

Communiqué de presse

Lourdes, 23 avril 2012

N'PY, UNE ANNEE TRES SATISFAISANTE MALGRE UN DEMARRAGE DE SAISON TARDIF

A l'heure de la fermeture des deux dernières stations des Pyrénées (pour mémoire Cauterets et Piau dimanche dernier), il est l'heure de tirer le bilan de la saison dans les stations N'PY (Peyragudes, Piau, Grand Tourmalet, Pic du Midi, Luz-Ardiden, Cauterets, Gourette et La Pierre Saint-Martin). N'PY se situe toujours comme le 1^{er} acteur des Pyrénées avec une fréquentation stable par rapport à l'an passé (plus de 2,1 millions de journées ski) et un chiffre d'affaire de plus de 50 M€ en augmentation par rapport à la saison 2010/2011.

Ces bons résultats s'expliquent par les excellentes conditions d'enneigement et d'exploitation qui ont permis de maintenir la skiabilité à partir du 18 décembre 2011. Et ce malgré une saison amputée de trois semaines à l'ouverture (-80% par rapport à la saison précédente) et des vacances de Noël assez médiocres (-12%). Tout s'est donc joué sur le mois de janvier en augmentation de 7%, les vacances de février (+8%) et le mois de mars (+20%).

Ces bonnes conditions alliées au travail permanent du groupe N'PY, ont permis de maintenir un très haut niveau de satisfaction des clients tout au long de la saison. C'est ainsi que toutes les domaines skiables ont pu, grâce aux groupes d'échanges de bonne pratique mis en place au sein de N'PY et à l'intervention de consultants extérieurs, augmenter le niveau des prestations et les adapter aux exigences des clients.

Evolution du nombre de journées ski par rapport à la saison passée :

Peyragudes : identique

Piau : - 10%

Grand Tourmalet : identique

Luz-Ardiden : -5%

Cauterets : -3%

Gourette : +5%

La Pierre Saint- Martin : +12%

DEVELOPPEMENT DE LA CLIENTELE ESPAGNOLE

Les domaines N'PY ont profité du peu de neige en Espagne et su capter cette population avec une fréquentation en hausse de 5%, augmentation d'autant plus importante si l'on se trouve sur une station frontalière telle que Piau ou surtout La Pierre Saint-Martin. La stratégie volontariste de pénétration du marché espagnol menée par N'PY qui se concrétise notamment par un site internet spécifique (www.nuevospirineos.com), la mise en place d'un réseau d'ambassadeurs et l'embauche d'un community manager dédié basé à Madrid, explique ces bons résultats.

LES VENTES INTERNET CONTINUENT DE PROGRESSER

Le nouveau site internet entièrement revu en début de saison pour répondre aux attentes des utilisateurs, a permis une augmentation des ventes de 20%. En outre, près de 10 000 forfaits séjours ont également été commercialisés via www.n-py.com alors même que le site n'intègre pas encore les autres prestations (cours de ski, location de matériel et hébergement). Ces dernières, véritables composantes de base d'un séjour au ski, seront proposées pour la saison prochaine.

DES ANIMATIONS APPRECIÉES

Les enquêtes menées tout au long de la saison montrent un niveau d'appréciation des skieurs en forte progression. Les animations mises en place dans les domaines skiables (ballades en dameuses, premières traces, vidéo du jour...) ont été particulièrement appréciées par les clients.

A noter également, l'opération ski scolaire lancée cette saison en partenariat avec le Conseil Général des Hautes-Pyrénées qui a permis d'emmener 680 collégiens du département trois fois au ski durant cette saison. Cette opération a été couronnée de succès et sera reconduite dans la durée rejoignant ainsi l'action du Conseil Général des Pyrénées-Atlantiques. Elle contribue non seulement au renouvellement de la clientèle mais également à la découverte d'une économie majeure de la zone.

www.n-py.com

Dossier de presse N'PY et photos sur simple demande

RENSEIGNEMENTS PRESSE

Laurence de Boerio - 06 03 10 16 56 - rp@deboerio.net