer dans les Pyrénées et disponibles sur la place de marché, la mise en avant des hébergements insolites et la promotion des 3 sites touristiques N'PY.

Le contenu réalisé en interne est diffusé sur les réseaux sociaux et soutenu via des campagnes Facebook qui assurent une visibilité forte de la marque, des activités en station ou des hébergements.

Virilité de quelques vidéos :

- **Bivouac dans les Pyrénées** : Plus de 106 000 vues de vidéo et 180 000 personnes touchées

- **Le Pic du Midi est ouvert** : 60 000 vues de vidéo et 134 000 personnes touchées
- **Nuits insolites dans les Pyrénées** : 45 000 vues et 111 000 personnes touchées

Blog N'PY

Cette saison, le blog N'PY permet de relayer les activités à faire dans les Pyrénées avec des informations détaillées que l'on ne trouve pas sur le site ou sur les réseaux sociaux. Tout en augmentant le référencement naturel de la marque N'PY grâce aux articles et au travail de SEO, le blog est là en complément d'information pour le client. Quelques articles diffusés pendant l'été :

- **des plus beaux refuges des Pyrénées** : <https://blog.n-py.com/5-plus-beaux-refuges-pyrenees/>
- **Découverte du canyoning à Vertiges de l'adour** : <https://blog.n-py.com/canyoning-vertige-de-ladour-grand-tourmalet/>
- **Nos astuces pour ne rien louper lors de sa visite dans les 3 sites**
- <https://blog.n-py.com/astuces-visite-3-sites-npy-ete/>
- **Top 5 des activités à pratiquer en été** :
- <https://blog.n-py.com/top-5-activites-famille-pyrenees/>

EVENEMENTIEL :

Durant l'été 2019, N'PY a été partenaire de l'édition de **Skyrhune** (21 septembre) qui a une nouvelle fois été une belle édition.

La 13^{ème} édition de l'événement « **Montagne Propre** » a également été organisé avec les stations sur plusieurs dates. N'PY Résa se charge des inscriptions, de la gestion des dotations de cartes No Souci, de la communication et de la recherche de partenariats



3.6.1.2 Communication hiver 2019/2020 :

PLANS MEDIAS :

Toujours dans la démarche d'optimiser chacun des plans médias : ceux des stations et celui de N'PY, 2 zones ont été définies afin d'optimiser la prise de parole de chacun. Les stations s'adressent à la zone de proximité et N'PY s'adresse aux clients lointains en revendiquant les Pyrénées dans leur ensemble :

Stratégie adoptée :

Zone « Proximité » : (ex régions Aquitaine / Midi Pyrénées)

Les stations communiquent avec leur propre identité visuelle mais revendiquent un produit / service de la marque N'PY. Le budget est confié à N'PY Résa qui mutualise les besoins, veille à l'efficacité des plans (en termes de prise de parole, zone d'influence...). La notoriété des stations étant plus importante sur cette zone, il paraît judicieux de revendiquer en premier lieu la station tout en indiquant qu'elle fait partie du réseau N'PY.



- **Stations adhérant à l'opération :** Peyragudes, Piau, Pic du Midi, Grand Tourmalet, Cauterets
- **Budget :** 230 K€ dont 180 K€ de cash + 101 K€ d'échange (60 K€ en spots radio et 17K€ en annonces presses 24K€ en affichage)
- **Actions :**
 - Radio et webradio.
 - Affichage en gare de Bordeaux St Jean
 - Affichage dans les stations de métro de Toulouse
 - Covering de tram à Bordeaux (14 jours)
 - Affichage écrans lumineux en périphérie de Bordeaux
 - Articles dans les magazines citadins
 - Campagnes vidéo sur Youtube
 - Affichage sur des écrans vidéo dans les commerces de proximité
 - Affichage bus (Tarbes) et vitrophanie aéroport de Pau et Tarbes
 - Publicité vidéo sur les réseaux sociaux
 - Insertion presse dans Elle magazine, Coté Toulouse, Coté Golf, Ramdam...
 - Articles et bannières publicitaires sur les sites de la presse quotidienne régionale : La Dépêche du Midi et Sud-Ouest
 - Visibilité auprès de partenaires influents



Habillage du Tramway à Bordeaux

Affichage gare de Toulouse

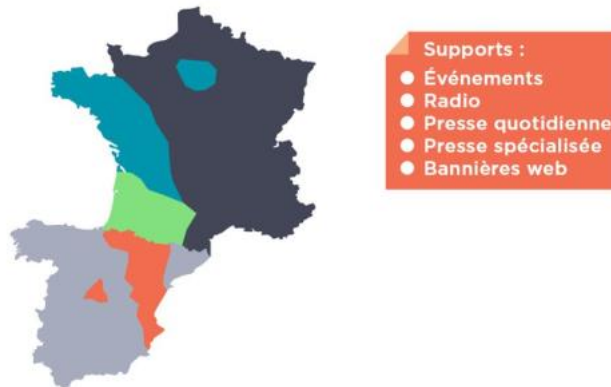


Affichage arrières de bus Tarbes



- **Messages** : adaptés selon l'enneigement et la saison :
Ouverture des stations, premières neiges no souci, dans les stations N'PY ici ça skie, prix à la journée NO SOUCI ...

Zone « distants » :



Sur cette zone (Ile de France, Bretagne, Poitou Charentes, Nord de l'Espagne), N'PY prend la parole :
"Réservez vos vacances à la montagne sur n-py.com "

- **Actions par zones :**
 - **Bretagne, Normandie :**
 - Publicité sur les réseaux sociaux en amont de la saison (octobre novembre pour inciter à la réservation de séjour)
 - Campagne radio
 - Articles sur magazines en ligne
 - Campagne vidéo Youtube
 - **L'Ile de France en partenariat avec le Département des Hautes Pyrénées :**
Affichage dans les grands médias nationaux ; Nouvel Obs, Paris Match...
En chiffres :
 - 2 brochures avec une page dédiée à N'py :
 - 1 de 28 pages pour la zone Ile de France encartée dans : L'Obs, Paris Match, le Parisien, Télérama : 435 000 exemplaires
 - 1 autre de 40 pages pour la zone Grand Ouest encartée dans : TV Mag, Fémina, L'OBS : 661 000 exemplaires



- o Site internet dédié (<https://neige.hautes-pyrenees.fr/>) avec renvoi de la résa sur n-py.com
- o **Nord de l'Espagne**, pour faire la promotion des stations et des séjours au ski auprès du public espagnol.
 - Radio : Campagne Radio sur le Pays Basque (Cadena 100 et Rock FM)

¡Ven a esquiar a los Pirineos franceses! En las estaciones del grupo N'PY de Peyragudes, Piau-Engaly, Grand Tourmalet, Pic Du Midi, Luz Ardiden, Cauterets, Gourette y Arette-La Pierre Saint Martin tienes la mejor nieve y al mejor precio. A partir de 24€50 la jornada con la tarjeta No'Souci.

- Affichage : panneau digital avec affichage dynamique à Irun (frontière) durant 2 mois et demi :



- Presse :
 - o Revue « NIX » (presse spécialisée Neige)

- Journal Berrria, diffusé dans le Pays Basque et en Navarre (Organisation de 2 jeux concours pour mettre en avant les stations N'PY)

Zozketak

Eski zalea bazara, ez galdu aukera eta parte hartu neguko zozketa berezian.

BERRIA eta N'PY-ren eskutik, eski estazio bakoitzerako 2 forfait

Zozketan parte hartu!

Zozketaren dinamika

- Saridunak ostegunearan argitaratuko dira, eta email bidez jasoko dituzte kode berezi batzuk, forfait-ak internet bidez trukatzeko.
- Behin kodeak jasozten dituztenean, horiek erabiliz n-py.com webgunean egin beharko dituzte bakoitzari egokitu zaien estaziorako doako erreserbak.

berria.mundua-euskarari-emana

Datu Pertsonalik Babesteko Arazategia belec jatorriaren nahi duguare zure datu pertsonalik Euskarazko Komunikazio Taloa SA eragilearen tratamendu-sistematan sartuta dagoela ikusizkoa. Taldearen zozketak emaitza, zuzenki baimenaren jabea da. Zure informazioa kan dutekeen informazioa bidaltzeko eta eragilearen administrazio lanak sustatu ahal izateko. Zure datuak azaldu, zuzentzea, zuzentzea, baimenak erabiltzea, baimenak erabiltzea eta garrantzirik ez duela deklaratzea. Zure baimenak, edozein egun deklaratzea eta haren baimenak deklaratzea eskatu. Hala ere, nahi izanez gero, datu horien baimenak BERRIA Taloa, Marka Ugaride Kultur Plazara, Gostien Etxeak 010-20143 Andoain edo postu elektronikoaren bidezko bidaltzeko eskatu. Zure datu pertsonalen tratamenduan buruzko informazio zehatzagoa eskuratu nahi baduzu, hainbat egin deklaratzea.

