

Publié le 4 janvier 2010

Michel Pélieu : L'union fait la force dans les Pyrénées

À la tête de la Société d'économie mixte et d'aménagement de Peyragudes (Semap), Michel Pélieu est l'un des artisans du regroupement de sept domaines pyrénéens autour de la marque commune Nouvelles Pyrénées, une autre Sem qu'il préside depuis sa création en 2004.



Quelle est la particularité des stations de sports d'hiver pyrénéennes ?

MP - Contrairement aux stations alpines, majoritairement construites par de gros aménageurs privés, les stations de sports d'hiver pyrénéennes ont été aménagées par des collectivités qui ont décidé de prendre en charge leur destinée. On est donc loin de la grande industrie du ski des Alpes, avec des domaines de taille beaucoup plus modeste, mais qui restent attractifs par le caractère familial et convivial. L'économie mixte est donc apparue comme le cadre le plus adapté à notre activité. La collectivité garde le contrôle de son développement, tout en bénéficiant de l'efficacité du droit privé en matière de gestion.

Quels sont les atouts de Peyragudes ?

MP - La Société d'économie mixte et d'aménagement de Peyragudes a démarré son activité sur un champ de ruines à la fin des années 80. Guidée par une forte volonté de développement, la station est devenue en vingt ans l'une des trois premières des Pyrénées françaises en terme de chiffre d'affaires des remontées mécaniques. Il s'agit d'une station à la fois familiale, et moderne, accueillante et innovante. Notre engagement pionnier en faveur du développement durable, notamment à travers les démarches qualité Iso 9002 et Iso 14001, a fait de la qualité de nos paysages notre fonds de commerce majeur.

Pourquoi vous être rapprochés d'autres stations pour créer la marque commune N'Py ?

MP - Dans le contexte d'hyperconcurrence qui caractérise le marché du ski, se regrouper est un moyen de survivre. Étant donné que nous avons le même type de billetteries, nous avons dans un premier temps décidé de développer des actions commerciales communes afin d'améliorer notre visibilité sur le marché. Cette initiative a rapidement débouché sur des enquêtes de satisfaction destinées à évaluer nos services, d'abord entre nous, et ensuite dans un panel de stations alpines représentatives. Nous avons peu à peu appris à travailler ensemble sur des achats groupés et des formations communes à destination de nos personnels. Le fait de retenir de chacun le meilleur de son activité a permis de tirer tout le monde vers le haut pour améliorer nos services et notre rentabilité.

Par Marie-Anne RAMAZZINA