

2022

Professionalisation & Formation

Dé-saisonnalisation

Accueil touristique

Événementiel

Promotion & marketing

Satisfaction des clientèles



RAPPORT

D'ACTI -VITÉ

2022

UBAYE
— TOURISME —

SOMMAIRE

Rapport moral	3
Edito	5
Indicateurs et chiffres clés en 2022	6
L'accueil	8
Promotion - Marketing	11
La presse	18
La campagne estivale de l'Ubaye	21
Les éditions	22
Événementiel	23
L'événements partenaires	26
Les relations avec les acteurs socio professionnels	28
Qualité tourisme	29
Une gouvernance active et bénévole	30
Nos missions	31
Une équipe permanente consolidée	31
Rapport financier 2022	32
Perspectives 2023	42

Rapport moral



Chers amis,

Chaque année, j'ai le plaisir de vous présenter le rapport d'activité qui reprend l'ensemble des actions touristiques développées par Ubaye Tourisme au profit de tous les acteurs de la vallée de l'Ubaye Serre-Ponçon.

L'année 2022 se traduit par un bilan en demi-teinte sur la période hivernale, les stations ont en effet profité d'une dynamique collective en début de saison mais n'ont pas pu atteindre les chiffres de fréquentation des saisons de références, le manque de neige s'étant invité en cours d'hiver. Pour les trois autres saisons que sont le printemps, l'été et l'automne, les professionnels du tourisme dont vous

faites partie, êtes unanimes : le cru 2022 a été « excellent » et confirme une tendance de fond : les clientèles nationale et internationale aiment l'Ubaye !

A plusieurs reprises les projecteurs se sont braqués sur l'Ubaye et ses sites. Ainsi, un nouveau regard se porte sur la vallée avec les nombreux articles des médias nationaux et ou internationaux très bénéfiques pour une notoriété grandissante. Le travail des équipes d'Ubaye Tourisme paye.

Je vous présente, ci-après, le rapport d'activité complet avec, pour commencer, le rapport moral de cette année 2022.

Comme abordé dans mon introduction, les saisons touristiques se suivent mais ne se ressemblent pas. La saison hivernale 2021/2022, marquée par un important déficit d'enneigement, a entraîné une diminution de recettes sur l'ensemble des régies de remontées mécaniques de notre vallée. Malgré de bonnes conditions d'ensoleillement, les vacances de février n'ont pas suffi à inverser la tendance. Dans son ensemble, la consommation touristique se maintient stable et le ski alpin reste l'activité n°1 pour la moitié des vacanciers qui séjournent chez nous en hiver. Quant aux activités « hors ski », la demande s'est tournée prioritairement vers les promenades en raquettes, et à pied.

Avant de poursuivre, une parenthèse sur les conséquences que ce faible enneigement a eu tout au long de l'été: pour la première fois depuis la fin des années 80, un vrai déficit d'eau pour notre rivière Ubaye et pour notre lac de Serre-Ponçon qui a vu sa côte stagner jusqu'à 17 mètres en dessous du niveau habituel. Un coup très dur pour les activités d'eaux vives et les activités nautiques.

Le printemps a été marqué par le retour en masse des clientèles étrangères : Suisses, Allemands et Néerlandais en tête, avec des niveaux de fréquentation similaires voire légèrement supérieurs à ceux connus avant la crise covid. Cette performance s'est pourtant faite dans un contexte peu favorable (inflation, prix de l'essence, pénurie de main d'œuvre) auxquels les professionnels ubayens ont su faire face.

Avec cette avant-saison prometteuse, le cœur de l'été a affiché des volumes supérieurs à ceux de 2019 (+ 13% de nuitées toutes clientèles confondues). Vous avez été très nombreux à nous faire part de votre satisfaction et de la fréquentation à la hausse de votre établissement.

L'attractivité et la complémentarité de la vallée de l'Ubaye ont permis une nouvelle fois de progresser de manière très forte sur la fréquentation estivale qui ne cesse de se développer depuis maintenant une petite dizaine d'année.

L'automne porté par les grands rendez-vous s'est poursuivi avec des chiffres toujours à la hausse jusqu'à la fin des vacances de la Toussaint. Retenons qu'aujourd'hui la saison s'étale bel et bien d'avril à fin octobre.

Des événements plébiscités tout au long de l'été, que ce soient les courses de vélo, de caisses à savon ou de trail, les résultats en termes d'attractivité sont bons. Quant aux fêtes Latino Mexicaines, elles ont tenu leurs promesses et atteint un volume de fréquentation record avec plus de 55 000 visiteurs.

(Vous retrouverez le détail des principales dates et résultats dans le rapport d'activité.)

Cependant, un grand rendez-vous a été marqué par de nombreuses difficultés budgétaires dûes, entre autres, à une flambée des coûts d'organisations, des cachets d'artistes et une billetterie en perte de vitesse. Il s'agit des grands concerts estivaux à la Sapinière. Comme pour d'autres organisateurs de festivals de renom (Musilac, Les Vieilles Charrues, Rock en Seine...) Ubaye Tourisme affiche un bilan très mitigé avec un nombre moindre de spectateurs malgré des éditions 2020 et 2021 annulées en raison du COVID. Le PRODISS (syndicat des musiques actuelles) évalue la baisse des recettes par rapport à 2019 de l'ordre de 50 à 60% pour la majorité des organisateurs en France, et notre festival subit exactement une baisse de 52% sur la billetterie et une hausse des coûts d'organisation de 19%. Cela impacte le bilan financier de notre association de manière très conséquente.

Les professionnels du secteur avancent plusieurs raisons pour expliquer la baisse de fréquentation : l'inflation et le pouvoir d'achat en premier lieu, les incertitudes sanitaires, le rejet des foules... Autant de raisons qui vont pousser Ubaye Tourisme à repenser complètement les futures éditions.

En termes de notoriété, celle de notre destination est grandissante. L'Ubaye est propulsée sur le devant de la scène par le renforcement des liens avec le Mexique qui est, de loin, l'atout numéro 1 pour générer des articles avec la presse nationale et internationale. En effet, l'équipe presse d'Ubaye Tourisme s'est largement appuyée sur les thématiques en lien avec Valle de Bravo, dont une délégation est venue à Barcelonnette durant la première quinzaine d'août ; ces liens réels et sincères avec le Mexique dans son ensemble, permettent de faire émerger les actualités de notre vallée et renforcent notre attractivité au sein des grands médias nationaux comme les magazines GEO, Nouvel Observateur, Femme Actuelle, Courrier International ou encore Le Point, mais aussi les grandes chaînes nationales de télévision.

Pour évoquer « la solidarité » ou encore le fameux « l'union fait la force », 2022 a été marquée par notre adhésion au collectif régional Alpes qui œuvre pour la promotion de nos territoires de montagne. Depuis plus de deux ans, la désaisonnalisation est au cœur de la stratégie touristique du Comité Régional de Tourisme Provence-Alpes-Côte d'Azur. Cercle vertueux, désaisonnaliser permet de développer des emplois durables et de réguler les flux touristiques. Ce sont là des raisons essentielles pour lesquelles j'ai souhaité que notre office de tourisme intercommunal, aux côtés de l'agence touristique des Hautes-Alpes et de la métropole Nice Côte d'Azur participe activement et financièrement à ce collectif de la marque Alpes qui, je le rappelle, a été créée en 2019 sous l'impulsion de la région SUD. En 2022, plus de un million d'euros ont été mobilisés pour la promotion des Alpes du Sud.

Pour conclure ce rapport moral, j'ajouterai que l'évolution de notre destination vers un tourisme durable et responsable reste au cœur de nos préoccupations, pour l'avenir de notre territoire, de notre économie et la satisfaction de nos clientèles actuelles et futures.

Il me reste tout simplement à vous remercier tous pour votre implication incontestable dans le développement du tourisme Ubayen, ce toujours avec optimisme et efficacité. Très chaleureusement.

Jacques MARTIN
Président d'Ubaye Tourisme

Edito

Comme chaque année, avec l'équipe d'Ubaye Tourisme nous vous présentons le rapport d'activité qui reprend les actions développées tout au long de l'année écoulée et les perspectives pour l'ensemble du territoire de la Vallée de l'Ubaye Serre-Ponçon.

La stratégie de promotion et d'accueil sur laquelle travaillent les collaborateurs d'Ubaye Tourisme, de manière assidue et concertée, porte ses fruits avec la croissance à deux chiffres des ailes de saison qui doivent désormais devenir une saison à part entière.

En 2022, nous avons pu déployer de manière efficace la nouvelle campagne publicitaire, « Rejoignez la Tribu – Venez en Ubaye » déclinée sur la destination et ses sites majeurs. Cette campagne contribue largement à rajeunir la cible de prospects et invite à venir découvrir et consommer une offre riche et de qualité. Nous avons également complété la mise en œuvre de notre offre numérique avec le lancement de la nouvelle version du site ubaye.com et l'optimisation d'une stratégie de fond sur l'ensemble des réseaux sociaux.

Les résultats présentés dans ce rapport sont aussi le fruit d'un travail partenarial avec les communes et les différentes associations qui portent une partie des manifestations événementielles qui font le succès des vacances en Ubaye.

Merci à vous tous, acteurs professionnels du territoire, qui, au quotidien, assurent la mise en valeur des nombreux atouts de notre vallée auprès de vos clients.

Avec mes collaborateurs nous souhaitons aussi remercier vivement les membres du conseil d'administration pour leur confiance et leur vision positive. L'Ubaye a tout d'une grande destination touristique.

Merci pour votre attention

Draguy Vojvodanovic
Directeur
et l'ensemble des collaborateurs d'Ubaye Tourisme



Indicateurs et chiffres clés en 2022

Durant l'année écoulée, les orientations marketing et la qualité de l'offre événementielle ont été extrêmement bénéfiques. Elles ont permis de contrebalancer la conjoncture qui a souvent nui à l'ensemble de notre secteur d'activité touristique, clé de voute de notre vallée.

Ainsi 2022 se caractérise par une très bonne dynamique de fréquentation, portée par les clientèles françaises mais aussi internationales, ce qui donne des résultats très satisfaisants compte tenu du contexte économique, météorologique (déficit de neige et sécheresse) et géopolitique.

Témoin clé de la santé touristique d'une destination, le nombre de nuitées recensées dans la vallée de l'Ubaye est en progression constante et dépasse aujourd'hui les 3 millions de nuitées annuelles.

La taxe de séjour, très bon outil de mesure, reste un indicateur fiable car elle agrège l'ensemble des hébergements marchands professionnels et particuliers. De 2019 à 2022, Barcelonnette est la commune qui obtient la progression la plus importante avec + 123,74 % de collecte suivie d'Uvernet-Fours station de Pra Loup avec + 75,52 %.

BILAN 2022 VERSUS 2021



Taxe de séjour Vallée de l'Ubaye Serre-Ponçon
+ 32,78 %



Clientèle française
+ 47%

(rappel 2021 fermeture des domaines skiables)



Clientèle internationale
+ 35%



Clientèle excursionniste
+ 17%

Hiver

Avec le déficit de neige, la pratique du ski est en baisse, le chiffre d'affaires des remontées mécaniques également. La fréquentation de lits marchands est en hausse portée par les nouvelles aspirations des clientèles autour des valeurs de la montagne.

Printemps

Retour en force de la clientèle étrangère après une absence lors l'été 2020 due au Covid et de l'été 2021 avec la mise en place du pass sanitaire. Malgré l'inflation, les touristes étrangers ont permis de lancer une saison 2022 sous les meilleurs auspices.

Eté

Un bilan estival très bon, une météo caniculaire qui a profité à la montagne et dont l'Ubaye tire parti, malgré le déficit hydrique.

Automne

Un constat unanime : l'arrière-saison progresse de manière continue et surpasse largement l'automne 2019, dernières références avec les années covid avec une hausse globale de 27% de septembre à novembre.

Top 5 des clientèles étrangères en Ubaye Été 2022



Allemagne
(23%)



Pays-Bas
(19%)



Belgique
(18%)



Suisse
(11%)



Italie
(9%)



Canada
(9%)



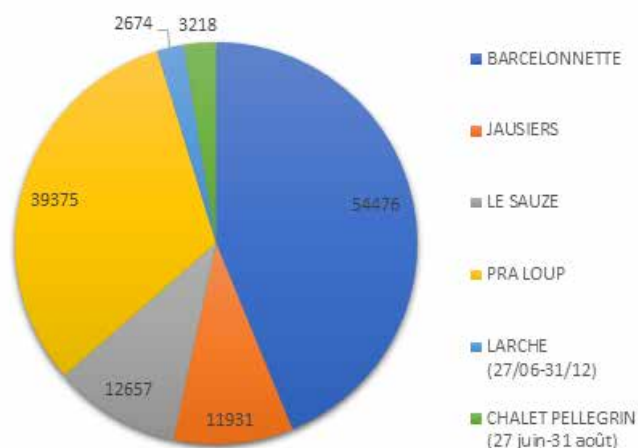
L'accueil:

la performance au service d'une clientèle exigeante

En pleine mutation depuis quelques années, le service accueil évolue vers un véritable service de conseils personnalisés aux vacanciers qui souhaitent séjourner dans notre destination. L'objectif est de garantir un accueil performant et de qualité auprès de clientèles de plus en plus exigeantes.