Honelako mezu gehiagoz jaso nahi ez baduzu, egin klik hemen

- Digital : partenariat avec 2 sites leader en Espagne
 - o Nevasport : le forum du ski en Espagne (Diffusion d'informations sur les stations + organisation de 5 jeux concours) (environ 45 000 vues)

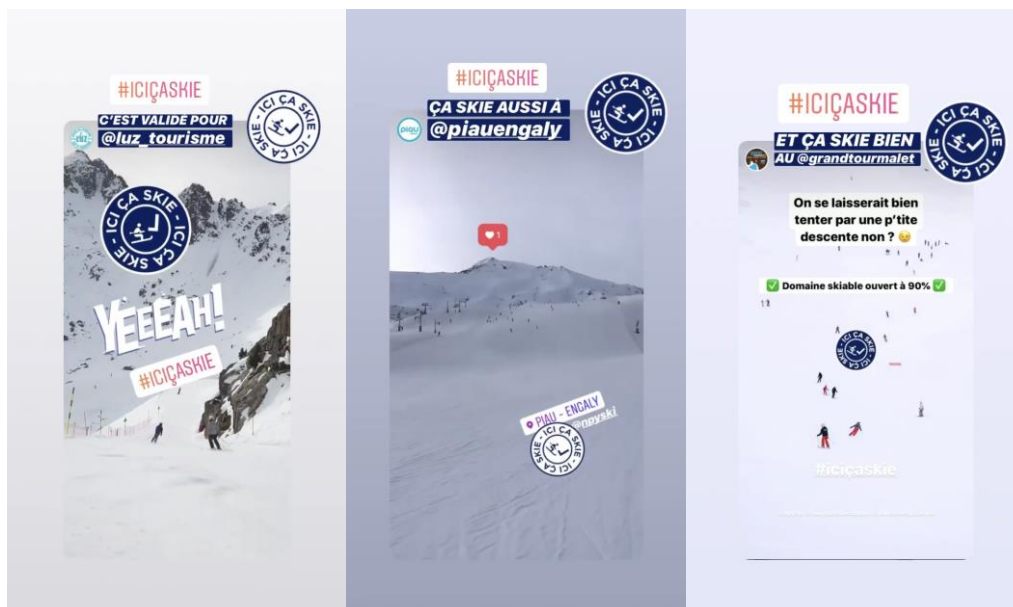


- o Lugares de nieve : diffusion d'informations sur les stations (environ 10 000 vues)



DIVERS COMMUNICATION :

- Les saisons se suivent et ne se ressemblent pas. C'est valable aussi en communication. Cette saison qui a commencé très tôt et qui a connu 3 mois sans aucune chute de neige significative. Rassurer les skieurs sur les conditions de neige en stations est devenue une priorité. Un hashtag "ici ça skie" et des visuels associés pour les réseaux sociaux ont été créés.
- Cette opération a été coordonnée par N'PY Résa et relayée par l'ensemble des stations pour en maximiser l'impact sur tous les fans des réseaux sociaux cumulés.



- D'autres opérations de communication commune entre toutes les stations seront diffusées tout au long de l'hiver ("ici ça profite" avec la mise en avant des activités, "ici ça régale" avec la mise en avant de la gastronomie) et toujours relayées par N'PY pour mettre en avant la diversité de l'offre.

RELATIONS PRESSE :

Une attachée de presse en France : Laurence De Boerio.

4 conférences de presse ont eu lieu en début de saison en France entre le 10 octobre et le 13 novembre.

- Paris,
- Lourdes,
- Toulouse
- Bordeaux



3 conférences de presse en Espagne :

- Madrid
- Bilbao,
- Valence

Plus de 120 journalistes se sont déplacés sur ces conférences

Toutes Zones (France avec suppression sur l'Arc Atlantique/ Espagne) :

Plan média "toutes zones", exclusivement digital

- **Budget 100 000 €**
Ce budget est dépensé sur les différents leviers digitaux pour donner une visibilité optimale aux stations. L'objectif : interagir avec le client à toutes les étapes de son parcours d'achat.
- **Plusieurs dispositifs** sont mis en place pour couvrir toutes les zones de communication (France + Aragon + Pays Basque Espagnol + Madrid) :
- **Search** - Achat de mots-clefs sur Google et assimilés :
Investissement sur des requêtes à la fois génériques (type "séjour ski") et précises (type "forfait de ski 2 jours cauterets enfants") afin d'être présent un maximum tout au cours du cycle d'achat de l'internaute.
- **Display** - Affichage de bannières Web :
Le budget est réparti entre la régie Google, sites de presse spécialisée ski, outdoor, nature, glisse et sites de presse quotidienne régionale afin de couvrir un maximum de la clientèle

cible. Des opérations de réengagement sont également initiées sur la base des visiteurs visitant les différents sites de la marque.

- **Vidéo** - Affichage de vidéos promotionnelles :
3 vagues de vidéos (ouverture des stations / noel / mois de décembre) ont été initiées cet hiver pour un total d'environ 1 720 000 vues de vidéos, sur les supports Youtube et TF1 replay.

Ces actions principales sont consolidées par diverses actions ponctuelles à ciblage précis (ex : push d'information ultra-local sur une zone délimitée)

Entre le 1er septembre 2019 et le 30 avril 2020, ces différentes actions sont intervenues dans le parcours d'achat des internautes pour un montant de 2 251 300€ de chiffre d'affaires.

L'installation de la marque N'PY passe également par l'organisation d'événements ou la mise en place de partenariats avec des événements existants.

EVENEMENTS :

Les principaux événements de la saison 2019/2020 :

- **Octobre :**

- o Animations commerciales dans les écoles (Cf partie sur la No Souci)

- **Novembre :**

- o **Soirées Prépa au ski :**

En partenariat avec les salles « L'Orange Bleue » de Tarbes et Pau, N'PY invite les détenteurs d'abonnements No Souci à venir se préparer physiquement à la saison de ski



- o **Braderie de la glisse - Tarbes -**

La marque était présente avec un stand sur cet événement ski tarbais

- **Décembre :**

o **Événement Nantes : 7 décembre**

N'PY met en place plusieurs événements dans les grandes villes de l'Arc Atlantique afin d'accompagner de manière différente la communication institutionnelle. En effet, cela permet d'accroître le sentiment de proximité des Pyrénées auprès des urbains et d'humaniser la marque plus que lors des campagnes d'affichage. Les événements permettent également de communiquer sur plusieurs canaux en amont, pendant et après l'événement (visibilité sur le site internet, emailing envoyé à la base de données, utilisation des réseaux sociaux - notamment Facebook et Instagram - tout au long de l'opération et relais radio).

La première ville visitée par N'PY cette saison est Nantes. Afin d'éviter toutes déconvenues cette saison, nous avons préféré faire une animation en partenariat avec notre partenaire Go Sport. Cela nous a permis de maintenir l'animation malgré les gilets jaunes. Bel accueil des Nantais qui ont apprécié notre venue malgré un dispositif très restreint.

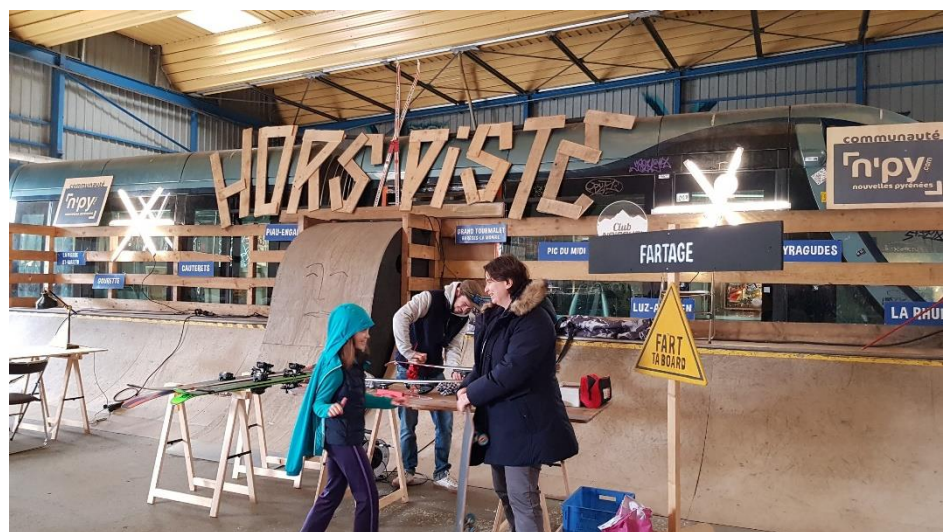


- **Février :**

o **Événement Bordeaux : 1er février**

N'PY et les stations étaient présentes à Bordeaux (Darwin) samedi 1er février et proposaient une mise en avant des stations et des offres NPY. Plusieurs animations étaient proposées : boarder-cross, exposition, photo booth, projection, friperie, fartage de skis...

