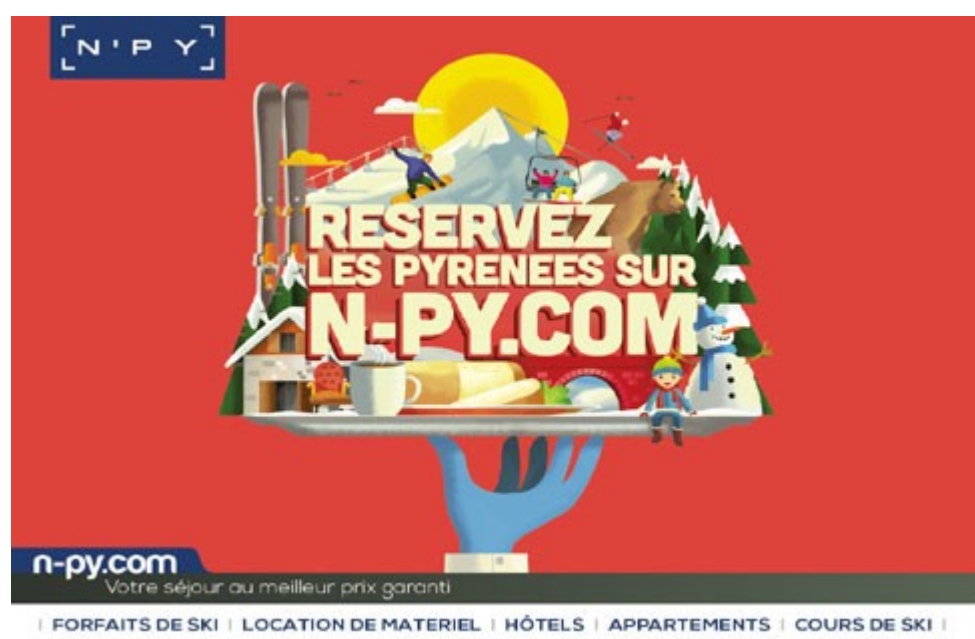


Publié le 29 novembre 2013

Pyrénées : N'Py met les réseaux sociaux au service de 7 domaines skiables

A la pointe en matière de marketing et commerce numérique, la Saem Nouvelles Pyrénées utilise les réseaux sociaux pour fidéliser les skieurs de sept domaines skiables pyrénéens et créer des réseaux d'ambassadeurs, relais sur la toile de sa marque N'Py.



En fédérant sept domaines skiables pyrénéens* avec sa marque N'Py, la [Saem Nouvelles Pyrénées](#) a mis en place au cours des huit dernières années une force marketing et des produits innovants qui s'appuient sur internet et le numérique. La stratégie a permis au domaine de monter régulièrement en puissance et d'entrer en concurrence avec les plus grandes stations de l'hexagone. Son chiffre d'affaires global atteint aujourd'hui les 57 M€ (dont 50 M€ en hiver) et 2,2 millions de journées de ski ont été vendues en 2012/2013.

« L'intégration des réseaux sociaux dans cette dynamique était logique », confie Christine Massoure, directrice générale de Nouvelles Pyrénées. Portée par ses années d'expérience en matière de Web, la Saem s'est vite affirmée sur ce nouveau créneau. « N'Py est aujourd'hui classée deuxième sur Facebook et Tweeter, juste derrière les Portes du Soleil et devant les Trois Vallées. Sur Tweeter, nous talonnons même les premiers ! ». A Facebook (40 750 fans) et Tweeter (2 121 suiveurs), s'est ajouté le réseau social de partage de photos et de vidéos Instagram (494 abonnés) et, tout récemment, Google +. Un poste à plein temps de community manager chargé de gérer ces réseaux a été créé en France et un autre en Espagne, autre marché porteur.

Une première en France

La mutualisation de moyens par la Saem Nouvelles Pyrénées sous la marque N'Py a également permis de créer en 2013 un site de réservation en ligne novateur, proposé entre autres via Facebook. Cette « agence de voyage » numérique met en relation directe les clients à plus d'une centaine de prestataires, proposant l'hébergement et la location de skis en complément du traditionnel achat de forfaits en ligne. « On joue le rôle d'intermédiaire et d'assembleur, explique Christine Massoure. C'est une nouvelle étape stratégique qui va permettre de consolider le chiffre d'affaires des domaines skiabiles, tout en dynamisant le développement économique du territoire et en accompagnant les opérateurs locaux dans les nouveaux modes de commercialisation ». Les prestataires ne versent pas de commission, mais une adhésion à l'année en fonction de leur chiffre d'affaires. Une filiale pourrait être créée à terme pour gérer cette activité.

La Saem renforce ainsi les synergies avec les réseaux sociaux et avec son site internet qui propose le rechargement et l'achat des forfaits de ski, les informations sur les pistes et des webcams. L'investissement en communication sur les réseaux sociaux sera de 110 000 euros pour la saison 2013-2014.

* Le groupement N'Py gère l'offre touristique des stations de Peyragudes, Piau, Grand Tourmalet (Barèges - La Mongie), Luz-Ardiden, Cauterets, Gourette et la Pierre Saint-Martin, ainsi que de trois grands sites (le Pic du Midi, Cauterets-Pont d'Espagne et le Train de la Rhune).

Par Marie-Anne RAMAZZINA