Avec des périodes et des horaires d'ouverture qui s'adaptent à la fréquentation touristique, les conseillers en séjour accueillent, rassurent et préconisent les meilleures expériences touristiques adaptées aux demandes de chacun. Quatre agences sont ouvertes à l'année : Barcelonnette, Jausiers, Le Sauze et Pra loup et 2 points d'accueil supplémentaires en période estivale : Larche et la Condamine Châtelard (chalet Pellegrin).

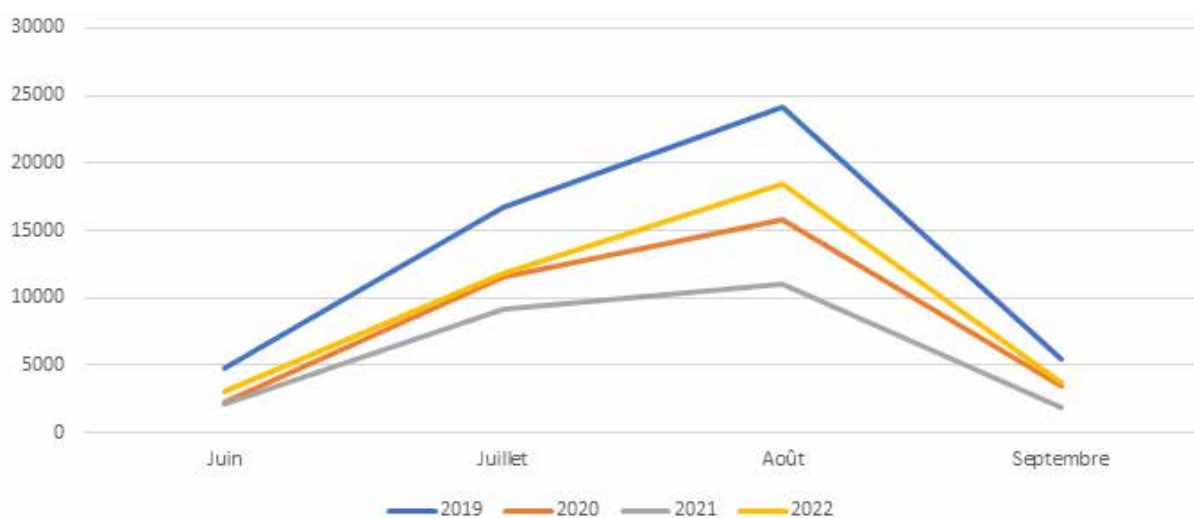
Demands traitées, année 2022



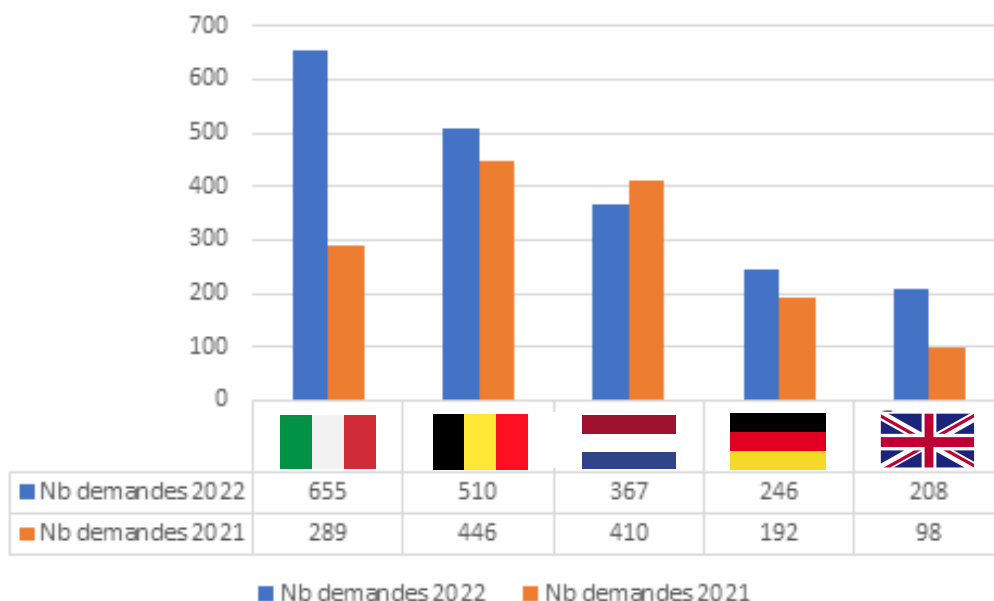
L'accueil au sein de l'office de tourisme s'entend sous toutes ses formes : accueil physique, accueil téléphonique et accueil numérique (via le site web ou le courriel).

Au total, ce sont plus de 124 000 demandes traitées en 2022 par nos conseillers en séjour : 86% en accueil physique, 13% en accueil téléphonique et 2% de demandes traitées en accueil numérique. Cette année a notamment été marquée par le nombre important de demandes enregistrées sur le site du fort de Tournoux en période estivale, celles-ci ayant doublé comparativement à l'année dernière sur la même période (+ 50%) ainsi qu'une forte affluence enregistrée à Barcelonnette pour la fête des morts avec un pic de fréquentation quasi égal à notre fréquentation record du 14 août.

Fréquentation des offices, tous sites confondus



TOP 5 des clientèles étrangères accueillies en agence



Le parcours client en office du tourisme a profondément été bouleversé par l'arrivée du digital. Les points d'interaction du visiteur avec notre destination sont nombreux et diversifiés : offline et online. Ceci a eu pour effet de diminuer la fréquentation au sein de nos agences, en baisse constante depuis 2019.

Or, l'activité touristique a retrouvé les couleurs d'été en 2022 en Ubaye. La fréquentation touristique a évolué positivement de 35% par rapport à 2021, même si celle-ci reste en deçà des données enregistrées en 2019.

En point de détail, le marché français est largement représenté par la région Provence-Alpes Côte d'Azur (42% de nos visiteurs à l'année) devançant de loin la seconde région émettrice Auvergne Rhône Alpes (6% de nos visiteurs à l'année).

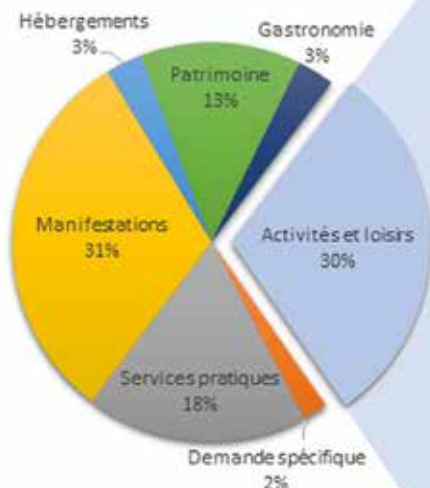
Quels conseils attendent nos clientèles ?

En période hivernale, nos visiteurs sollicitent en premier lieu des informations sur les domaines skiables : le ski alpin étant l'activité phare de notre clientèle en station. Les activités « hors ski » telles que les balades en raquettes, la luge ... sont cependant de plus en plus plébiscitées.

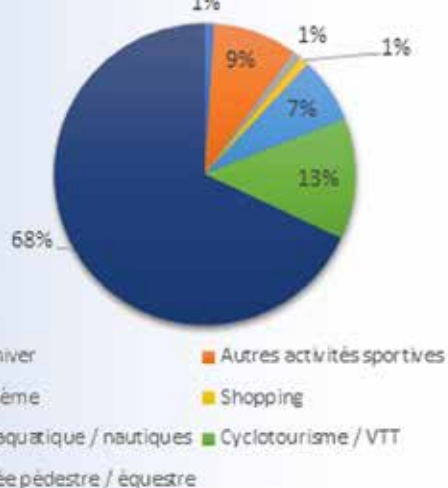
En période estivale, 1/3 des visiteurs qui fréquentent nos agences recherchent des conseils en termes d'activités et de loisirs proposés par les socio-professionnels. L'information souhaitée porte en grande majorité sur les itinéraires de randonnées et balades proposées sur l'ensemble de la vallée de l'Ubaye.

L'attrait de nos visiteurs s'oriente également vers la découverte du patrimoine à hauteur de 13%.

Demands de la clientèle



Activités et loisirs



Le Transvalléen Bus Tour

Trois nouveaux produits ont été proposés durant l'été 2022. Ceux-ci n'ont pas rencontré le succès escompté malgré la qualité indéniable des itinéraires et des guides conférenciers.

Un premier tour « cap vers l'est » identifiant le site de LARCHE en point d'arrivée a séduit 40 personnes tandis que « cap vers le sud » menant à la cîme de la Bonette a, quant à lui, accueilli 36 passagers.

Un autre itinéraire « découverte de la haute vallée » comprenant un déjeuner à mi-parcours a permis à 56 visiteurs de découvrir cette partie de notre territoire.

Une réflexion sera menée sur la continuité de ce produit en 2023.



Montée en compétence du Service Accueil

En 2022, le personnel permanent et saisonnier a bénéficié d'une formation complète sur le territoire, l'objectif était de mieux connaître les services et produits de la vallée afin d'apporter un conseil précis et éclairé auprès de nos clientèles.

Cette expérience très enrichissante est une opportunité de se rapprocher et de dialoguer avec les socio-professionnels de la vallée pour comprendre au mieux les offres proposées et les besoins. Ces espaces d'échanges sont amenés à se pérenniser.

D'autres évolutions ont vu le jour en 2022. L'ensemble des services a bénéficié d'une formation sur le logiciel de gestion de relation client multicanal « AVIZI ». Cela nous permet de mieux connaître notre clientèle, d'affiner l'offre proposée en fonction des attentes de chacun et ainsi offrir à chaque visiteur une expérience « sur-mesure » (exemple : élaboration de programme « à la carte »).

A moyen terme, optimiser et renforcer ce conseil personnalisé aura pour effet de réduire le nombre de brochures remises au comptoir, participant aux mesures de développement durables mises en place à Ubaye Tourisme.



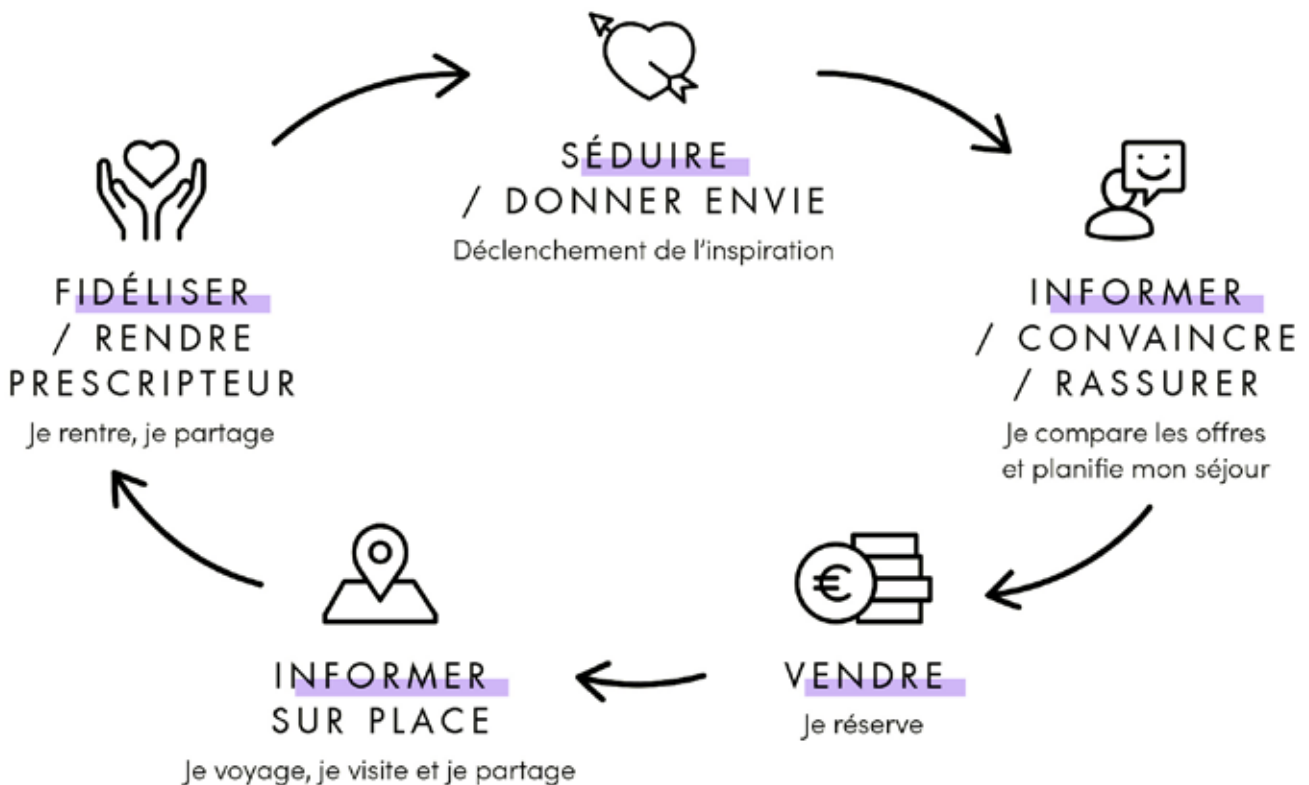
Promotion - Marketing :

Développer la notoriété de la destination pour séduire de nouvelles clientèles

Cinq professionnels œuvrent pour faire connaître la destination Ubaye, Vallée de Barcelonnette auprès de nos clientèles. Leurs missions sont larges et complexes, puisqu'il s'agit de maintenir une veille numérique permanente sur l'ensemble du territoire et sur nos marchés concurrents, de choisir les meilleurs espaces de promotion de la destination, puis de trouver et diffuser les meilleurs messages pour conquérir nos futurs vacanciers.