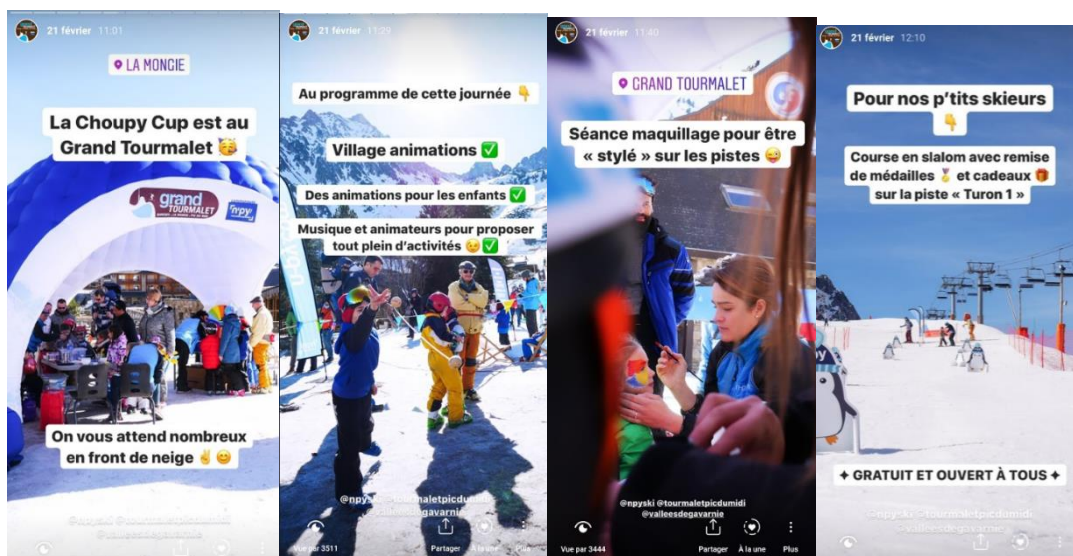
Comme chaque année, beaucoup de monde sur cette édition (+/-1500 personnes) avec beaucoup d'intérêts de la part des Bordelais pour les stations NPY.



o **Choupy Cup versant la Mongie du Grand Tourmalet (21/02) et Piau Engaly (28/02)**

Pour la seconde année N'PY mettait en place la Choupy Cup, une course pour les enfants de 3 à 8 ans non chronométrée leur permettant de gagner de nombreux cadeaux. Un SMS a été envoyé aux personnes ayant le Grand Tourmalet en station préférée, un push appli a été mis en place au niveau des billetteries et des espaces débutants. Les différents réseaux sociaux de N'PY et des stations ont relayé l'information. Un stand N'PY a été mis en place au pied des pistes pour faire gagner des cadeaux et proposer aux skieurs une collation. Une animation très appréciée des vacanciers de par sa gratuité et son accessibilité pour les tous petits.

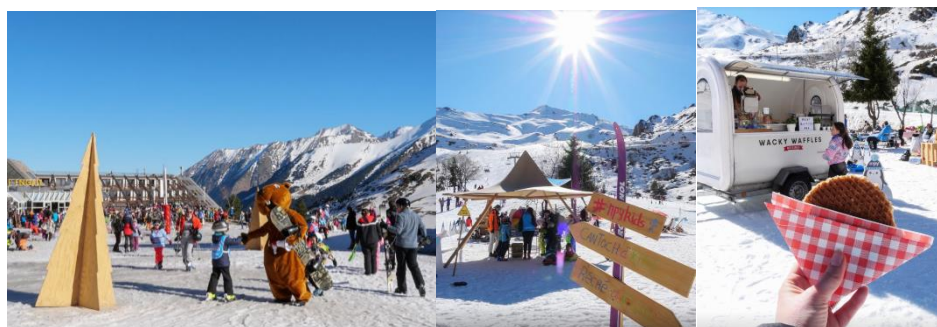
Une édition était prévue à Luz le 26 février mais malheureusement compte tenu des conditions météo, nous avons dû annuler cet événement.



o **N'PY KIDS à Piau : un réel succès encore cette année ! (23/02)**

Près de 300 enfants se sont retrouvés sur l'espace débutant de la station de Piau.

Au programme : animations coloriage, maquillage, gaufre à volonté, laser game, luge et bouée gonflables, chasse au trésor sur l'espace débutant, parcours ludique avec bosse et slalom...



- **Mars :**

- o **CHOUPY CUP Grand Tourmalet Versant Barèges – 3 mars**
Événement annulé malheureusement

- o **Yoga and ride - 14 et 15 mars**

Dans le cadre de leur partenariat N'PY et Quiksilver mettent en place un événement destiné aux femmes. Le matin les participantes bénéficient d'un cours de yoga dispensé par une professeur Roxy avant d'aller skier. Une vingtaine d'inscrites le samedi.

Malheureusement la session du dimanche a dû être annulée (Covid).

La prestation était vendue sous forme d'un pack yoga (10€) + forfait (-10€ si participation au cours de Yoga). Un événement apprécié par les participantes.

Événements en Espagne :

- **Soirées « gastro pote »**

5 soirées organisées de novembre à février sur le « Mercado San Martin », à San Sebastian pour mettre en avant les stations N'PY auprès des habitants. Organisations de 5 jeux concours.



Communication sur Instagram, Facebook et Whatsapp

- **Family Dance Party Bataplan Disco San Sebastian**

Soirée organisée le 20 décembre. Organisation d'un jeux concours.

Spot radio tourné diffusé par Cadena 100 pour promouvoir la soirée avec promotion des stations via la Radio.

- **Salon :**

Participation au salon grand public « Skimétraje » à Pampelune, dédié aux films et documentaires sur le ski.



COMMUNICATION INTERNE :

Différents outils sont utilisés par N'PY Résa pour faire parler la marque N'PY dans les différents domaines skiabiles et sites touristiques :

- **Lancement de saison** : lors de chaque journée de lancement de saison qui a eu lieu dans les stations, une vidéo a été diffusée à l'ensemble des stations N'PY ainsi qu'un document résumant les différentes missions de la marque. La vidéo a été bien accueillie auprès des salariés. La vidéo est disponible ici : <https://vimeo.com/364852837/954a76fed0>
- **Vidéo de présentation de l'équipe N'PY** pour l'arrivée de Michel Boussaton : <https://www.youtube.com/watch?v=D2kXatgnQ2U&feature=youtu.be>



- **Actu N'PY** chaque semaine fait un état : des ventes de forfaits (classiques et No Souci), en caisse et sur internet, des incentives caisse mises en place. La diffusion est faite à tous les responsables de services et directeurs des domaines skiabiles / sites
- **Livret d'accueil stations** Ce document est à disposition des stations pour l'intégrer au livret d'accueil des salariés. Les stations sont libres d'intégrer les éléments tels qu'ils figurent sur le visuel ou de l'adapter au format de leur livret.

3.6.2 Gérer l'intégralité de l'activité e-commerce et m-commerce (Prestation n°5) :

Site internet :

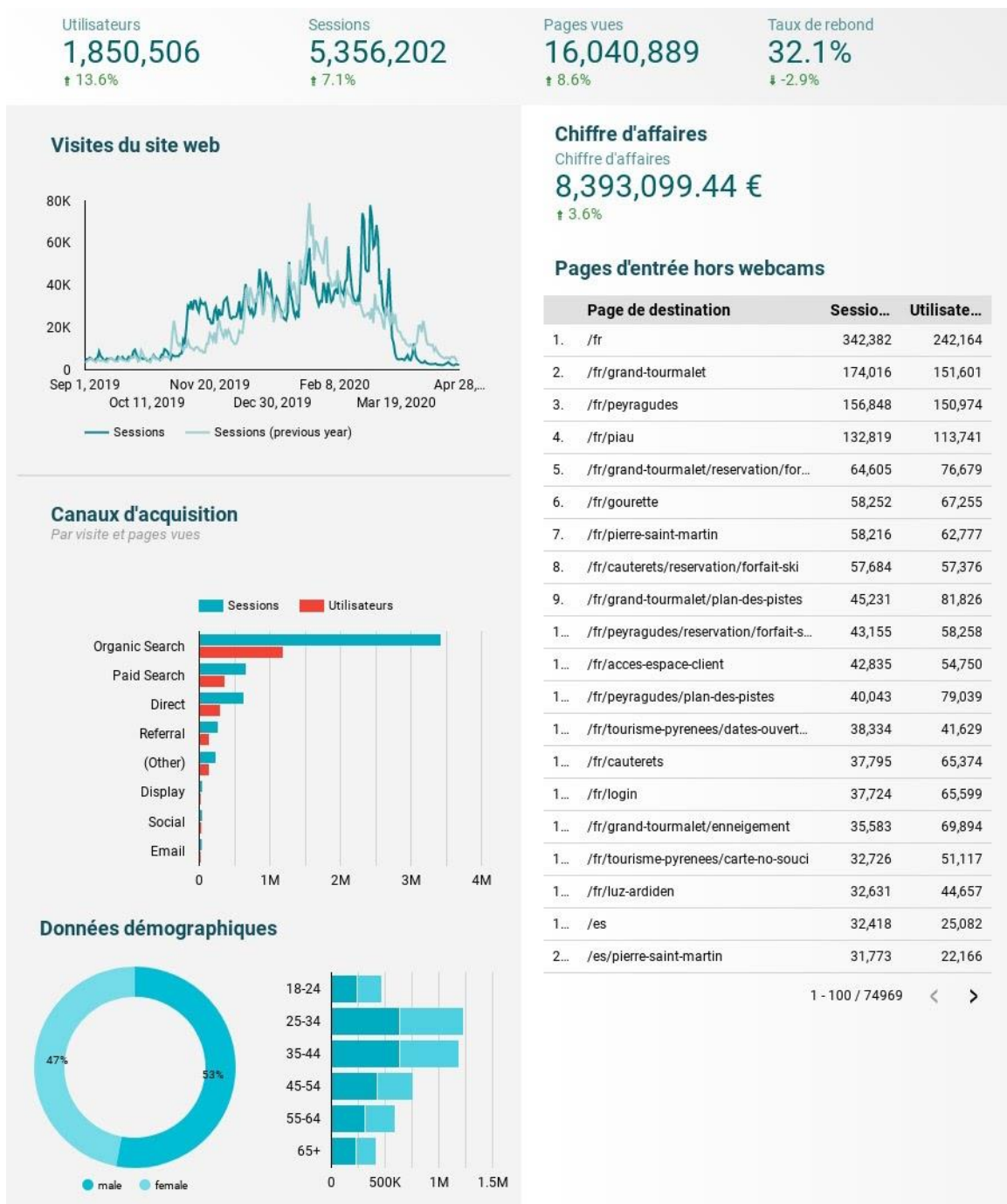
Le site n-py.com a continué son amélioration continue cet hiver, en parallèle du développement de la nouvelle version

- La section "No Souci" a été revue pour mieux présenter les avantages du produit, et mieux segmenter son utilisation pour chaque type de client.
- Les sections "forfaits" ont été retravaillées pour une meilleure clarté de l'information, et une simplification du processus de vente

- Le widget de réservation a été optimisé pour faciliter la recherche d'hébergements en filtrant selon des critères de localisation.
- Les activités hors ski, élément dorénavant important de la décision d'achat ont été retravaillées pour une meilleure présentation.
- Les bons plans ont été réorganisés pour être plus lisibles, notamment avec une segmentation par mois.

