

Publié le 11 janvier 2012

e-commerce : N'Py mutualise 8 stations pyrénéennes

Regroupées derrière la Saem Nouvelles Pyrénées et la marque N'Py, huit stations des Pyrénées ont réalisé une mutualisation de moyens qui a permis la création d'un site internet de réservation performant et d'un forfait innovant.



Tout en développant depuis 2004 une politique commerciale commune et une identité forte avec la marque N'Py (pour Nouvelle chaîne des Pyrénées), la [Saem](#) valorise les huit stations pyrénéennes membres et dope leur chiffre d'affaires avec l'e-commerce. Son site internet propose le rechargement et l'achat des forfaits de ski, l'information sur les pistes et des webcams qui montrent l'enneigement en direct. Aux traditionnels forfaits proposés sur la toile, s'ajoute un produit innovant baptisé No Souci, particulièrement apprécié par la clientèle de proximité. « Ce pass, qui s'achète via notre site internet, permet de skier dans les huit stations N'Py sans passer en caisse, les journées skiées sont directement débitées sur le compte du client avec des remises de 15 à 30 % et des règles de fidélisation », explique Christine Massoure, directrice générale de la Saem. Les avantages sont appréciés des skieurs. Conséquence : le forfait compte déjà plus de 40 000 abonnés et plus de 200 000 journées ski, soit environ 15 % des titres vendus.

Une réponse aux attentes des clients

En fédérant huit domaines skiables pyrénéens, la Saem Nouvelles Pyrénées a réussi le pari de créer une véritable force marketing, capable de rivaliser avec une grande station avec un plateau de vente et un service commercial qui comptent plus de 10 salariés. Isolée, aucune de ces stations n'aurait pu

se doter d'une telle organisation. Ses membres (Gourette, La Pierre Saint-Martin, Luz-Ardiden, le Domaine du Tourmalet, le Pic du Midi, Piau, Peyragudes et Cauterets) représentent un CA global d'environ 50 M€ avec 2,1 millions de journées de ski en 2010/2011. « Les ventes réalisées sur le Web ont totalisé 7,4 millions d'euros, soit une croissance de 32 % par rapport à la saison précédente », précise Christine Massoure. Un site en espagnol été lancé en 2010, ainsi qu'une version dédiée aux Smartphone en 2009. L'investissement global de 450 000 euros, amortis sur trois ans, a été possible grâce à l'union des sept stations et du Pic du Midi à travers la Saem N'Py. Un poste de « community manager » a même été créé cette année pour gérer les réseaux sociaux très en vogue. En 2 mois, 5 000 fans on déjà été recensés.

Le site internet devrait encore monter en puissance en 2012 avec le lancement d'une nouvelle version, « bâtie en fonction des attentes des clients d'après une étude réalisée l'an dernier ». Un comparateur donne désormais, dès la première page, une vision globale des stations avec des widgets sur des points forts tels qu'enneigement, météo, webcams, garderies, et autres services. En 2012/2013, les internautes pourront également avoir accès à l'ensemble des prestations du domaine skiable, comme l'hébergement et les cours de ski.