Ces missions variées et nécessaires consistent ainsi à développer les supports de promotion touristique, à produire des campagnes originales et différenciées, à animer et enrichir les sites web et les réseaux sociaux et à capter l'intérêt de la presse spécialisée.

Le dispositif digital mis en place depuis 2021 reste au cœur de la stratégie de promotion de la destination et permet d'articuler l'offre de découverte 4 saisons autour de la nouvelle marque lancée en 2021. Il touche principalement les familles et une clientèle jeune, avides d'expériences de pleine nature dans un territoire authentique.

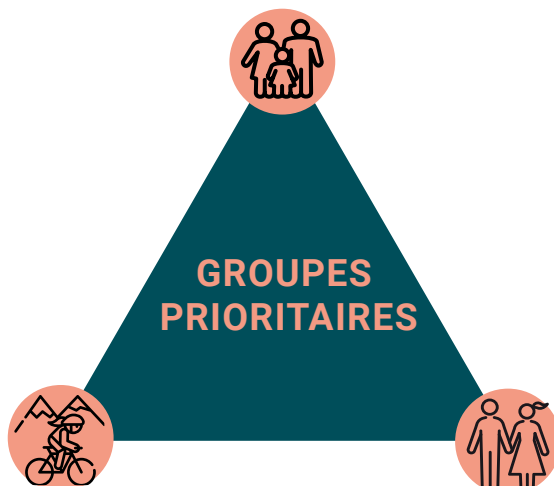


PLACER LE VISITEUR AU CENTRE DE LA DÉMARCHE

Comprendre les besoins de clientèles actuelles mais surtout potentielles, et adapter l'offre à ses attentes est le point de départ pour enclencher toute stratégie de conquête. 3 groupes ont été définis comme prioritaires :

LES FAMILLES

« Jeunes familles » : parents avec enfants en bas âge. Ils sont à la recherche de produits « simples » avec des facilités pour les enfants, bons plans, destination accessible.



JEUNES ADULTES SPORTIFS

Jeunes adultes (groupe d'amis et couples entre 20 et 35 ans). A la recherche de produits montagne, outdoor, envie de vivre des expériences fortes. Sensibles aux questions d'écologie, envie de liberté, de connexion à la nature, de grands espaces.

QUINQUAGÉNAIRES CSP+

Groupes d'amis ou couples ayant un bon pouvoir d'achat, en recherche d'un séjour «déconnexion », avec des services et un accueil client de grande qualité. A la recherche de produits « nature » simples d'accès (golf, rando), de bonnes tables, d'artisanat, d'authenticité.



UNE STRATEGIE SOCIAL MEDIA POUR RENDRE VISIBLE LA DESTINATION

Avec plus de 39 millions de personnes actives rien qu'en France, les réseaux sociaux ne sont plus à mettre de côté. Conscients de leur puissance dans les usages quotidiens de nos cibles prioritaires, en 2020/2021, Ubaye Tourisme a repensé toute sa stratégie social media.

Après une phase de mise en place de stratégie de présence, puis d'une stratégie social media complète (ligne éditoriale et sponsorisations tactiques), l'année 2022 a permis d'asseoir la présence de l'Ubaye sur les réseaux sociaux par l'activation de campagnes. Accompagnée par l'agence We Like Travel, l'équipe d'Ubaye Tourisme a ainsi pu continuer sa progression dans la gestion du social media. Le budget Réseaux sociaux 2022 s'élève à 19 000 Euros.

Statistiques Social Media 2022

UBAYE – VALLÉE DE BARCELONNETTE



AUDIENCE

58,17 K fans
(+22% par rapport au 31/12/2021)

COUVERTURE

7,4 millions



14,28 K abonnés
(+9% par rapport au 31/12/2021)

1,7 millions

TOP POSTS 2022 (PORTEE ORGANIQUE)



Couverture : 95 k
Interactions : 13,8 k



Couverture : 30 k
Mentions j'aime : 1,3 k

PRA LOUP

AUDIENCE

COUVERTURE



39,66 K fans
 (+13% par rapport au 31/12/2021)
 15 millions

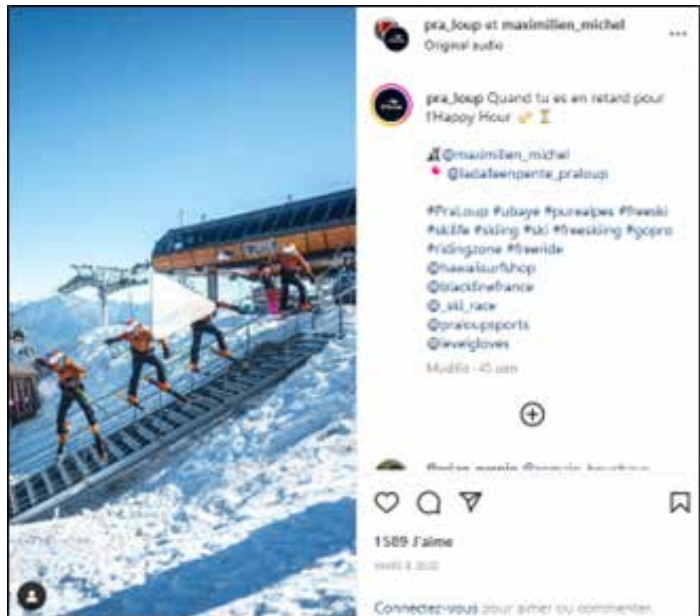


16,09 K abonnés
 (+30% par rapport au 31/12/2021)
 2,5 millions

TOP POSTS 2022 (PORTEE ORGANIQUE)



Couverture : 1,5 k / Interactions : 3,9 k



Couverture : 34 k / Mentions j'aime : 1,5 k

SAUZE

AUDIENCE

COUVERTURE



13,7 K fans
 (+3% par rapport au 31/12/2021)
 150 k

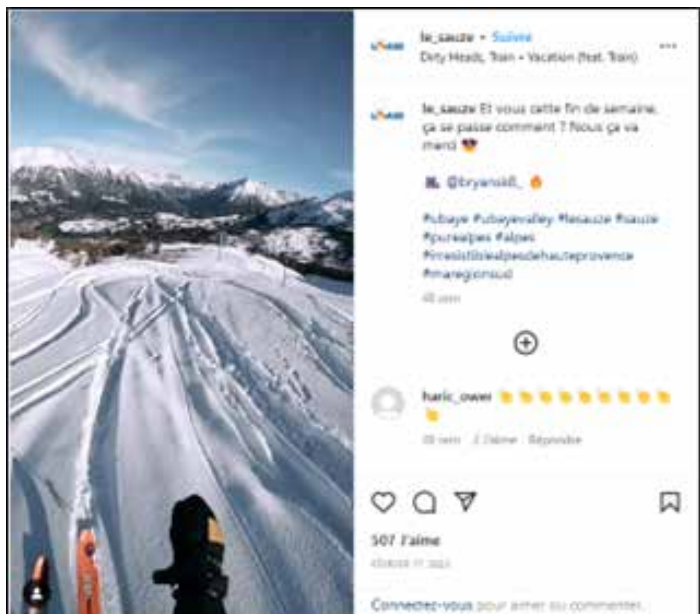


4,2 K abonnés
 (+7% par rapport au 31/12/2021)
 51 k

TOP POSTS 2022 (PORTEE ORGANIQUE)



Couverture : 45,9 k / Interactions : 1,4 k



Couverture : 13,4 k / Interactions : 521 k

Principales campagnes 2022

HIVER	PRINTEMPS	ÉTÉ	AUTOMNE
Campagnes de notoriété / recrutement hiver 3000 €	Campagnes de notoriété / recrutement printemps / été 4500 €		Campagnes de notoriété hiver 1500 €
Campagne de notoriété Sainte-Anne 500 €	Campagnes de trafic site web 6500 €		



Un nouvel écosystème digital repensé pour le client

Ubaye Tourisme structure sa démarche digitale autour de trois objectifs :

- Rendre visible la destination ;
- Conseiller les clientèles touristiques ;
- Promouvoir les offres des professionnels et partenaires locaux

Pour atteindre ces objectifs, un nouvel écosystème digital a été mis en place avec la fusion et la refonte des anciens 8 sites web en 3 sites de destination : un site amiral ubaye.com et 2 sites de stations de ski sauze.com et praloup.com.

2022 a marqué l'aboutissement de la restructuration de l'écosystème digital d'Ubaye Tourisme, avec le lancement au mois de mai, du nouveau site web de destination www.ubaye.com.

Une arborescence repensée et un design modernisé pour une expérience utilisateur plus fluide !



En bref, le nouvel ubaye.com, c'est :

- Du contenu séduisant, immersif, donnant une image plus jeune de la destination,
- Une arborescence simplifiée pour une navigation facilitée et un accès à l'information rapide.
- Une ligne éditoriale basée sur des textes percutants
- Des contenus contextualisés (top 10 pour un séjour sportif / les activités en famille / les resto skis aux pieds...)
- De l'internet de séjour (géolocalisation, temporalité des évènements...)
- Mobile first

Des chiffres déjà très engageants sur nos sites :

PRALOUP.COM

Site web en trois langues (français / anglais / italien)

	2021	2022	Evolution
Visites	129 368	208 070	+ 61%
Pages vues	905 466	1 367 105	+ 51%
Temps	2min47	2min26	- 12 %
Engagement	65,82%	73,06%	+ 11%
Origine géographique	France : 88% Belgique : 2% Italie : 1,3 %	France : 90% Belgique : 2,5% Italie : 1,5%	
Support de consultation	Mobile : 57 % Desktop : 36 % Tablette : 6 %	Mobile : 70 % Desktop : 28 % Tablette : 2 %	
Page la plus consultée	Webcams	Webcams	

SAUZE.COM

Site web en trois langues (français / anglais / italien)

	2021	2022	Evolution
Visites	57 267	102 575	+ 79%
Pages vues	425 143	837 214	+ 96%
Temps	2min16	2min25	+ 6 %
Engagement	64,5%	76,3%	+ 18%
Origine géographique	France : 95% Belgique : 1% Italie : 1 %	France : 93% Belgique : 1,5% Italie : 1,5%	
Support de consultation	Mobile : 66 % Desktop : 30 % Tablette : 3 %	Mobile : 67 % Desktop : 30 % Tablette : 3%	
Page la plus consultée	Webcams	Webcams	

Renouer plus fortement avec la presse, un pari réussi

Les relations presse

Intéresser la presse traditionnelle reste un défi permanent ; se différencier en proposant des dossiers percutants, demande des équipes un travail précis et de longue haleine. Ubaye Tourisme développe cette relation en collaboration avec des partenaires tels que France Montagnes, le Comité Régional du Tourisme et l'Agence de Développement du Département.