Une refonte du site globale est en cours afin d'harmoniser l'aspect global de la plate-forme qui s'est dégradé au fil des ajouts de nouveaux composants, prévue pour la saison 2019-2020.

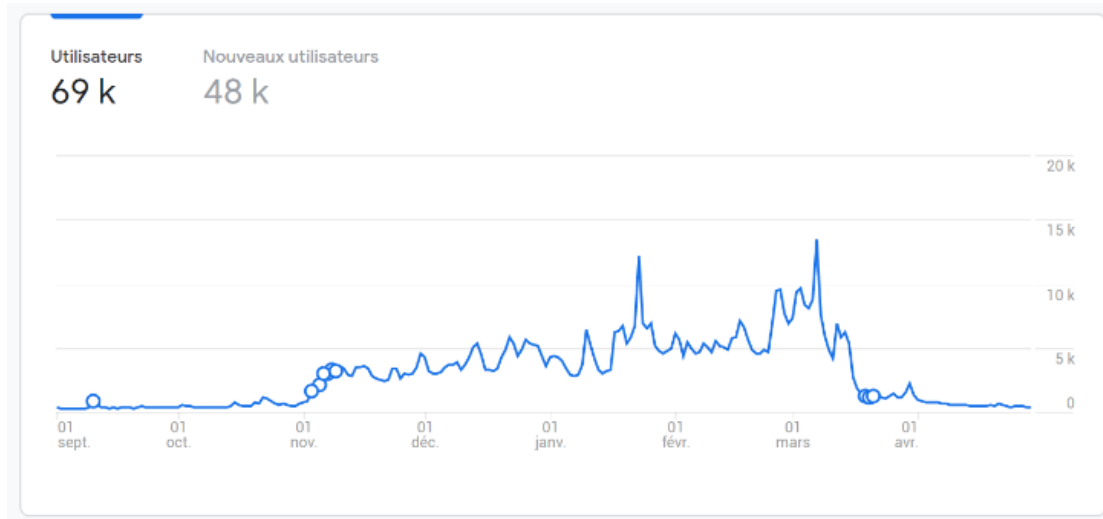
Résultats du 1^{er} septembre 2019 au 31 avril 2020 : malgré la crise liée au Covid-19, les résultats du site sont supérieurs à ceux obtenus en n-1, notamment grâce à un démarrage de saison bien meilleur.



Application N'PY Ski :

- L'application continue son évolution progressive en 2019-2020 avec
- L'ajout de cartes du domaine interactives
- L'ajout une option premium permettant à l'internaute d'avoir accès à des statistiques avancées

Par rapport à n-1, le nombre d'utilisateurs est en légère baisse entre le 1 septembre 2019 et le 30 avril 2020 (baisse due à la non-consultation de l'application à partir de la fermeture des stations). Le nombre de téléchargements et de consultations de l'application continue par contre son évolution positive :



- 179 293 téléchargements depuis la création de l'application (+ 26 565 pour la saison 2019-2020)
- 1 300 000 "démarrages" de l'application ont été réalisés (+43% VS N-1)

Grâce à l'application mobile N'PY, des messages "push" géolocalisés ont pu être envoyés tout au long de la saison pour communiquer avec les clients.

Ces messages permettent aux stations de mettre en avant des services particuliers comme des restaurants, des activités comme la balnéo ou les balades en dameuse.

Chaque message est paramétré par l'équipe digitale d'N'PY RESA en début de saison en fonction d'une zone géographique pour que le client puisse le recevoir quand il passe à proximité de la zone.

Voici des exemples de messages paramétrés :

- Peyragudes : Au Quartier d'hiver, venez goûter les nouvelles formules de ce restaurant d'altitude, vue panoramique et ambiance festive assurée !
- Piau : Venez vivre un inoubliable moment de détente à Edénéo. De nombreuses activités vous y attendent !
- Grand Tourmalet : Venez découvrir le domaine skiable en soirée avec nos balades en dameuses ! Places limitées, inscrivez-vous au Point Infos ou au 0562921614
- Luz Ardiden : A Luz, la plus belle piste c'est la Belle Bleue ! Alors RDV au télésiège de l'Aulian Express pour la découvrir !
- Cauterets : Profitez d'une nature exceptionnelle au Pont d'Espagne : balades, ski nordic, luge, raquettes...
- Gourette : Venez tester Le Cairn Restaurant d'altitude - Accès piétons par télécabine Bezou - Terrasse panoramique Cuisine locale revisitée par notre chef
- La Pierre Saint Martin : Le ski de nuit ça vous dit ? Venez tester le Boulevard By Night ! Places limitées, renseignement et inscription au Point Infos ou au 0559662080

3.6.3 Autres prestations N'PY Résa :

Chiffre d'affaires de gestion (en k€)	Réel 2018/19	Budget 2019/20	Atterrissage 2019/20	Var % N-1	Var % Bud
Redevance comm&gestion Skylodge	19	97	54	188%	-44%
Prestations diverses (options marché, régie pub, ...)	255	275	266	4%	-3%

→ Rappel du modèle économique :

Le CA de N'PY Résa est enfin alimenté par la redevance due par sa filiale à 100% SAS Skylodge pour la prise en charge de sa commercialisation et promotion mais également par la commercialisation de prestations diverses qui entrent pour certaines dans le marché de service (prestations optionnelles). Les autres sont proposées par N'PY Résa à d'autres structures/entreprises qui font appel à la société pour les accompagner sur certaines missions. N'PY Résa met ainsi à la disposition de ces dernières ses compétences en termes de promotion, commercialisation, marketing, ...

→ Synthèse Résultats 2019/2020 :

⇒ La redevance commerciale versée par Skylodge **s'élève à 54K€ contre 97€ prévu au budget** (cf infra partie « SAS SKYLODGE »)

→ Principales actions 2019/2020 :

- ⇒ N'PY a « vendu » par ailleurs d'autres prestations pour un montant de **266K€ cette saison en hausse par rapport à la saison 2018/2019 (+4%)**. Ces prestations sont les suivantes :
- Prestations techniques (mise en place des forfaits interstations type P2V ou Vallées de Gavarnie)
 - Vente d'espace publicitaire ou de prestations de communication (Pic du Jer)
 - Newsletters spécifiques stations
 - Prestation de ciblage / routage pour envoi d'enquêtes satisfaction (Contours)
 - Evénements station
 - Maîtrise d'ouvrage pour certains partenaires (Olypass, Pic du Jer...)

Les principales actions :

3.6.3.1 Pic du Jer :

Edeis (également gestionnaire de l'aéroport Tarbes / Lourdes) est le nouvel opérateur du site touristique du Pic du Jer à Lourdes. Edeis a sollicité N'PY pour un accompagnement à plusieurs niveaux :

- Systèmes d'informations :
 - Refonte de la billetterie
 - Mise en place d'un système de contrôle d'accès
 - Déploiement du WIFI public
 - Installation d'écrans connectés et d'un standard téléphonique
- Commercialisation du site (auprès des comités d'entreprise, des scolaires locaux...). Cette partie de la mission n'a pas pu être mise en place cette année (COVID)
- Promotion / Communication :
 - Réalisation de la vidéo de présentation du Pic du Jer
 - Définition et déploiement de la stratégie réseaux sociaux. (Création d'un compte instagram, création d'une bibliothèque de contenu, réalisation de la ligne éditoriale, accompagnement sur la saison)

Vidéo de présentation : <https://www.youtube.com/watch?v=SjTDgsJWdEo&feature=youtu.be>

Réseaux sociaux Pic du Jer :

Facebook : <https://www.facebook.com/picdujerlourdes/>

Instagram : <https://www.instagram.com/picdujerlourdes/>

Le budget dédié à cette opération s'est monté à 2 k€ pour une première phase et devrait monter à 10k€ sur l'exercice suivant.

3.6.3.2 Olypass :

N'PY a été sollicité par un groupement de prestataires d'activité privés sur la Bigorre, le Béarn et la Côte landaise pour les accompagner sur la création d'un pass multi loisirs ainsi que la vente et le SAV de ce pass par le Centre d'appel N'PY.

Le budget dédié à cette opération s'est monté à 8,5 k€

Une opportunité également de conforter des emplois saisonniers hiver sur l'été (1 personne).

3.6.3.3 CRT Occitanie :

Le CRT a missionné N'PY Résa pour prendre en charge la vente des centres thermoludiques présents en Occitanie ainsi que de certains festivals régionaux aux adhérents du Comité d'Entreprise Airbus à Toulouse.

Le budget dédié à cette opération s'est monté à 11 k€

3.6.3.4 Site internet Skyvall:

Le CRT a missionné N'PY Résa pour prendre en charge la vente des centres thermoludiques présents en Occitanie ainsi que de certains festivals régionaux aux adhérents du Comité d'Entreprise Airbus à Toulouse.

Le budget dédié à cette opération s'est monté à 11 k€

3.6.4 Déclinaison de la campagne de communication générale pour la marque de la station ou du site touristique (Prestation n°6) :

→ Rappel du modèle économique :

Dans le cadre du marché de service, certaines stations confient à N'PY Résa la gestion d'une partie ou de l'intégralité de leur plan média. L'objectif est double :

- Mutualisation des achats médias (affichage, radio, communication online...) pour générer des économies d'échelle
- Optimiser le plan média global (N'PY + stations) afin de communiquer à la bonne cible, au bon moment

La marge opérationnelle conservée par N'PY Résa pour ce travail est de 6%

→ Synthèse Résultats 2019/2020 :

Les stations qui ont confié du budget dans le cadre de cette prestation :

- Cauterets : 30K€
- Luz-Ardiden : 15K€

- Grand Tourmalet : 30K€
- Peyragudes : 30K€
- Piau : 30K€
- Pic du Midi : 10K€

Soit un total de 130 K€

Les stations de Gourette et la Pierre Saint Martin n'ont toujours pas souhaité s'associer à cette démarche l'an passé

La station de Piau a confié un budget de 20K€ supplémentaire, la station de Luz-Ardiden un budget de 10K€ à N'PY Résa pour la prise en charge de leur plan média online. Le Grand Tourmalet a confié un budget de 2500€ pour la sponsorisation des posts Facebook pour leur compte.

→ **Principales actions :**

Cf 3.6.1.2 Communication Hiver 2019/2020

3.6.5 Réalisation du site internet de la station ou du site touristique (prestation optionnelle du marché de service N°7) :

→ **Rappel du modèle économique :**

Dans le cadre du marché de service, certaines stations confient à N'PY Résa la gestion de leur site internet. Cette prestation présente plusieurs intérêts :

- Lisibilité pour le client à qui on ne présente qu'un seul site internet
- Intégration de la marque
- Efficacité pour la station qui confie son site à une équipe rodée aux aspects e-commerce et qui va tout faire pour que le site soit le plus vendeur possible
- Economies puisque la prestation offerte est compétitive et que la station n'a plus besoin de personnel pour gérer son site.

→ **Synthèse Résultats 2019/2020 :**

Les stations qui ont confié du budget dans le cadre de cette prestation : Peyragudes : 7K€ / Piau : 7K€ / Grand Tourmalet : 7K€

→ **Principales actions :**

Tourmalet :

- Refonte de la home page
- Aménagements de la section infoneige / Bikepark / Infos routes / sections customisées à la demande de la station
- Refonte de la section « présentation de la station »

Peyragudes :

- Réorganisation de la section "En famille"
- Réorganisation de l'arborescence et des activités été / hiver
- Création de nouvelles pages (activités, nouveautés, actualités...) et d'un blog
- Mise en place enquêtes Skiguru

Piau :

- Refonte de la home page et des diverses sections à la demande de la station.
- Nombreuses actualisations / corrections

Résultats par station :

		2017/2018	2018/2019	2019/2020	Evolution 2019-2020
Tourmalet	Pages vues	2259318	3 787 022	4 139 595	9%
	Sessions	771098	1 279 163	1 315 361	3%
	Utilisateurs	262406	444 408	496 257	12%
Peyragudes	Pages vues	1910217	3 099 654	3 400 688	10%
	Sessions	651951	915 721	1 009 315	10%
	Utilisateurs	221860	358 973	403 459	12%
Piau	Pages vues	1489803	2 512 257	2 716 078	8%
	Sessions	508465	698 781	738 552	6%
	Utilisateurs	173032	249 522	284 630	14%

La visibilité des sections concernées est en augmentation sur les 3 stations. Piau enregistre la plus forte hausse avec 14% de pages vues et d'utilisateurs en plus par rapport à 2018/2019.

3.6.6 Gestion des encaissements des consommations liées aux cartes d'abonnement au ski (prestation optionnelle du marché de service N°8) :

Cette prestation est réalisée uniquement pour le compte du Gd Tourmalet à hauteur de 3000€. Elle comprend : l'ouverture et la gestion d'un compte bancaire dédié aux encaissements des consommations des cartes qui fonctionnent par prélèvements automatiques, le rapprochement bancaire hebdomadaire, les états de reversements et les virements selon un calendrier établi, la reddition en fin de saison justifiant l'ensemble des passages et des encaissements

SAS SKYLODGE :

1 Présentation de la société :

N'PY a ouvert en décembre 2018 à Piau-Engaly son tout premier Skylodge *by N'PY*. Ce nouveau concept d'hébergement de montagne 100% pyrénéen crée la rupture par son positionnement, son design et sa technologie. Il constitue une première sur le marché du tourisme de montagne en France.

Inspiré par les meilleurs hostels des grandes capitales européennes et les auberges de jeunesse de seconde génération, Skylodge *by N'PY* entend répondre dans un esprit communautaire aux attentes des publics les plus variés : enfants, jeunes, familles, seniors, groupes, hiver comme été.

Skylodge *by N'PY*, c'est l'alliance du confort, de la modernité, du design, de la convivialité, de la qualité de services, de l'innovation technologique, autant de valeurs qui font la force du réseau N'PY.

Lancé en 2016 par N'PY et la Caisse des Dépôts, le projet est né d'un triple constat : une offre de lits qualifiée insuffisante, une augmentation constante de la demande de courts séjours, la difficulté à diversifier et renouveler les clientèles, avec pour conséquence la fragilisation de la pérennité économique des domaines skiables, intrinsèquement liée au remplissage des lits et à la rigidité des offres de séjours.

Il s'agit donc pour N'PY de :

- Proposer une solution alternative d'hébergement de montagne innovante pour une clientèle toujours plus avide de nouveautés,
- Démocratiser l'accès au ski pour favoriser le renouvellement des clientèles,
- Accompagner la diversification des stations hiver comme été à travers un outil d'animation puissant
- Opérer la conquête de clientèles jusqu'alors absentes des Pyrénées

Avec pour ambition de consolider l'offre client et de pérenniser le développement économique des domaines skiables.

La Société par actions simplifiée à associé unique (SASU) Skylodge est ainsi née en janvier 2016 pour porter ce projet. Elle est filiale à 100% de la SAS N'PY Résa.

2 Organisation :

2.1 Ressources humaines :

En 2019/2020, la SASU Skylodge comptait :

- 2 permanents (1 poste de permanent supprimé par rapport à 18/19. Mise en place d'un contrat avec le cabinet RESTNEIGE, spécialisé en restauration, reclassé en honoraires) :
 - o Camille QUEINNEC MOUBEKE : Général Manager
 - o Gabin MOUBEKE : Superviseur réception
- 10 ETP (équivalents temps plein) saisonniers

Soit un total de 22 salariés.

2.2 Mutualisation :

La SAS sous traite plusieurs missions au groupe N'PY. Cette sous-traitance est de 2 natures :

- Sous-traitance commerciale confiée à N'PY Résa et portant sur :
 - Mise en œuvre du budget de communication propre (y compris programme d'animation/événement).
 - Mise en œuvre du site internet propre et de son référencement.
 - Mise en œuvre de la commercialisation

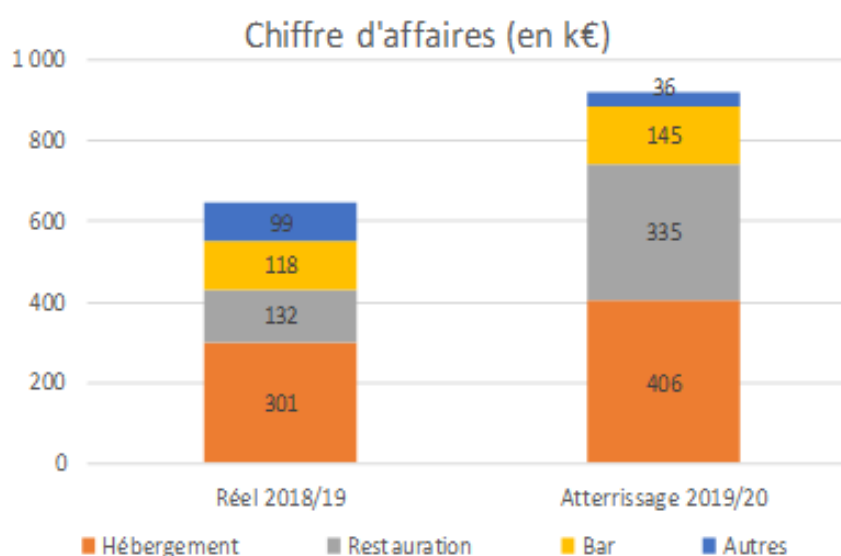
- Sous-traitance fonctionnelle à la SEM N'PY :
 - Systèmes d'information : Intégration aux contrats de prestation de service groupe, suivi du contrat PMS (et de ses modules : carte, bornes, cashless...) encadrement des développements réalisés.
 - Administratif et Finances : encadrement du comptable, production des comptes et intégration à la consolidation. Relations avec les experts comptables et commissaires aux comptes.