L'héritage mexicain de l'Ubaye à l'honneur dans la presse en 2022

L'année 2022 aura été marquée par la multiplicité des sujets réalisés sur l'histoire et le patrimoine mexicain de la vallée de l'Ubaye dans la presse nationale. Les premiers contacts ont été pris lors du workshop organisé par le collectif des Alpes du Sud à Paris en avril. S'en sont suivis deux sujets de début d'été dans Femme Actuelle et L'Obs.

A l'occasion des Fêtes latino-mexicaines, Ubaye Tourisme a fait appel à une agence de relations presse pour l'organisation d'un voyage de presse. Des journalistes des Echos et du Parisien ont ainsi été accueillis pendant 3 jours au cœur des fêtes latino-mexicaines ; les sujets mettant en valeur la destination, ses atouts et ses bonnes adresses paraîtront au printemps 2023.



Des campagnes cross-média pour rendre visible la destination #purealpes



Afin de renforcer la visibilité globale de la destination, et de repositionner la richesse de l'offre du territoire dans l'esprit du grand public, Ubaye Tourisme intègre les campagnes proposées par le Comité Régional du Tourisme dans le cadre de la marque « Alpes du Sud ».

Ces campagnes cross-média, mêlant achat d'espace publicitaire, affichage dans des lieux stratégiques, spots radio et digital permettent de valoriser la destination auprès d'une clientèle citadine et jeune.

La campagne en détails :

1 / Dispositif de notoriété

- > Affichage sur mobilier urbain à Montpellier, Paris, Lyon et Grenoble au mois de novembre ;
- > Publi-reportage sur le média online lebonbon.fr (diffusion Paris et Lyon) ;
- > Chroniques publicitaires sur NRJ Paris / Montpellier / Lyon et Grenoble
- > Campagne ciblée millenials sur le media digital Konbini

2 / Campagne digitale trafic

Campagne programmatique avec de la publicité sur 3 formats (interstitiel Mobile, native Mobile et native Desktop) et un cadre de diffusion premium (L'équipe / Elle / Allocine / Meteo France / Le Monde / Le Point / Voici / Télérama' ...)

Calendrier relations presse 2022

JANVIER

Tournage

RTBF, émission Grandeur Nature (TV et radio)

Accueil média

Blog voyage « Itinera Magica »

Campagne

Campagne cross-média hiver avec le collectif ALPES

FEVRIER

Tournage

Chroniques Méditerranéennes Nature (France 3) : diffusion de deux émissions, une consacrée à la Haute-Ubaye et une consacrée à Barcelonnette et l'Ubaye.

Accueil média

Journal Télévisé de M6 (fréquentation touristique à Pra Loup)

Journal Télévisé France 3 Région (soutien du Sauze à Terence Tchiknavorian)

Journal Télévisé France 3 Région (fréquentation touristique à Pra Loup)

MARS

Accueil média

Dimanche en politique, émission tournée à Pra Loup (les attentes des professionnels de station de ski)

Journal Télévisé France 3 Région (skieurs ukrainiens présents à la Young Citizen Cup)

Dossier de presse

Rédaction du dossier de presse de l'été

AVRIL

Salon presse

Workshop presse de début de saison
Paris : 10 journalistes rencontrés

MAI

Parution

Magazine Echappée consacré au cyclisme dans les Alpes de Haute-Provence

JUIN

Parution

Femme Actuelle Escapades : « Découvrez la vallée de l'Ubaye et son héritage mexicain »

JUILLET

Parution

L'Obs : « Villas et fêtes mexicaines : Barcelonnette ressuscite son épopée latina »
Magazine Echappée consacré au cyclisme en Ubaye

AOÛT

Voyage de presse

Voyage de presse organisé à l'occasion des fêtes latino-mexicaines : présence de deux journalistes des Echos et du Parisien.

Accueil média

Journal Télévisé France 2 (Tourisme : à la découverte de la vallée de l'Ubaye)

Journal Télévisé France 3 Région (fêtes latino-mexicaines)

Dossier de presse

Rédaction du dossier de presse de l'hiver

SEPTEMBRE

Salon presse

Workshop presse de début de saison

Paris : 10 journalistes rencontrés

Bruxelles : 15 journalistes rencontrés

OCTOBRE

Salon presse

Workshop presse de début de saison

Marseille : 10 journalistes rencontrés

Montpellier : 15 journalistes rencontrés

Parution

Géo Magazine : L'étonnant héritage mexicain de la Vallée de l'Ubaye dans les Alpes

NOVEMBRE

Salon presse

Workshop presse de début de saison

Marseille : 10 journalistes rencontrés

Parution

Le Point : Barcelonnette, le temps d'une fête des morts

Parution

Le Point : Barcelonnette, le temps d'une fête des morts

Campagne

Lancement de la campagne cross-média hiver avec le collectif ALPES

DECEMBRE

Accueil média

Journal Télévisé France 3 Région (défis des stations de montagne)

Parution

Le Bonbon : Ski dans les Alpes du Sud

Version Femina : Nos destinations coups de cœur pour une neige plus verte

A la rencontre de nos visiteurs fidèles et potentiels

MARS
18 AU 20

TERRES MONVISO OUTDOOR FESTIVAL, A SALUZZO (ITALIE)

Promotion et valorisation du territoire de la Vallée de l'Ubaye Serre-Ponçon à l'occasion de la première édition de Terres Monviso Outdoor Festival, exposition entièrement dédiée aux richesses du territoire transfrontalier autour de Mont Viso.

Cibles : passionnés de randonnée, d'outdoor et de tourisme



JUIN
10 au 12

SUNDAY RIDE CLASSC, AU CIRCUIT DU CASTELLET (83)

Présentation et promotion de l'évènement « Alpes Aventure Motofestival » du mois de septembre

Cibles : Passionnés de moto

OCTOBRE
7 AU 9

ROC D'AZUR, À FRÉJUS (83)

Ubaye Tourisme est présent sur cet évènement incontournable du VTT, pour promouvoir la destination, son offre vélo et l'évènement Alpine Snowbike du mois de décembre 2022.

Cibles : Passionnés de VTT



OCTOBRE
14 AU 16

FOIRE AUX MARRONS, À CUNÉO (Italie)

Présentation des domaines skiables // vente de forfaits de ski

Cibles : Italiens du grand bassin de Cunéo (300 K visiteurs)

NOVEMBRE
10 AU 12

LA MONTAGNE, ÇA VOUS GAGNE, LE BEFORE, À PARIS

France Montagne a organisé un évènement de lancement saison « La Montagne, ça vous gagne ! ».

Cette opération inédite et originale de promotion de la montagne française avait pour vocation de toucher différentes cibles : le grand public, les professionnels du tourisme et les médias. Afin de rester dans le paysage de la montagne française, l'esprit des médias et les choix de vacances des franciliens, l'Ubaye sera présente sur cette opération.

Cibles : Jeunes actifs parisiens (20 - 34 ans), cible stratégique à remobiliser /
Lieu : Ground Control (quartier de la gare de Lyon)



NOVEMBRE
20 AU 21

SALON TOUT SCHUSS, À AIX-EN-PROVENCE (13)

Cette opération grand public réunit les stations de ski des Alpes du Sud : proposition aux remontées mécaniques d'y vendre des forfaits à prix réduits ou des produits packagés.

Cibles : familles et clients fidèles du bassin aixois



NOVEMBRE
26 AU 27

MANOSCO'SKI, À MANOSQUE (04)

Organisé par la Ville de Manosque, cet évènement accueille exclusivement les stations de l'Ubaye, dans l'objectif de reconquérir la clientèle départementale.

Cibles : Familles des Alpes de Haute-Provence

La campagne estivale de l'Ubaye #Tribu

L'univers de la communication de notre nouvelle marque de destination valorise celles et ceux qui font le territoire, qui le vivent au quotidien ou pour des vacances... des personnages vrais et authentiques. Le concept est ainsi de réaliser une collection de photos de groupe, où tout le monde se côtoie, se mélange, afin de faire vivre le sentiment d'appartenance à une communauté, une tribu.

La publicité hivernale avait mis en avant les paysages et l'ambiance de la Haute-Ubaye, mais en jouant sur les arrière-plans et la mise en scène, l'objectif avait été de montrer une atmosphère, un décor, une marque de fabrique.

Nous avons opté pour le même parti-pris sur la publicité estivale. Afin de représenter ce qui caractérise la destination ubayenne (la douceur méridionale dans des paysages alpins), nous avons jeté notre dévolu sur un environnement caractéristique de l'Ubaye, la plage du lac du Lauzet où douze ubayens (que nous remercions vivement) ont pris la pose.



Remerciements à :

Vincent Lamour, Nabil et Romi Maâ, Julien Daneri, Clément Boéri, Scarlett Walling, Stéphane Auger, Cécile Agnoli, Federica Perino Fontana, Nadine Donnadiou, Joaquim Lopes, la mairie du Lauzet-Ubaye, La Buvette du Lac

Les éditions

La stratégie promotion et marketing a pour principal défi d'attirer de nouvelles cibles au travers d'outils numériques qui demandent un niveau de préparation élevé et une adaptation constante. L'ensemble de ces lignes d'action côtoie cependant l'approche et la création d'outils plus traditionnels, tels que les guides de voyage à usage du visiteur qui invitent à consommer le territoire. En effet, on ne saurait encore se passer du print pour la clientèle actuelle qui est souvent encore peu familiarisée avec le digital et qui apprécie le papier comme support de son séjour.

Depuis l'hiver 2021/2022, la décision a été prise de ne réaliser plus qu'un guide hiver et un guide été présentant chacun l'ensemble de la destination. Trois versions existent pour chaque saison : française / anglaise / italienne. Ces supports d'information sont accompagnés de guides « hébergements », principalement diffusés à l'occasion de salons grand public.

Guide été



10 000 ex. FR / 2 500 ex. UK / 1 500 ex. ITA

Guide hiver



10 000 ex. FR / 200 ex. UK / 200 ex. ITA

Où dormir cet été / Où dormir cet hiver ?



1 500 exemplaires / guide

Une collection de cartes touristiques vient compléter les éditions proposées dans les offices de tourisme.



5 000 ex.

5 000 ex.

5 000 ex.

5 000 ex.

Les temps forts d'un événementiel qui étend les ailes de saison

L'année 2022 devait permettre un retour à la normale pour le déploiement des animations et des événements organisés toute l'année dans la vallée de l'Ubaye Serre-Ponçon. La programmation s'est enrichie de nouveaux événements appelés pour certains à se pérenniser, comme la fête de la transhumance au printemps, dans la commune de Jausiers. D'autres, tels que la Fête des Morts à l'automne ou l'Alpes Moto Festival en septembre, à Barcelonnette, sont devenus des rendez-vous qui attirent un public de plus en plus nombreux et participent à l'extension des ailes de saison.

En revanche, d'autres événements que l'on croyait consolidés, tels que le Lady's Night Tour de Praloup en hiver, ou les concerts de Barcelonnette en juillet, ont moins séduit nos visiteurs que les années précédentes. Ces résultats permettent de réfléchir à de nouvelles propositions pour 2023 et d'innover fortement dans la programmation de notre calendrier événementiel.

**Ubaye Tourisme c'est
164 jours d'animation** (153 en 2021)

Hiver 2022 :

Nos animateurs débordent de créativité pour proposer des activités pour petits et grands, dans les stations de ski du Sauze et de Praloup. Ambiances musicales, concours de dessin, défis photos, blindtests, et bien d'autres moments ludiques pour l'après ski.

**En hiver : 71 jours
sur 2 sites en simultané**



Été 2022 :

Place aux spectacles et place à la musique ! La période estivale est propice aux jeux et au bien-être dans l'extraordinaire cadre qu'est la vallée de l'Ubaye. Mais c'est aussi la période des terrasses et des concerts, qui font danser nos clientèles de juin à août.

**En été : 62 jours dont 42 jours
sur 4 sites en simultané**

L'Ubaye, des évènements toute l'année

Le Grand parcours

Organisé par le Comité régional PACA des Clubs alpins et de montagne, le Grand Parcours « ski de randonnée » est un week-end de découverte de cette activité, ou de perfectionnement, qui s'est tenu pour la première fois en Ubaye, les 22 et 23 janvier. Le succès rencontré par cette première édition a conduit les organisateurs à organiser la seconde édition en janvier 2023. La Régie Ubaye Ski appuie à son tour le développement de l'activité au Sauze et propose, depuis trois ans, des itinéraires ski de rando balisés.