3 Bilan Financier :

3.1 Chiffre d'affaires :

- **Atterrissage** 2019/20 de 922k€ en progrès (+42%) vs N-1, mais en retrait (-43%) vs Budget :

Chiffre d'affaires (en k€)	Réel	Bud 2019/20	Atterrissage	Var %	
	2018/19		2019/20	N-1	Bud
Hébergement	301	613	406	35%	-34%
Restauration	132	445	335	154%	-25%
Bar	118	468	145	23%	-69%
Autres services (forfaits, location matériel...)	26	94	31	19%	-67%
Autres produits d'exploitation	72	5	5	-93%	-1%
Total CHIFFRE D'AFFAIRES	650	1 625	922	42%	-43%



- **Hébergement** : Dynamisation grâce aux groupes scolaires mais activité en retrait vs Budget (-33%), impactée par la fermeture anticipée (-107 k€ par rapport au budget prévu sur l'hiver) et la fréquentation des vacances scolaires des individuels (volumes, prix : -100 k€)
- **Restauration/Bar** : -47% au global
 - Forte augmentation vs 2018/19 liée notamment à une refonte de l'activité ayant attiré une fréquentation plus importante, mais en retrait vs Budget : activité directement impactée par la fermeture (-242 k€) et la moindre performance de l'hébergement puisque le chiffre d'affaires de la restauration dépend en grande partie des clients hébergés.
 - Activité Bar nettement en retrait vs prévisions, en partie lié à une clientèle majoritaire de groupes notamment scolaires qui ne génère pas, ou peu de chiffre d'affaires au bar. Ce constat est également partagé par « The people Hostel », établissement des 2 Alpes du groupe France Hostel, qui n'atteint pas non plus ses objectifs de consommations au niveau du Bar.
 - Ces deux sous performances sont également liées aux difficultés majeures d'attirer des clients qui ne logent pas dans l'établissement et ce malgré des efforts de communication très importants : peu de clients résidents à la station et un établissement hors des circuits de circulation, constat identique la journée avec peu de fréquentation de la piste qui passe à proximité.
- **Autres services** : Chiffre d'affaires en retrait vs un taux de transformation du Budget très ambitieux et une commercialisation de forfaits qui n'a pas encore pu être gérée en totalité par l'établissement en raison de problèmes techniques

3.2 Charges :

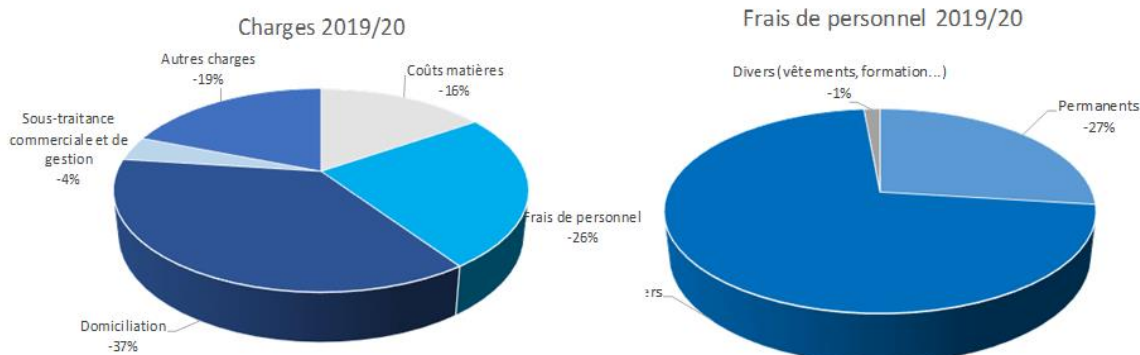
Charges (en k€)	Réel	Bud 2019/20	Atterrissage	Var %	
	2018/19		2019/20	N-1	Bud
Coûts matières	-218	-394	-221	1%	-44%
Frais de personnel	-376	-434	-347	-8%	-20%
Domiciliation	-559	-485	-518	-7%	7%
Sous-traitance commerciale et de gestion	-19	-93	-54	188%	-42%
Autres charges	-42	-280	-271	543%	-3%
Total des charges	-1 214	-1 686	-1 410	16%	-16%

Les charges opérationnelles sont inférieures au Budget prévisionnel :

- **Coûts matières** : nette amélioration de la performance de gestion des coûts matières vs 2018/19, et à hauteur des objectifs (au prorata du volume des ventes)
 - Gains sur la blanchisserie liés à la suppression des peignoirs et à l'effet groupe qui ne nécessite pas un changement des draps chaque jour
 - Marges en restauration qui atteignent 66,59% vs 65% au budget
 - Mais performance au niveau du bar nettement inférieure aux attentes (57,59% vs 74% au budget)
- **Frais de personnel** : meilleure gestion des coûts de personnel vs 2018/19 et en retrait vs Budget suite à la fermeture anticipée de l'établissement (1 poste de manager supprimé, contrat avec le cabinet RESTNEIGE reclassé en honoraires). En augmentation par rapport à 2018/2019 dû à l'exploitation estivale (charges des permanents sur année complète vs 5 mois en 18/19)
- **Domiciliation** : plan volontariste d'économies suite au résultat de 2018/19 mais objectif non atteint à cause de charges définitivement incompressibles (notamment sur les achats de

fournitures, l'énergie, la maintenance/entretien, les honoraires ou encore les impôts et taxes). Charges encore trop élevées pour pouvoir être couvertes par le chiffre d'affaires

- **Sous-traitance commerciale et de gestion** : proportionnelle avec l'activité
- **Autres charges** : année pleine au niveau des amortissements, conformément au budget



3.3 Compte de résultats :

Compte de résultat (en k€)	Réel	Bud 2019/20	Atterrissage	Var %	
	2018/19		2019/20	N-1	Bud
Chiffre d'affaires	650	1 625	922	42%	-43%
Coûts matières	-218	-394	-221	1%	-44%
Frais de personnel	-376	-434	-347	-8%	-20%
Domiciliation	-559	-485	-518	-7%	7%
Sous-traitance commerciale et de gestion	-19	-93	-54	188%	-42%
Autres charges	-42	-280	-271	543%	-3%
Total des charges	-1 214	-1 686	-1 410	16%	-16%
Résultat courant avant impôt	-564	-61	-488	-14%	700%
Impôt sur les sociétés	0	0	0	-	-
Résultat Net	-564	-61	-488	-14%	700%

Le Skyldodge accuse un résultat déficitaire de -488 k€ lié aux éléments suivants :

- Fermeture anticipée de l'établissement
- Insuffisance de CA jusqu'à la fermeture notamment expliquée par :
 - Un taux de remplissage trop faible durant les vacances d'hiver
 - Une sous performance de la Terrasse et du Bar vs des prévisions dépassant les capacités de l'établissement
- Un point mort très élevé : certaines charges de domiciliation trop lourdes pour pouvoir être couvertes par le chiffre d'affaires alors que la totalité du loyer n'était pas dû cet exercice.

4 Bilan 2019/2020 :

4.1 Eté 2019

4.1.1 Contexte et objectifs

Le Skylodge a ouvert de la période du 12/07 au 25/08/2019. L'objectif étant de redynamiser l'été en station avec une nouvelle offre d'hébergement, inédite dans les Pyrénées.

4.1.2 Commercialisation Groupe

Un démarchage actif de cibles potentiellement captives a été entrepris dès la saison hivernale auprès de :

- Clubs sportifs (randonnée, rugby, cyclo...)
- Associations et clubs de Yoga
- Agences de voyage

418 prospects ont été démarchés entre février et juillet 2019

Ce démarchage a particulièrement bien fonctionné auprès de clubs sportifs pour l'organisation de stages en altitude et notamment :

- Les clubs de rugby du BIARRITZ OLYMPIQUE, et de LANNEMEZAN
- 2 clubs de Yoga (21 personnes)

Ces premiers tests sont prometteurs car ils démontrent que le Skylodge est un établissement qui s'adapte à l'accueil de ce type de groupes et donc sa pertinence dans la diversification des stations de montagne.

4.1.3 Commercialisation Individuels

4.1.3.1 Plan de communication :

Le site internet skylodge.fr a été refondu en version été : adaptation des photos, vidéos, intégration des activités été recensées, associé à un cycle relationnel ad hoc :

- Emailing envoyé à 10 400 contacts français et 6 700 contacts espagnols pour annoncer le pack 'Yoga & Trail' (taux d'ouverture 24,76%)
- Emailing envoyé à 223 000 contacts français et 20 660 contacts espagnols pour leur annoncer l'ouverture de l'établissement l'été (taux d'ouverture moyen 6,46%)

Un programme d'événements / animations a également été mis en œuvre sur l'été : DJ, cours de Yoga, biathlon été...

4.1.3.2 Plan de commercialisation :

Les équipes N'PY ont effectué un travail de recensement des activités à proposer dans et autour du territoire. Certains produits ont ainsi vu le jour comme le "Yoga and Trail" combinant hébergement restauration yoga et trail.

Des partenariats avec des grandes manifestations ont également été mises en place comme avec le Grand Raid des Pyrénées (5300 participants) pour proposer aux participants un hébergement sur place.

4.1.4 Bilan Eté 2019

- Nuitées été 2019 : 858
- CA été : 54 000€ de chiffre d'affaires TTC pour un objectif de 18 000€.

4.2 Hiver 2019 / 2020

4.2.1 Mise en œuvre du plan d'actions correctives Restauration/bar

Suite aux enseignements de la 1ère saison d'exploitation, l'organisation de l'activité Restauration/Bar a été revue avec la substitution du poste de Manager par un appui externe expérimenté : Oscar Balsells du cabinet Restneige. O. Balsells possède une solide expérience de l'hôtellerie/restauration dans les domaines skiables pyrénéens, notamment grâce aux responsabilités qu'il occupait au sein de la station de Baqueira-Beret.

Différentes actions correctives ont été mises en place pour améliorer l'activité restauration/bar pour sécuriser les objectifs ambitieux de volume :

- Changement de nom : le restaurant du Skylodge a été renommé ("le S") pour séparer les activités et booster le nombre d'extérieurs (personnes non logées) et communiquer de façon plus efficace sur les réseaux dédiés (ex : lafourchette.com)
- Renouvellement de l'équipe : le recrutement a permis de s'entourer de nouvelles compétences sur le bar (animateur) et sur l'équipe de cuisine
- Mise en place d'un système de pilotage de gestion : suivi renforcé des marges, inventaires fréquents, reporting hebdomadaire par rapport aux objectifs suivis d'actions correctives... par les équipes de la SAEM N'PY
- Introduction des régimes (Demi-Pension/Pension Complète) proposés pour chaque réservation
- Revue de la carte, des modes de consommation (buffet, ...) et recherche systématique du meilleur rapport qualité-prix auprès d'un panel élargi de fournisseurs
- Campagne renforcée de promotion du Restaurant/bar avec notamment la mise en place à partir du centre d'appel N'PY Résa de campagnes d'appels pour développer l'up selling et donc inciter les clients logés à consommer sur place en pré réservant leur repas (petits déjeuners, ½ pension ou pension complète) et de passer à la formule supérieure
- Mise en place d'une signalétique directionnelle et promotionnelle sur le domaine et dans la station pour améliorer la visibilité du Restaurant
- Référencement accru sur des sites spécialisés : Trip advisor, la fourchette etc...

4.2.2 Mise en oeuvre du plan de commercialisation Hiver

4.2.2.1 Commercialisation Groupe

Un démarchage actif de groupes en amont de la saison d'hiver a pu être mis en place par les équipes N'Py Résa auprès de comités d'entreprise, écoles, pompiers, tour-opérateurs et agences de voyages en France, en Espagne et à l'étranger.

Situation de la commercialisation des Groupes : 8000 nuitées pour 400K€ TTC. Dont :

Groupes scolaires :

- Club Huellas (Tour opérateur espagnol leader spécialisé dans les classes de neige) : 5169 nuitées (238K€). Durant tout l'été, les équipes de Skylodge/N'PY ont travaillé sur la mise en place d'un contrat de 3 ans avec ce TO scolaire, permettant ainsi d'assurer le remplissage des semaines hors vacances scolaires du Skylodge. Cette collaboration participe également au renouvellement des skieurs, et favorise la notoriété de la station de ski de Piau Engaly sur le sol espagnol.
- Découverte évasion (Tour opérateur français spécialisé dans les classes de neige) : 430 nuitées (15K€)

Il est à noter que cette population et plus particulièrement, la clientèle étrangère se heurte à la problématique d'encadrement par leurs propres instructeurs qui ne répondent pas forcément à la réglementation française et de l'incapacité de l'école de ski locale à couvrir correctement les besoins. Ce sera un frein à lever pour son développement ...

Groupes Étudiants : 915 nuitées (55K€)

- Funbreak : 450 nuitées (32K€)
- Ecole de commerce de Pau : 100 nuitées (3,4K€)
- Université de Bordeaux géographie : 120 nuitées(4K€)

Autres groupes (comité d'entreprise, écoles, pompiers, tour-opérateurs et agences de voyages...) : 1300 nuitées (plus de 107K€)

L'objectif d'atteindre un public diversifié est donc satisfait au niveau de la clientèle Groupe.

4.2.2 Commercialisation Individuels

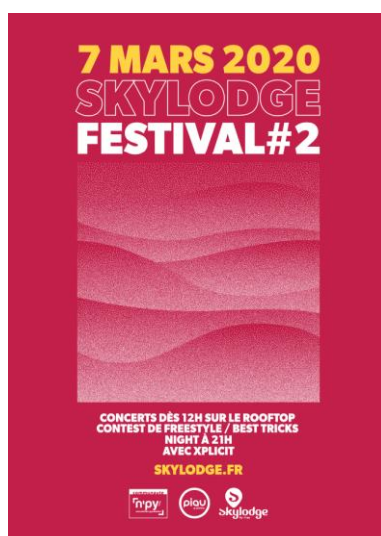
4.2.2.1 Plan de communication :

- Relations presse : Présentation du concept lors de 7 conférences de presse (Paris, Bordeaux, Toulouse, Lourdes en France et Madrid, Bilbao et Valence en Espagne), production de publi-reportages (Côté Toulouse)
- Déploiement d'un budget communication de 45K€ :
 - Campagne offline : gestion des relations presse, radio, annonces presse, ...
 - Campagne online :
 - Google et Facebook Ads
 - Pre Roll Youtube
 - Annonces sponsorisées sur sites spécialisés (Tripadvisor, Linkdin pro et groupes, Expedia, Voyages pirates...)
 - Production d'outils divers (PLV, affiches, ...)
- Refonte du site internet skylodge.fr qui est administré dans son intégralité par le service digital N'PY Résa.
- Mise en place d'un cycle relationnel avec envoi d'emailings sur la base de données N'PY :
 - 03/10/2019 : Email suite participation salon CE Nantes, Toulouse, Bordeaux / 381 destinataires / 32,3% d'ouverture / taux de clic 6,6%
 - 15/11/2019 : Email boost vacances février : Il est temps de penser aux vacances d'hiver ! / 311 150 destinataires / taux d'ouverture 11,5%
 - 29/11/2019 : les conditions sont réunies pour un séjour au Skylodge pendant l'Inmacumada / 1860 destinataires / 19,9% taux d'ouverture

- 11/12/2019 : Réserve ton séjour au ski : focus cible étudiant / 113 881 destinataires / taux d'ouverture 7,7%
- 21/12/2019 : mise en avant de la restauration pour les personnes en séjour au Skylodge / 176 destinataires / taux d'ouverture 28,6%
- 24/01/2020 : mise en avant d'une offre promotionnelle 3 nuits/3 jours de ski / 6365 destinataires / taux d'ouverture 11,9 %
- 21/02/2020 : Emailing annonce Festival Skylodge du 6 et 7 mars 2020 / 15 059 destinataires / taux d'ouverture 22,53%

Au total ce sont 494 104 emails qui ont été distribués pour la promotion du Skylodge sur la base de données N'PY avec un taux d'ouverture moyen de près de 12%

- Mise en place d'un planning d'animations récurrentes (beer pong, karaoké...) et de concerts tout au long de la saison pour animer l'établissement et la station.



4.2.2.2 Plan de commercialisation :

- 3 salons comités d'entreprise avec offres dédiées (Toulouse, Bordeaux, Nantes)
- 3 journées "entreprise" avec présentation de Skylodge et des offres : Thalès, Airbus, SLAT
- Actions dans les universités et écoles de la région : présence de journées d'information (ESC Pau, Kedge et AMOS Bordeaux, TSM Toulouse...)
- Prospection d'entreprises françaises et espagnoles
- Démarchage de structures scolaires dès le mois de mai 2019 (collèges et lycées) par phoning doublé d'un emailing :



UN LIEU, UNE AMBIANCE, UNE EXPÉRIENCE

Skylodge, c'est le premier Hostel des Pyrénées, à Piau Engaly

Un établissement idéal pour les séjours de groupes, écoles, collèges et lycées agréés jeunesse et sport.

Nous proposons des prestations tout compris pour les enfants, à petits prix comprenant l'hébergement, les repas, les forfaits de ski, la location de matériel et des animations sur place.

Destiné à tous les amoureux de la montagne et du ski, Skylodge s'est inspiré des hostels des plus grandes capitales européennes, mêlant confort, design, convivialité et à prix imbattables.

Situé à Piau Engaly en pied de pistes, le 1er Skylodge vous accueille en hiver comme en été pour vos séjours de groupes.

L'aventure Skylodge vous tente ? Faites votre expérience !