La transhumance

Ubaye Tourisme et la commune de Jausiers se sont associés pour organiser une fête de la transhumance, qui s'est déroulée les 11 et 12 juin. Au-delà du projet La Roulo, ce sont les multiples dimensions de l'élevage pastoral et transhumant qui sont mis en avant, avec de nombreux stands et expositions et des animations qui encadrent la réalisation de ce premier événement de la saison estivale.

Course des caisses à savon

Retour des caisses à savon ! Organisée par les associations « Ubaye Rallye Passion » et « Le Pain de Sucre », le dimanche 10 juillet, dans une ambiance bon-enfant et conviviale, les coureurs ont pu se défier sur une descente de près de 700m. Une trentaine de participants se sont donnés rendez-vous au parking de l'Artichouette pour une arrivée devant l'immeuble de la Rochaille 700m plus bas. Un parcours qui a ravi les pilotes et les spectateurs !



Les concerts

Après la pause forcée des années COVID, trois grands groupes d'artistes se sont présentés au Parc de la Sapinière à Barcelonnette : The Dire Straits Experience, General Elektriks et Asaf Avidan. Du 14 au 16 juillet, le public était au rendez-vous pour des shows très divers, de haute qualité musicale. Près de 2300 spectateurs ont dansé et chanté au rythme du rock, de l'électro et du folk, moins toutefois que le nombre attendu.

Fêtes Latino Mexicaines

Avec une programmation enrichie par la visite de la délégation mexicaine de Valle de Bravo et le défilé de sombreros, les fêtes latino mexicaines 2022 ont aussi vu le retour du ballet folklorique. Pendant 9 jours de festivités hautes en couleur, les vacanciers ont accompagné les mariachis et les aztèques dans les rues de Barcelonnette et assisté aux concerts donnés tous les soirs sur la Place Manuel.



Maxiavalanche

Avec la 4ème manche de Maxiavalanche Europe Cup de la saison 2022, la spécialité Enduro Mass-Start a fini sa tournée en beauté dans la Vallée de l'Ubaye, sur la station de Pra-Loup. Pour les 250 participants, le domaine de Pra-Loup à Uvernet proposait un enchaînement de pistes sur un tracé original et ludique. Aux côtés de cette finale, d'autres compétitions : le Mega Kids pour les 7-14 ans, le Maxi-challengers avec la présence des Dames et le E-maxi, course de VTTAE. Tous les ingrédients étaient réunis pour cette première version du Maxiavalanche, y compris une météo sublime, un dispositif de remontées mécaniques efficace, et une qualité d'accueil de la station très appréciée de tous.



La fête des Morts

Place aux déguisements et aux maquillages ! La fête des morts a battu son record de fréquentation. Ubaye Tourisme célèbre la principale fête du Mexique, où les habitants fêtent le retour transitoire des défunts sur la Terre. Spectacles, animations, défilés, séances de maquillage ont immergé nos visiteurs dans une tradition devenue, à Barcelonnette, le rendez-vous incontournable de l'automne.

Alpine Snow Bike

En ouverture de la saison hivernale 2022-2023, Praloup reçoit la première coupe de France FFC d'Alpine Snow Bike. Une compétition de descente en VTT sur neige pour riders chevronnés qui compte bien s'imposer dans le paysage sportif du cyclisme français et international. 400 mètres de dénivelé sur 2000 mètres de descente, l'événement sportif est une véritable attraction à sensations !



Jeu Concours de la Marmotte Arnaud !

Faire découvrir toute la vallée de l'Ubaye à nos vacanciers était l'objectif principal de cette opération. Durant tout l'été 2022, munis d'un passeport Marmotte, les touristes avaient la possibilité de participer au jeu concours pour gagner un voyage au Mexique. Les gagnants ont été tirés au sort en septembre, et partiront connaître Valle de Bravo à l'automne 2023.

Vacances de Noël 2022

La fréquentation des animations sur la période de Noël a été très satisfaisante, tant sur les animations en salle qu'en plein air. Nous avons privilégié les animations et les spectacles en extérieur et en cœur de station afin qu'un maximum de clients soient touchés et que les commerces puissent bénéficier du flux ainsi généré. Nous avons travaillé avec des prestataires type parade, ou fixes à possibilité déambulatoire : parades féériques, père Noël, sculpteur sur ballons, activités en front de pistes, observations astronomiques du soleil... Au total, ce sont 28 animations au Sauze, 26 animations et un événement sportif à Pra Loup, et 9 animations à Barcelonnette.



Événements portés par nos partenaires

Soutien graphique

Ubaye Tourisme apporte un soutien à ses partenaires en leur offrant des services de création de contenus graphiques (affiches, flyers, visuels, déclinaisons sur PLV...) pour les événements du territoire. En 2022, ce sont 30 partenaires qui ont bénéficié de ces services, pour la création d'une quarantaine de projets sur sept communes, soit 10 partenaires de plus qu'en 2021.

- Athlétic Club de Barcelonnette Ubaye
- Association Bonette Expérience
- Association Bréolibrius
- Club Cycliste Ubaye
- CCVUSP
- CCVUSP – service APN
- CCVUSP – service patrimoine
- Régie Ubaye Ski
- Remontées mécaniques de Pra Loup
- Ecurie Ubaye
- Ecole Artistique de l'Ubaye
- Alpine Snow bike
- Les fadas du Sauze
- Mairie de Barcelonnette
- Mairie d'Enchastrayes

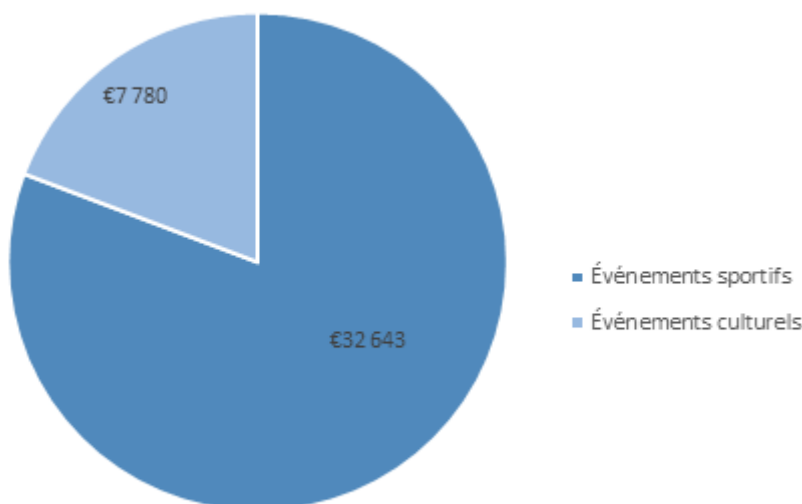
- Mairie de Saint-Paul-sur-Ubaye
- Mairie du Lauzet-Ubaye
- Mairie d'Uvernet-Fours
- Mairie de Jausiers
- Musique en Ubaye
- Ubaye Rallye passion
- Rotary Club
- Porsche Club Méditerranée
- Chambres d'agriculture
- Maison de la transhumance
- Maxiavalanche
- PGHM de Jausiers
- Tennis club de Pra loup
- Groupe Skieurs Sauze Barcelonnette
- Le Challenge de l'Ubaye



Soutien financier

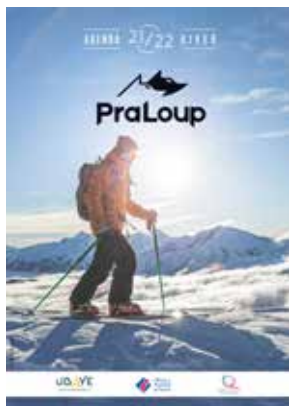
Ubaye Tourisme s'est engagé à soutenir près de 35 événements organisés par ses partenaires en 2022 : associations, clubs sportifs ou autres font appel à l'appui communicationnel, logistique et financier d'Ubaye Tourisme.

Près de 40 000 Euros ont appuyé les actions portées par nos partenaires.



Agenda été 2022

Sur la saison d'hiver, les agences d'Ubaye tourisme éditent leurs programmes d'animation à la semaine, pour répondre aux besoins de la clientèle en séjour. En été, les programmes sont édités par période et produits par l'imprimerie Atelier Zen Arcade. Ceux-ci sont distribués chaque mois aux professionnels du territoire et depuis les agences d'Ubaye Tourisme.



Mai/Juin
4000 exemplaires



Juillet
12000 exemplaires



Août
15000 exemplaires



Septembre/octobre
4500 exemplaires

Les relations avec les acteurs socioprofessionnels

Flash info Tourisme :

Envoyé par courrier une fois par trimestre à 500 acteurs professionnels de notre territoire, le Flash Info Tourisme permet de présenter l'actualité de l'office de tourisme et de la destination.

Guide du Partenaire

Au mois de janvier, Ubaye Tourisme élabore et diffuse son guide du partenaire afin de présenter le rôle et les missions de l'office de tourisme et d'inciter les socioprofessionnels du territoire à adhérer à l'association.

Newsletters

Fin 2022, Ubaye Tourisme a retravaillé intégralement ses newsletters « Actu des Pros », via son nouveau CRM dédié au tourisme (AVIZI). Chaque semaine, cette newsletter dédiée aux professionnels est envoyée à 500 partenaires du territoire.

Rencontres d'avant saison

A chaque avant-saison, Ubaye Tourisme organise une réunion rassemblant les partenaires et professionnels afin de présenter les actualités et nouveautés de la saison à venir.

Espace Pro ubaye.com

L'espace pro de notre nouvel ubaye.com a été intégralement repensé pour les pros, les partenaires et la presse ; avec notamment une boîte à outils graphique (photothèque / logothèque / éléments graphiques de la marque unique..), la possibilité d'entrer directement les événements dans l'agenda en ligne et des données économiques et stratégiques sur la destination.

Formation des saisonniers

En 2022, Ubaye Tourisme a fait le choix d'embaucher ses conseillers en séjour saisonniers plus tôt afin de leur proposer une formation de 10 jours ; mêlant un tour des activités touristiques, des ateliers de mise en situation et des rencontres des socioprofessionnels du territoire.

Réunion de coordination du calendrier des animations

En début d'année, Ubaye Tourisme réunit l'ensemble des associations et organismes organisant des animations et événements pour la période comprise entre mai et octobre afin de les faire paraître dans l'agenda estival.



Qualité Tourisme



Après un long process d'audit qui débutait en novembre 2021, la Direction Générale des Entreprises a attribué la marque Qualité Tourisme à notre office. Ainsi, faisant suite à l'analyse de toutes les procédures internes et à la visite d'un client mystère en été 2022, les auditeurs ont établi qu'Ubaye Tourisme souscrit aux valeurs de cette marque et s'engage à respecter l'ensemble du référentiel Qualité Tourisme, notamment en matière de promotion et d'accueil.

Les auditeurs ont particulièrement apprécié les sites web qu'ils jugent « ergonomiques, dynamiques et esthétiques », tout comme la qualité des éditions et leur traduction. En matière d'accueil, ils attirent l'attention sur le besoin de bien cibler la demande afin de personnaliser les réponses apportées par les conseillers en séjour. L'écoute client est toutefois saluée, tout comme la réactivité et la prise en compte des diverses dimensions du développement durable, par l'ensemble de l'équipe.

Points forts

- Le respect de l'écoute client.
- Les sites Internet récents
- Les réponses rapides aux mails et réseaux sociaux
- Le fléchage d'accès et les extérieurs : stationnements, racks, cendriers, affichages.
- La documentation, disponible en 3 langues (français, anglais, italien).
- Le Développement Durable, réellement pris en compte.
- La communication Qualité Tourisme.

Points d'amélioration

- Les affichages extérieurs, notamment sur les animations, les horaires, les plans...
- Améliorer les espaces d'accueil qui sont vieillissants et peu chaleureux
- Bien explorer la demande des visiteurs et élargir les propositions aux possibilités qu'offre la destination



Une gouvernance active et bénévole au service du développement touristique de l'Ubaye

Ubaye Tourisme créée à partir du regroupement des communes de la Vallée de l'Ubaye Serre-Ponçon réunit, fédère et intègre les valeurs d'un territoire qu'elle promeut auprès de clientèles à la recherche d'authenticité et d'expériences de pleine nature.

Le Conseil d'Administration : 39 membres 4 collèges

Les élus

M. Denis CAPEL, conseiller municipal Uvernet Fours	Mme Hélène GARCIER RICHAUD, Maire de Faucon de Barcelonnette
Mme. Chantal DONNEAUD, Maire de Val d'Oronaye	M. Jean Michel TRON, Maire de Ubaye Serre-Ponçon
M. Jacques FORTOUL, Maire de Jausiers	Mme Sophie VAGINAY, Maire de Barcelonnette
M. Albert OLIVERO, Maire de Enchastrayes	

Les socio-professionnels

M. Erwan AUBERT, La Résinière	M. Jean-Philippe GRILLET, La Sabença
Mme. Sabine BLATTMANN, L'Atelier de Sabine	M. Vincent LAMOUR, Ô tandem
M. Stéphane CLERJON, Vertical Ubaye	Mme. Lorène LOMBARD, Gîte Refuge de Larche
M. Frédéric CHABRE, Web coaching	M. Jacques MARTIN, Jacques Martin Sports
M. Philippe ESMENJAUD, Le Choucas	M. Nicolas PADIOU, Pâtisserie Padiou
M. Rémi GUIBAL, Hotel Spa Azteca	M. Ludovic ROMAIN, Technicien du sport
	M. Romain SBRAVA, Sbrava nautique

Les communes représentées par leur Maire

M. Patrick BOUVET, Uvernet Fours	M. Daniel MILLION ROUSSEAU, Méolans Revel
Mme. Agnès PIGNATEL, Le Lauzet Ubaye	Mme. Dominique OKROGLIC, Saint Pons
M. Bernard ISOARD, Saint Paul sur Ubaye	Mme. Sandra REYNAUD, Les Thuiles
Mme. Elisabeth JACQUES, La Condamine Châtelard	

Le département / Le club des entreprises / Les régies / L'association des commerçants

M. Yvan CHEVALIER, Régie Ubaye Ski	M. David MORARD, Club des entreprises
M. Julien MARTELLINI, AD04	M. Thomas JOLIMET, Régie Praloup

Le bureau

Jacques Martin, Président	Nicolas Padiou, Secrétaire adjoint
Rémi Guibal, Vice Président	Frédéric Chabre, Trésorier
Sophie Vaginay, Secrétaire	Jean Michel Tron, Trésorier adjoint



1 réunion de
l'assemblée générale



6 réunions du Conseil
d'administration

FAIRE VENIR ET REVENIR LES TOURISTES AU SEIN DE NOTRE TERRITOIRE, C'EST CE QUI NOUS ANIME AU QUOTIDIEN

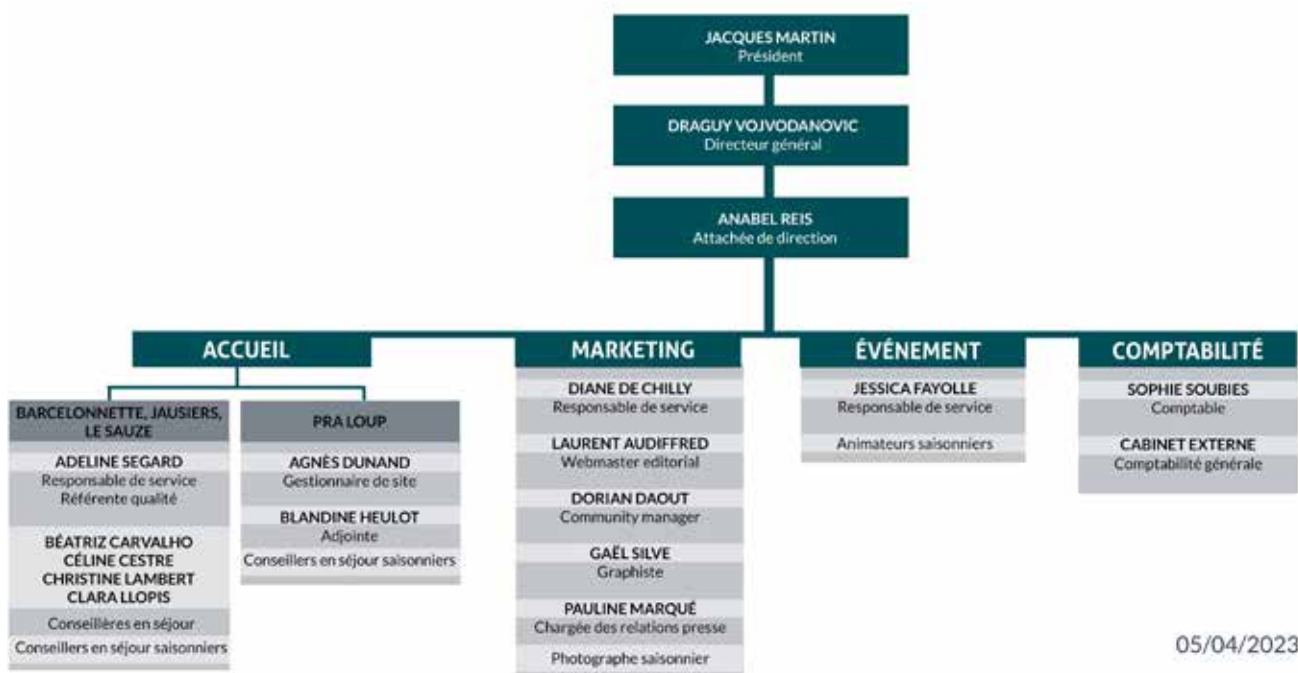
La mission confiée à Ubaye Tourisme depuis sa création en 2016 a consisté à traduire la politique touristique communautaire en stratégies et actions visant à accroître la notoriété et l'attractivité de notre territoire. Preuve que cette étroite corrélation entre volonté politique, réflexion stratégique et mise en œuvre opérationnelle est utile et efficace, la fréquentation touristique dans la vallée et ses stations a depuis progressé de 8,6% en moyenne chaque année.

Plusieurs raisons expliquent ces bonnes performances : au premier rang d'entre elles, le fait que cette fréquentation touristique soit aujourd'hui répartie sur 8 mois de l'année (juin à octobre pour la saison d'été), alors que pour beaucoup de destinations comparables, elle demeure concentrée sur un nombre plus limité de mois en dehors desquels l'économie touristique est au point mort. Les axes marketing définis, les dispositifs de communication et la programmation événementielle mis en œuvre ont largement contribué à l'obtention de ces bons résultats car ils ont permis de contrebalancer les événements conjoncturels qui ont souvent nui à l'ensemble de ce secteur d'activité, clé de voute de notre vallée.

Une équipe permanente consolidée

Organigramme 2023 d'Ubaye Tourisme

Ubaye Tourisme, c'est aussi une équipe de professionnels du tourisme au service de l'accueil de nos visiteurs, de la promotion de notre territoire et de l'événementiel touristique toute l'année.



Rapport financier 2022

Le rapport financier présente les comptes d'Ubaye Tourisme sur une année 2022 qui s'est faite dans un contexte peu favorable (inflation grandissante, prix de l'essence, prix de l'énergie, pénurie de main d'œuvre...).

L'année 2022 se solde par un résultat négatif à comparer au budget initial qui prévoyait un résultat à l'équilibre.

Fait marquant en 2022

Grands concerts de l'été : Ce rendez-vous a été marqué de nombreuses difficultés dues à une flambée des coûts d'organisation et une diminution des recettes. Comme pour les autres festivals en France (Musilac, Les Vieilles Charrues, Rock en Seine...), notre structure affiche un bilan avec une baisse de recettes de 52% et des charges d'organisation en augmentation de 19 %.

Charges prévisionnelles : 225 000 € Réalisés : 276 580 €
Recettes prévisionnelles : 185 000 € Réalisés : 95 011 €

Sacem : les frais de Sacem et Spre affichent une augmentation des coûts de 50 % (27 560,26 € en 2022).

Cotisations : Les revenus des cotisations ont enregistré une hausse de 107 % par rapport à 2021. Les packs communication proposés ont bien fonctionné.

Frais de personnel : ils s'établissent à 1 075 219 € et sont supérieurs de 10,88 % aux prévisions budgétaires (969 701 €). Cela est principalement dû à une valorisation du point d'indice de 5,4 % par un accord de branche en janvier et juin 2022 des organismes de tourisme, deux ruptures conventionnelles qui ont eu lieu en milieu d'année et à la volonté exprimée de recruter les équipes saisonnières en amont des saisons afin de pouvoir leur dispenser une formation sur les activités, les produits et les offres des socioprofessionnels et des structures culturelles et patrimoniales.

Promotion hiver 2023 : Suite à la saison hivernale 2021-2022 en demi-teinte avec la fermeture anticipée de Pra Loup, un programme ambitieux de promotion soutenu par la région sud et le département des Hautes alpes dans le cadre du collectif Alpes a été déployé de Septembre à Décembre 2022. Montant : 153 000 €

Piter Monviso : le programme européen s'est clôturé fin 2022 avec la dernière remontée de dépenses auprès des instances de Bruxelles le 27 juillet 2022 pour un montant de 65 982,92 €. 107 % par rapport à 2021. Les packs communication proposés ont bien fonctionné.

DEPENSES

Promotion & Communication	361 912,37
Evénements & Animations	804 366,13
Opérations	24 656,50
Navettes	15 131
Fonctionnement	207 230,32
Salaires & Charges	1 015 115,84
Impôt & Taxes	60 103,84
Total	2 488 516

RECETTES

Subvention CCVUSP	1 950 000
Subvention Région SUD PACA	
Subvention Département 04	5 000
Programme PITER <u>Monviso</u>	-95 878.98
Recettes	322 759, 88
Total	2 181 880.9

SOLDE – 284 448,87 €

Au terme de l'exercice 2022, le bilan se solde par une insuffisance de 284 448,87 €.

A noter :

- Le fond associatif fin 2021 était de 214 000 €
- Une subvention de 70 605. 60 € est attendue dans le cadre du programme PITER Monviso.
- Une subvention de 10 000 € pour les concerts de l'été 2022 et une autre de 5000 € pour les fêtes mexicaines sont attendues de la région Sud Provence Alpes Côte d'Azur.

ASSOCIATION OFFICE DE TOURISME - UBAYE TOURISME
Chalet La Montagne

04400 ENCHASTRAYES

Dossier financier de l'exercice en Euros
Période du 01/01/2022 au 31/12/2022

Activité principale de l'association : TOURISME

Nous vous présentons ci-après le dossier de l'exercice.

Fait à BARCELONNETTE
Le 05/04/2023

ALPECC
20 B ALLEE DES DAMES
CABINET EXPERTISE COMPTABLE
04400 BARCELONNETTE
04 92 81.09.00



RAPPORT DE PRESENTATION DES COMPTES ANNUELS

En notre qualité d'expert-comptable, nous avons effectué une mission de présentation des comptes annuels de l'entreprise

ASSOCIATION OFFICE DE TOURISME - UBAYE TOURISME
Chalet La Montagne
04400 ENCHASTRAYES

relatifs à l'exercice du 01/01/2022 au 31/12/2022.

Conformément à notre lettre de mission en date du 07/12/2016, nous avons effectué les diligences prévues par la norme professionnelle du Conseil Supérieur de l'Ordre des Experts-comptables applicable à la mission de présentation des comptes qui ne constitue ni un audit ni un examen limité.