[JE DÉCOUVRE](#)

ILS ONT TESTÉ ET ONT ADORÉ LE CONCEPT SKYLODGE



" Les élèves sont enchantés de tout leur séjour. Au niveau de l'organisation, super top. Le personnel du Skylodge a été d'une grande adaptation et nous l'en remercions beaucoup. "

Collège Saint-Anne
Le Bouscat (33)



" Le séjour s'est très bien passé, ils se sont régalés. "

Collège Sacré-Coeur
Laissac (12)



" Site agréable et bien agencé, équipe sympathique, le local à ski dans l'établissement avec l'accès direct aux pistes est idéal, les élèves étaient contents ! "

Collège Saint-Anne
Guéméné-sur-Scorff (56)

- Activation des réseaux de distribution :
 - OTA (Booking.com, Expedia, Hostelworld...),
 - Tour-opérateurs (Esquiades, Tour diez, K2travel, Turintia, Estiber...)
 - Tour-opérateur spécialisés "Etudiant" (Funbreak ...)
- Mise en place de règles de Yield management
- Refonte de la restauration (concept, naming restaurant, ...)
- Participation au salon Grand Ski en janvier 2020 à Chambéry (salon international mettant en relation voyagistes et prestataires touristiques). Rencontre de différentes agences et Tour-opérateurs intéressés par le Skylodge et prêts à le commercialiser pour 2020/2021 (TO scolaires, étudiants, généralistes de France, Angleterre, Espagne ou encore Portugal).
- Phonings assurés par le centre de relation clients :
 - Up-selling : proposition au client de passer sur une formule restauration plus complète

- Cross-selling : proposition au client de réserver forfait de ski et location de matériel
- Fidélisation client : Appel des clients ayant séjourné au Skylodge en N-1
- Mise en place de promotion spéciales :
 - Pack 3 nuits/3 jours de ski à partir de 225€ : 195 packs vendus
 - Réduction dédiée aux 90 000 détenteurs de la carte No Souci (10% de réduction pendant les vacances).
 - Pack étudiant avec 2 nuits / 2 jours de ski et Skylodge party sur le mois de mars

**Week-End
ÉTUDIANT**

Pour un week-end ski à prix réduit
au Skylodge de Piau en pied de piste !

du 13 au 15 Mars 2020

96€* / pers

*supplément single : 20€

2 nuits en cabine double
pour 2 personnes

2 jours de ski

290 lits restaurant sauna gratuit bar & soirées animées

Infos & réservation
07 57 41 08 25 - groupes@skylodge.fr

Focus remplissage

56% de taux de remplissage cette saison avec :

- Une performance des semaines hors vacances portée par le contrat mis en place avec le Tour opérateur Huellas qui permet au Skylodge de dynamiser cette période, mais aussi à la station de bénéficier de plus de 200 personnes par jour sur ces périodes.
- Une moindre performance des vacances scolaires, notamment la 1ère semaine des vacances de Noël et les 4 semaines de février (57,5% de remplissage), les individuels n'ont pas répondu présents et les groupes ne sont pas demandeurs pendant les vacances scolaires. Plus globalement, les études clients font apparaître que la hausse de fréquentation de la station est exclusivement portée par les séjournants en dehors de la station. A titre de comparaison, l'établissement The People Hostel des 2 Alpes (du groupe France Hostel) annonce atteindre un taux de 60% sur les vacances de février sur ses 368 lits et 30% de ses réservations faites à moins d'une semaine de la date d'arrivée des clients.

	Global	Dortoirs 8/10	Cabines 4	Cabines 2	Cabines single	Chambres doubles
Périodes	Taux d'occupation					
30/11/2019 au 07/12/2019	16%	16%	16%	16%	16%	16%
07/12/2019 au 14/12/2019	23%	29%	22%	15%	27%	39%
14/12/2019 au 21/12/2019	58%	62%	62%	52%	64%	41%
21/12/2019 au 28/12/2019	48%	61%	41%	44%	48%	91%
28/12/2019 au 04/01/2020	85%	77%	86%	87%	82%	94%
04/01/2020 au 11/01/2020	45%	65%	52%	15%	39%	58%
11/01/2020 au 18/01/2020	68%	82%	77%	40%	77%	60%
18/01/2020 au 25/01/2020	78%	79%	84%	69%	70%	63%
25/01/2020 au 01/02/2020	70%	54%	81%	61%	55%	56%
01/02/2020 au 08/02/2020	57%	90%	66%	17%	73%	48%
08/02/2020 au 15/02/2020	38%	48%	28%	39%	63%	75%
15/02/2020 au 22/02/2020	62%	66%	64%	50%	66%	94%
22/02/2020 au 29/02/2020	74%	65%	74%	75%	63%	92%
29/02/2020 au 07/03/2020	55%	55%	51%	56%	50%	94%
07/03/2020 au 14/03/2020	55%	57%	71%	28%	55%	35%

4.2.3 Bilan Hiver 2019

Bilan Hiver 2019

- Nuitées Hiver 2019 : 16 469
- CA HIVER : 922 000€ TTC

Analyse au lit

- CA Skylodge/lit : 3 179€ TTC
- CA RM/lit : 1469€ TTC
- Nombre de JSki/lit : 57

Analyse Retombées Station

- Nombre de journées ski générées : entre 17 954 jsk (hypothèse basse) et 26 767 jsk (hypothèse haute) générées pour le domaine sur les 226 911 jsk totales de la station soit entre 7,3% et 11% des jsk portées par la clientèle Skylodge
- Volume d’Affaire généré pour la station : entre 322 k€ (hypothèse basse) et 522 k€ TTC (hypothèse haute)
- CA station global généré par les clients Skylodge pour l’économie du territoire : entre 2,2 M€ et 3,6M€ TTC (*base 1€ RM/7€station*)

5 Conclusion :

Malgré le plan d’actions d’envergure mis en place par les équipes de N’PY Résa (pré commercialisation, refonte de l’activité Restauration...) qui a porté ses fruits puisque le chiffre d’affaires TTC réservé du Skylodge a progressé de + 65% par rapport à la saison 2018/2019 pour atteindre 1048 k€, malgré la fermeture anticipée due au virus COVID-19, **l’équilibre financier n’est pas atteint.**

A noter que le point mort de la structure reste élevé du fait d’un loyer année pleine de **400 k€** (charges comprises) soit **1379€/lit**, nettement supérieur aux standards du marché (<1000€/lit selon un échantillon N’Py) et qui donc sera à questionner pour l’ouverture des prochains établissements.

Le Skylodge confirme néanmoins son rôle d’outil de consolidation de l’activité du domaine skiable et de la station de Piau-Engaly. Sa contribution directe au chiffre d’affaires de l’exploitant s’élève cette saison à +426 k€ TTC et à +2979 k€ à l’activité du territoire. Au final, la fréquentation de Piau-Engaly

affiche la meilleure performance du groupement N'PY avec +18% sur la saison 2019/20 par rapport à l'exercice précédent (vs -5% pour l'ensemble des stations N'PY), soit un total de 226 911 jsk dont entre 7,3% et 11% (en fonction des hypothèses retenues) portées par la clientèle Skylodge.

Il confirme également l'atteinte d'objectifs initiaux :

- **Un établissement bien conçu pour accueillir tout type de public** (notamment grâce à son agrément Jeunesse et Sport) : la cohabitation des différents publics a parfaitement fonctionné, Skylodge a accueilli aussi bien des groupes de scolaires, que des familles, des individuels, des groupes d'étudiants, des séniors, des clubs sportifs et des Comités d'entreprises.
- **Un établissement qui permet de reconquérir une clientèle** qui ne venait plus sur Piau-Engaly (et très peu dans les Pyrénées françaises) depuis plusieurs années faute d'offre d'hébergement adaptés ou à des prix abordables : principalement des groupes d'étudiants ou de scolaires et comités d'entreprises. La proportion de la clientèle jeune répond également à la problématique de renouvellement rencontrée par les domaines skiables en général. Reste à confirmer cette reconquête en volume.
- **Les différentes typologies d'hébergement semblent adaptées** à ces clientèles, avec quelques améliorations à apporter à la cabine 4 personnes et une proportion de dortoirs insuffisante sur cet établissement.
- **L'établissement apporte enfin des solutions de diversification :**
 - L'animation après-ski portée par l'établissement satisfait la clientèle (plus de 8 dates de concerts ont été tenues ainsi que la 2ème édition du Festival Skylodge, et chaque soir, une animation était proposée à la clientèle). Elle a été axée autour de séjours thématiques tels que des week-ends ou semaine yoga, photo, trail... ainsi que des séjours pour clubs sportifs (Biarritz Olympique ...), clubs enfants.
 - Le Skylodge a fait office de centre de services pour ses clients (et les clients d'autres résidences alentours) : location de matériel intégrée à l'établissement, vente de forfaits de ski...pour l'hiver et dans une moindre mesure centre d'informations l'été.

Au global, les retours clients sont bons (Note Booking : 7.6/10). Les points forts sont les suivants ; situation géographique (pied de piste), connexion wifi gratuite, accueil du personnel, propreté, espaces communs, qualité de la literie.... Les réclamations sont quant à elles principalement liées à la non compréhension du concept d'auberge vs prestations hôtelières (salle de bain non privative pour les dortoirs, cabines 4 personnes jugées exiguës ...).

NOTES :

A large, empty rectangular box with a thin black border, occupying most of the page. It is intended for handwritten or typed notes.

communauté



Groupe N'PY

3 Bis Avenue Jean Prat – 65 100 LOURDES

+33 5 62 97 71 00 – contact@n-py.com

www.n-py.com