Les comptes annuels ci-joints se caractérisent par les données suivantes :

- Total du bilan,	325 230 Euros
- Chiffre d'affaires HT,	125 873 Euros
- Résultat net comptable,	(284 449) Euros

Fait à BARCELONNETTE
Le 05/04/2023

Solène AILLAUD
Expert - Comptable mémorialiste

Christian CREPINEAU
Expert - Comptable

BILAN ACTIF

ACTIF		Exercice N 31/12/2022 12			Exercice N-1 31/12/2021 12	Ecart N / N-1	
		Brut	Amortissements et Provisions	Net	Net	Euros	%
ACTIF IMMOBILISE	Immobilisations incorporelles						
	Frais d'établissement						
	Frais de recherche et de développement						
	Donations temporaires d'usufruit						
	Cessions, brevets, licences, marques...	27 060	27 060				
	Immobilisations incorporelles en cours						
	Avances et acomptes						
	Immobilisations corporelles						
	Terrains						
	Constructions	20 400		20 400	20 400		
Installations techniques Matériel et outillage	173 266	160 704	12 562	18 451	5 888	31.91	
Immobilisations corporelles en cours							
Avances et acomptes							
<i>Biens reçus par legs/dons destinés à être cédés</i>							
Immobilisations financières (1)							
Participations et Créances rattachées							
Autres titres immobilisés							
Prêts							
Autres	1 120		1 120	2 537	1 417	55.84	
Total I	221 847	187 764	34 083	41 388	7 305	17.65	
ACTIF CIRCULANT	Stocks et en cours	5 320		5 320		5 320	
	Créances (2)						
	Créances clients, usagers et comptes rattachés	6 215		6 215		6 215	
	Créances reçues par legs ou donations						
	Autres	101 893		101 893	228 481	126 588	55.40
	Valeurs mobilières de placement						
	Instruments de trésorerie						
	Disponibilités	71 819		71 819	277 147	205 327	74.09
Charges constatées d'avance (2)	105 900		105 900	47 339	58 561	123.70	
Total II	291 147		291 147	552 967	261 819	47.35	
Comptes de Régularisation	Frais d'émission des emprunts (III)						
	Primes de remboursement des emprunts (IV)						
	Ecart de conversion actif (V)						
TOTAL GÉNÉRAL (I+II+III+IV+V+VI)	512 994	187 764	325 230	594 354	269 125	45.28	

(1) Dont à moins d'un an

(2) Dont à plus d'un an

BILAN PASSIF

PASSIF		Exercice N		Exercice N-1		Ecart N / N-1		
		31/12/2022	12	31/12/2021	12	Euros	%	
FONDS PROPRES	Fonds propres							
	Fonds propres sans droit de reprise :							
	Fonds propres statutaires							
	Fonds propres complémentaires							
	Fonds propres avec droit de reprise :							
	Fonds statutaires							
	Fonds propres complémentaires							
	Ecarts de réévaluation							
	Réserves :							
	Réserves statutaires ou contractuelles							
Réserves pour projet de l'entité								
Autres								
Report à nouveau		107 899		52 030		55 869	107.38	
	Résultat de l'exercice (Excédents ou Déficits)		284 449		55 869		340 318	609.14
	Situation nette (sous total)		176 550		107 899		284 449	263.62
	Fonds propres consommables							
	Subventions d'investissement		12 000		12 000			
	Provisions réglementées							
	Total I		164 550		119 899		284 449	237.24
FONDS DÉDIÉS	Fonds reportés liés aux legs ou donations				94 637		94 637	100.00
	Fonds dédiés							
	Total II				94 637		94 637	100.00
PROVISIONS	Provisions pour risques							
	Provisions pour charges		116 709		113 186		3 523	3.11
	Total III		116 709		113 186		3 523	3.11
DETTES (I)	Emprunts obligataires et assimilés (titres associatifs)							
	Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit (2)		238		238			
	Emprunts et dettes financières diverses							
	Dettes Fournisseurs et Comptes rattachés		209 336		103 024		106 311	103.19
	Dettes des legs ou donations							
	Dettes fiscales et sociales		163 498		154 937		8 561	5.53
	Dettes sur immobilisations et comptes rattachés							
	Autres dettes				8 433		8 433	100.00
	Instruments de trésorerie							
	Produits constatés d'avance							
	Total IV		373 071		266 632		106 439	39.92
	Ecarts de conversion passif (V)							
	TOTAL GENERAL (I+II+III+IV+V)		325 230		594 354		269 125	45.28

(1) Dont à plus d'un an
Dont à moins d'un an

(2) Dont concours bancaires courants et soldes créditeurs de banques

COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N		Exercice N-1		Ecart N / N-1	
	31/12/2022	12	31/12/2021	12	Euros	%
Produits d'exploitation (1)						
Cotisations	16 565		8 000		8 565	107.06
Ventes de biens et services						
Ventes de biens	4 187		3 120		1 067	34.21
Ventes de dons en nature						
Ventes de prestations de service	121 685		75 294		46 392	61.61
Parrainages						
Produits de tiers financeurs						
Concours publics et subventions d'exploitation	1 886 726		1 903 632		16 906	0.89
Versements des fondateurs ou consommations de la dotation consommable						
Ressources liées à la générosité du public						
Dons manuels						
Mécénats						
Legs, donations et assurances-vie						
Contributions financières						
Reprises sur amortissements, dépréciations, provisions et transferts de charges	52 309		41 089		11 220	27.31
Utilisations des fonds dédiés	94 637		70 057		24 581	35.09
Autres produits	3 106		1 625		1 482	91.20
Total I	2 179 216		2 102 815		76 400	3.63
Charges d'exploitation (2)						
Achats de marchandises	7 011				7 011	
Variation de stock	5 320				5 320	
Autres achats et charges externes	1 364 448		1 099 078		265 370	24.14
Aides financières						
Impôts, taxes et versements assimilés	57 841		51 249		6 593	12.86
Salaires et traitements	758 536		614 534		144 001	23.43
Charges sociales	256 580		242 817		13 763	5.67
Dotations aux amortissements et aux dépréciations	11 629		6 679		4 951	74.12
Dotations aux provisions			50 000		50 000	100.00
Reports en fonds dédiés						
Autres charges	27 618		689		26 930	NS
Total II	2 478 344		2 065 045		413 299	20.01
1 - Résultat d'exploitation (I-II)	299 129		37 771		336 899	891.96

(1) Dont produits afférents à des exercices antérieurs

(2) Dont charges afférentes à des exercices antérieurs

COMPTE DE RESULTAT

	Exercice N		Exercice N-1		Ecart N / N-1		
	31/12/2022	12	31/12/2021	12	Euros	%	
Produits financiers							
De participation							
D'autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé							
Autres intérêts et produits assimilés				2	2	100.00	
Reprises sur provisions, dépréciations et transferts de charge							
Différences positives de change				290	290	100.00	
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement							
Total III				292	292	100.00	
Charges financières							
Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions							
Intérêts et charges assimilées							
Différences négatives de change							
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement							
Total IV							
2. Résultat financier (III-IV)				292	292	100.00	
3. Résultat courant avant impôts (I-II+III-IV)	299	129	38	063	337	191	885.88
Produits exceptionnels							
Sur opérations de gestion	23	884	17	418	6	466	37.13
Sur opérations en capital	2	400	3	110	710		22.83
Reprises sur provisions, dépréciations et transferts de charges							
Total V	26	284	20	528	5	756	28.04
Charges exceptionnelles							
Sur opérations de gestion	9	204	2	721	6	483	238.22
Sur opérations en capital	2	400			2	400	
Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions							
Total VI	11	604	2	721	8	883	326.41
4. Résultat exceptionnel (V-VI)	14	680	17	806	3	126	17.56
Participation des salariés aux résultats (VII)							
Impôts sur les bénéfices (VIII)							
Total des produits (I+III+V)	2	205	2	123	81	864	3.85
Total des charges (II+IV+VI+VII+VIII)	2	489	2	067	422	182	20.42
5. EXCEDENT OU DEFICIT	284	449	55	869	340	318	609.14

Budget prévisionnel 2023

Les dépenses prévisionnelles de l'exercice 2023 ne comprennent pas de variations importantes par rapport aux budgets des années antérieures. L'impact de l'inflation et des augmentations des fluides (carburant, électricité et eau) ainsi que celles liés aux événements (coût de production, transport, artistes, hébergements, restauration) sont prises en compte dans l'établissement du budget. Du côté de la masse salariale, l'objectif est de retrouver un équilibre s'établissant à 47% du budget global laissant ainsi la marge opérationnelle nécessaire aux actions de développement.

Les recettes prévisionnelles de fonctionnement tiennent compte des réalisations en cours avec une subvention réévaluée de 4% (soit moins que l'inflation estimée à plus de 6% pour l'année 2023) compte tenu de l'augmentation générale des charges. Les autres recettes restent stables et comprennent notamment la billetterie et les cotisations.

Le budget présenté est à +36 k€ dans le cadre du financement d'un départ à la retraite de l'un des collaborateurs en cours d'année.

BUDGET PREVISIONNEL 2023 / EMPLOIS	PREVISIONNEL 2023 établi 17/03/23	PREVISIONNEL 2022	PROJET BILAN 31/12/22 établi 17/02/23	PREVISIONNEL 2021	REALISE BILAN 31/12/21
ACTION					
COMMUNICATION					
Editions-impresion	60 000,00 €	68 000,00 €	96 968,35 €	58 500,00 €	88 119,75 €
Editions PITER Terres Monviso		0,00 €	630,00 €	36 000,00 €	0,00 €
Matériel de communication	25 000,00 €	9 500,00 €	26 149,08 €	5 000,00 €	27 614,33 €
Traductions (socioprofessionnels) PITER Terres Monviso		5 000,00 €	4 798,97 €	45 000,00 €	8 540,64 €
Traductions	500,00 €		115,83 €		
Reportage photos & vidéos	25 000,00 €	25 000,00 €	38 587,37 €	25 000,00 €	17 320,70 €
Site internet Fontionnement	10 000,00 €	7 500,00 €	9 462,87 €	7 500,00 €	9 621,60 €
Refonte site internet	10 000,00 €	11 000,00 €	10 752,00 €	31 000,00 €	19 767,00 €
Objets publicitaires	20 000,00 €	25 000,00 €	23 026,01 €	21 250,00 €	27 756,66 €
<i>Sous total Communication</i>	150 500,00 €	151 000,00 €	210 490,48 €	229 250,00 €	198 740,68 €
PROMOTION					
Foires & Salons	18 500,00 €	22 500,00 €	30 208,98 €	15 000,00 €	17 695,57 €
Foires Internationale PITER Terres Monviso		604,00 €	470,40 €	27 000,00 €	1 263,55 €
Presse / Accueil et insertions	35 000,00 €	55 000,00 €	18 793,50 €	40 000,00 €	44 358,02 €
Voyage / Accueil Presse PITER Terres Monviso		0,00 €		36 180,12 €	412,52 €
Espace Numérique PITER		0,00 €			38 919,60 €
Internet réseaux sociaux	25 000,00 €	20 000,00 €	26 537,89 €	30 000,00 €	6 314,02 €
Aide aux communes (comités des fêtes)	12 000,00 €	12 000,00 €	7 780,04 €		0,00 €
Partenariat aux Associations	20 000,00 €	34 000,00 €	31 443,53 €	15 000,00 €	30 824,97 €
Evénements PITER Terres Monviso		0,00 €		13 200,00 €	16 243,83 €
Sponsoring	10 000,00 €	13 500,00 €	9 800,00 €	0,00 €	8 490,00 €
Collectif Marque Alpes	30 000,00 €	30 000,00 €	27 227,55 €	25 000,00 €	26 334,14 €
<i>Sous total Promotion</i>	150 500,00 €	187 604,00 €	152 261,89 €	201 380,12 €	190 856,22 €
ANIMATIONS					
Hiver	104 000,00 €	125 000,00 €	103 765,10 €	20 000,00 €	41 506,41 €
Été	78 000,00 €	98 000,00 €	82 320,16 €	80 000,00 €	69 634,44 €
Intersaison	18 000,00 €	29 600,00 €	25 438,03 €	15 000,00 €	5 044,83 €
Bus tour		5 000,00 €	3 073,00 €		4 800,00 €
Feu d'artifices	25 000,00 €	32 000,00 €	16 800,00 €	20 000,00 €	13 900,00 €
Sacem	25 000,00 €	23 000,00 €	27 560,26 €	20 000,00 €	601,27 €
Variation stock			-5 319,69 €		
Boutique	5 000,00 €		7 010,70 €		
<i>Sous total Animations</i>	250 000,00 €	312 600,00 €	260 647,56 €	155 000,00 €	135 486,95 €
EVENEMENTS					
CONCERT BARCELONNETTE	100 000,00 €	225 000,00 €	272 724,39 €	215 000,00 €	76 047,45 €
CONCERT PRALOUPE	30 000,00 €				
CONCERT SAUZE	40 000,00 €	0,00 €		0,00 €	0,00 €
LATINO	90 500,00 €	98 000,00 €	121 330,47 €	85 000,00 €	85 877,70 €
ICE CROSS PRA LOUP	19 500,00 €	0,00 €		0,00 €	0,00 €
LADIES NIGHT TOUR	22 000,00 €	23 000,00 €	20 362,28 €	0,00 €	-2 365,87 €
CHAMPIONNAT KAYAK	25 000,00 €	0,00 €		0,00 €	591,69 €
FETE DES MORTS	18 000,00 €		24 123,17 €	0,00 €	0,00 €
ALPES MOTO FESTIVAL	25 000,00 €	21 000,00 €	39 480,95 €	15 000,00 €	32 669,24 €
BIENNALE	27 000,00 €	0,00 €		34 000,00 €	34 013,41 €
MAXI AVALANCHE	60 000,00 €	66 000,00 €	62 698,17 €	136 000,00 €	101 073,00 €
<i>Sous total Evènements</i>	457 000,00 €	433 000,00 €	540 719,43 €	485 000,00 €	327 906,62 €
OPERATIONS					
Observation / Etudes	1 000,00 €	2 300,00 €	720,00 €	5 000,00 €	89,30 €
Adhésions	5 500,00 €	10 000,00 €	5 209,46 €	10 000,00 €	8 427,90 €
Open Experience	7 500,00 €	7 500,00 €		21 500,00 €	5 385,21 €
Logiciels (Skelo, Avizi, Apidae, Edityourself, rgpd)	10 000,00 €	9 200,00 €	9 806,04 €	9 200,00 €	11 930,40 €
Eductour socioprofessionnels PITER Terres Monviso		8 921,00 €	8 921,00 €	9 000,00 €	6 943,30 €
Formation tourisme PITER Terres Monviso		0,00 €		6 000,00 €	0,00 €
Séminaire pour tous PITER Terres Monviso		0,00 €		4 850,00 €	428,50 €
Droits d'auteurs	500,00 €	1 700,00 €	0,00 €	3 000,00 €	1 339,95 €
<i>Sous total Action</i>	24 500,00 €	39 621,00 €	24 656,50 €	68 550,00 €	34 544,56 €
NAVETTES					
Navettes	15 000,00 €	12 000,00 €	15 131,00 €	12 000,00 €	1 498,60 €
<i>Sous Total Navettes</i>	15 000,00 €	12 000,00 €	15 131,00 €	12 000,00 €	1 498,60 €
TOTAL DES ACTIONS	1 047 500,00 €	1 135 825,00 €	1 203 906,86 €	1 151 180,12 €	889 033,63 €
FONCTIONNEMENT					
FONCTIONNEMENT ADMINISTRATIF					
Service Bancaire	2 000,00 €	2 000,00 €	1 640,58 €	700,00 €	1 401,50 €
Frais acte et marché public	1 000,00 €	900,00 €	972,00 €	3 600,00 €	0,00 €
Fournitures de bureau	1 500,00 €	10 000,00 €	922,55 €	10 000,00 €	10 786,97 €
Abonnements et documentation	900,00 €	1 800,00 €	373,20 €	1 200,00 €	1 616,86 €
Weezevent + ANCV (commission billetterie)	8 000,00 €	9 000,00 €	5 561,67 €	5 000,00 €	4 089,18 €
Assurances	6 000,00 €	6 500,00 €	5 491,97 €	6 100,00 €	6 136,18 €

FONCTIONNEMENT					
FONCTIONNEMENT ADMINISTRATIF					
Service Bancaire	2 000,00 €	2 000,00 €	1 640,58 €	700,00 €	1 401,50 €
Frais acte et marché public	1 000,00 €	900,00 €	972,00 €	3 600,00 €	0,00 €
Fournitures de bureau	1 500,00 €	10 000,00 €	922,55 €	10 000,00 €	10 786,97 €
Abonnements et documentation	900,00 €	1 800,00 €	373,20 €	1 200,00 €	1 616,86 €
Weezevent + ANCV (commission billetterie)	8 000,00 €	9 000,00 €	5 561,67 €	5 000,00 €	4 089,18 €
Assurances	6 000,00 €	6 500,00 €	5 491,97 €	6 100,00 €	6 136,18 €
Honoraires (comptable-social-commissaire aux comptes-avocat)	40 000,00 €	62 000,00 €	43 041,14 €	72 000,00 €	51 913,21 €
Affranchissement	4 000,00 €	4 500,00 €	3 206,83 €	4 500,00 €	3 809,71 €
Téléphone fixe-mobile-internet	12 000,00 €	21 000,00 €	13 552,13 €	16 500,00 €	19 628,63 €
Electricité-Eau	22 200,00 €	15 000,00 €	12 931,06 €	12 500,00 €	14 032,61 €
Nettoyage et entretien des locaux-batiment-voitures	10 000,00 €	12 000,00 €	9 332,80 €	7 000,00 €	9 435,67 €
Contrat de maintenance	3 000,00 €	13 500,00 €	2 987,04 €	12 000,00 €	8 008,42 €
Location Matériel	9 000,00 €	8 000,00 €	8 606,11 €	14 000,00 €	5 962,08 €
Véhicules (location)	11 000,00 €	10 048,20 €	10 048,20 €	6 800,00 €	8 473,93 €
Investissement classement station Tourisme	- €	3 600,00 €	3 600,00 €	3 600,00 €	0,00 €
Frais séminaires (formation saisonniers)	1 500,00 €	0,00 €	5 202,15 €	0,00 €	3 990,00 €
Reception missions	3 500,00 €	6 000,00 €	3 962,17 €	6 000,00 €	6 562,19 €
Déplacements (carburants déplacements salariés)	10 000,00 €	10 000,00 €	9 873,97 €	10 000,00 €	8 861,34 €
Déplacements salarié PITER Terres Monviso		0,00 €		1 358,00 €	1 246,90 €
Coordination & frais de vie PITER (restauration)		3 859,00 €	3 505,40 €	5 228,00 €	0,00 €
Petits matériel	4 000,00 €	12 000,00 €	3 645,72 €	9 000,00 €	4 077,55 €
Loyer + charges + logement personnel saisonnier	26 500,00 €	26 500,00 €	25 373,45 €	12 000,00 €	26 211,92 €
Dotations aux amortissements	8 500,00 €	8 000,00 €	8 106,87 €	33 000,00 €	6 678,80 €
Dotation Provisions risques et charges	4 500,00 €	4 500,00 €	3 522,53 €	7 000,00 €	50 000,00 €
Cadeaux	1 500,00 €	1 500,00 €	1 777,93 €	1 000,00 €	2 076,98 €
Personnel extérieur	15 000,00 €	12 586,20 €	11 644,75 €	14 200,00 €	11 050,53 €
Frais divers	500,00 €	500,00 €	338,33 €	500,00 €	262,22 €
Dotations fds dedie PITER					0,00 €
Frais généraux PITER Terres Monviso (15% des salaires)		0,00 €	2 259,58 €	4 857,98 €	1 098,32 €
Charges exceptionnelles	3 000,00 €	2 500,00 €	11 604,14 €	2 000,00 €	2 721,35 €
Sous total Fonctionnement administratif	209 100,00 €	267 793,40 €	213 084,27 €	281 643,98 €	270 133,05 €
SALAIRES ET CHARGES					
Salaires	685 000,00 €	649 593,60 €	758 535,71 €	623 100,00 €	602 277,66 €
Salaires + charges PITER Terres Monviso		0,00 €		32 386,55 €	4 612,93 €
Charges	240 000,00 €	261 990,00 €	256 580,13 €	187 500,00 €	250 460,40 €
Sous total Salaires et charges	925 000,00 €	911 583,60 €	1 015 115,84 €	842 986,55 €	857 350,99 €
IMPOTS ET TAXES					
Taxe sur les salaires	45 000,00 €	41 230,00 €	44 877,23 €	41 600,00 €	37 948,00 €
Formation professionnelle+effort construction	16 000,00 €	16 888,00 €	12 078,18 €	24 155,00 €	13 300,53 €
Taxe travailleurs étrangers	- €		886,00 €		
Sous total Impots et taxes	61 000,00 €	58 118,00 €	57 841,41 €	65 755,00 €	51 248,53 €
TOTAL FONCTIONNEMENT	1 195 100,00 €	1 237 495,00 €	1 286 041,52 €	1 190 385,53 €	1 178 732,57 €
TOTAL EMPLOIS	2 242 600,00 €	2 373 320,00 €	2 489 948,38 €	2 341 565,65 €	2 067 766,20 €
RESSOURCES					
RECETTES					
SUBVENTION					
Subvention CCVUSP	2 028 000,00 €	1 950 000,00 €	1 950 000,00 €	1 872 501,32 €	1 872 502,00 €
Subvention Region SUD	25 000,00 €	15 000,00 €	15 000,00 €	27 000,00 €	0,00 €
Subvention Departement O4	25 000,00 €	7 500,00 €	5 000,00 €	10 000,00 €	13 000,00 €
Subvention diverses					
Subvention PITER		164 000,00 €	-87 274,23 €	244 641,33 €	18 130,00 €
Sous total Subvention	2 078 000,00 €	2 136 500,00 €	1 882 725,77 €	2 154 142,65 €	1 903 632,00 €
AUTOFINANCEMENT					
Partenariat	5 000,00 €	6 000,00 €	4 000,00 €	0,00 €	
Mairie Enchastrayes	10 000,00 €				0,00 €
Billetteries	150 000,00 €	201 000,00 €	115 235,30 €	181 000,00 €	72 458,40 €
Boutiques	10 000,00 €	12 000,00 €	8 187,47 €	0,00 €	5 535,12 €
Location	2 500,00 €	900,00 €	2 450,00 €	300,00 €	420,00 €
Avantage en nature	3 100,00 €	1 920,00 €	3 052,64 €	1 123,00 €	1 618,32 €
Cotisations	20 000,00 €	15 000,00 €	16 565,00 €	5 000,00 €	8 000,00 €
Reprise prov subvention			50 000,00 €		15 038,56 €
Reprise Prov départ retraite					13 532,63 €
Remboursement assurance					48,02 €
Produits exercices anterieurs			23 883,92 €		4 707,24 €
Reprise Fonds Dédié PITER			94 637,12 €		70 056,55 €
Produits exceptionnels dt remb non demandé			2 453,60 €		16 118,84 €
Transfert de charges			2 308,69 €		12 469,47 €
Sous total Autofinancement	200 600,00 €	236 820,00 €	322 773,74 €	187 423,00 €	220 003,15 €
TOTAL RESSOURCES	2 278 600,00 €	2 373 320,00 €	2 205 499,51 €	2 341 565,65 €	2 123 635,15 €
SOLDE	36 000,00 €	0,00 €	-284 448,87 €	0,00 €	55 868,95 €

Perspectives 2023

L'écosystème touristique continue d'évoluer à vitesse grand V , tant sur le plan économique, comportemental ou encore psychologique. Ainsi, les trois dernières années ont généré de grands bouleversements dans les comportements, en général et touristique, en particulier avec des prises de consciences diverses. Pour 2023 la prise en compte de ces tendances sociétales est indispensable et il faut anticiper leurs conséquences sur les pratiques touristiques en devenant plus agile et résilient.

Marketing et Promotion :

- ▶ Refonte de notre politique éditoriale.
- ▶ Digitalisation de l'information renforcée pour un tourisme plus écologique et respectueux en s'ouvrant d'avantage aux jeunes générations (c'est déterminant).
- ▶ Rajeunissement de la cible sur les réseaux sociaux en créant un compte de destination sur Tik Tok avec du contenu adapté à ce réseau social.
- ▶ Poursuite des actions de référencement de nos sites web, acquisition d'audience et d'achat d'espaces.
- ▶ Consolidation des alliances pour les actions de promotion avec le collectif Alpes et France Montagne.
- ▶ Mise en œuvre de la marque « Accueil Vélo » avec le concours du département des Alpes de Haute Provence.
- ▶ Poursuite du déploiement de la marque de destination.
- ▶ Optimiser la présence et le référencement du site ubaye.com afin qu'il ressorte mieux sur les moteurs de recherche (accompagnement par une agence SEO de juillet 2022 à juillet 2023)
- ▶ Création d'un blog, d'une part pour améliorer le référencement du site, et d'autre part pour donner du contenu plus expérientiel à nos visiteurs (escapade sur les ponts de mai en Ubaye / immersion dans les fêtes latino-mexicaines / j'ai testé pour vous ... / une journée à Serre-Ponçon / que faire en famille pendant les vacances de Pâques...)
- ▶ Intégration de la plateforme de marché Open Experience sur Ubaye.com

Accueil :

- ▶ Déclinaison de la marque de destination (boutiques).
- ▶ Optimiser l'organisation interne en phase avec les nouvelles orientations.
- ▶ Faire évoluer les équipes d'accueil vers le numérique
- ▶ Améliorer les intérieurs des espaces d'accueil

Événementiels :

- ▶ Poursuite de la stratégie événementielle à vocation touristique et durable.
- ▶ Continuité dans l'accompagnement des événements partenaires.
- ▶ Impulser une nouvelle offre autour des congrès en s'appuyant sur le Zocalo.
- ▶ Innover dans la programmation pour attirer des clientèles rajeunies

REJOIGNEZ LA

TribU

VENEZ
EN

Ubaye

alpes
FRENCH SOUTH



© Lucella - Photo - Tristan Siau

Nous sommes la **TRIBU** de ceux qui adorent le soleil.
Nous avons le même besoin d'évasion, de déconnexion.
Mais ici, chacun les vit à sa façon.
Il y a ceux qui dévalent et ceux qui se régalent.
Il y a ceux qui brassent et ceux qui se délassent.
Il y a les randonneurs du jour, les oiseaux de nuit.

Il y a ceux qui viennent depuis toujours et ceux qui ont découvert des vacances autrement.
Plus simples, plus intenses, plus réconfortantes.
Vous aussi vivez la montagne différemment.
Profitez du moment présent.

**Retrouvons-nous.
Venez en UBAYE.**

UBAYE
VALLEE DE BARCELONNETTE