

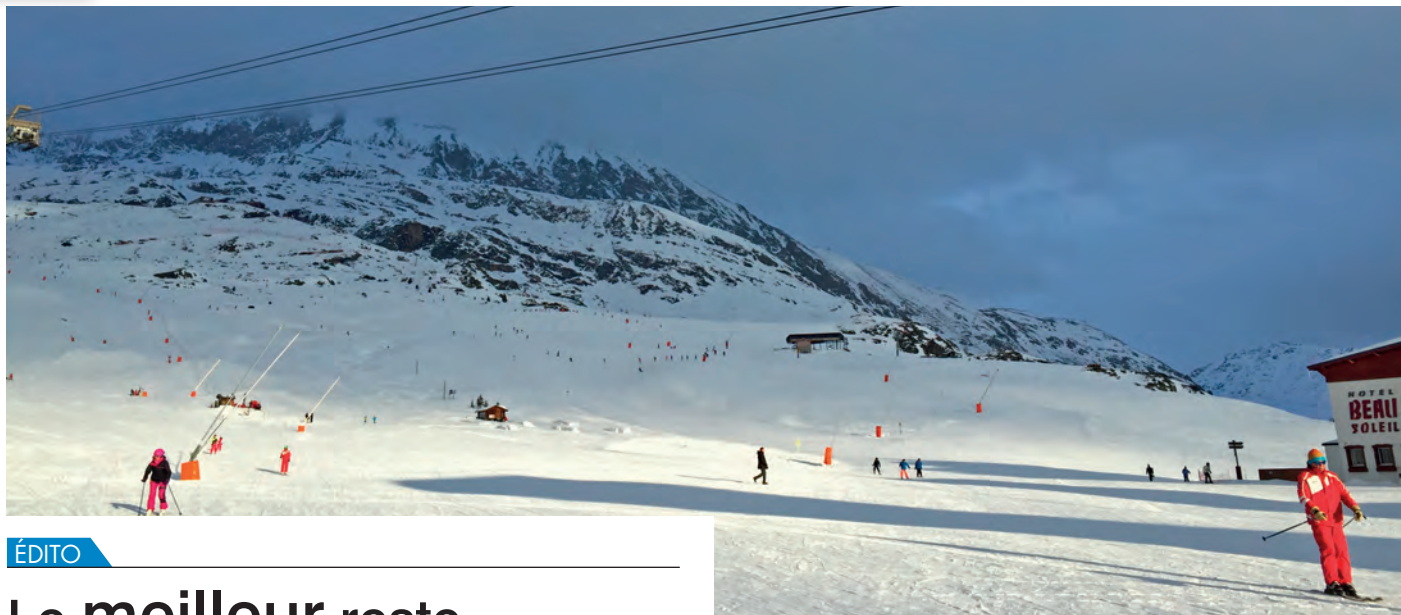
# La lettre des Pistes

L'ADSP EN ACTIONS



ASSOCIATION NATIONALE  
DES DIRECTEURS DE PISTES  
ET DE LA SÉCURITÉ DE STATIONS  
DE SPORTS D'HIVER

N° 6 • Avril 2015



ÉDITO

## Le meilleur reste toujours à construire



**Les pistes sont, et seront toujours, au cœur de l'ADN des stations.**

Parmi les nombreux métiers qui participent au bon fonctionnement de celles-ci, celui de Directeur des Pistes a toujours occupé une place à part. Par sa nature, la multiplicité et les dimensions des missions bien sûr, mais également au regard des responsabilités qui y sont attachées, y compris en cas ou d'incident ou d'accident sur le domaine skiable, comme l'actualité

nous le rappelle malheureusement trop souvent.

De grands chantiers de réflexion concernant l'évolution de ce métier qui est le notre vont s'engager dans les mois qui viennent, l'ADSP s'y impliquera activement.

Les enjeux sont importants et notre environnement en perpétuel mouvement : il est primordial de nous y adapter et de construire nous-mêmes notre avenir.

Toutes les énergies seront les bienvenues.

**Rendez-vous à Alpipro. ▲**

**Benjamin Blanc, président de l'ADSP**

TABLE RONDE

## Le digital et le numérique : apports et enjeux pour les métiers des pistes

**Nouveaux outils, nouveaux services, les métiers des pistes évoluent.**

Que ce soit en matière de gestion de l'information client et d'accueil, d'anticipation des flux skieurs, de modélisation et de scénarisation du domaine skiable, d'entretien et de sécurisation des pistes, d'optimisation des ressources naturelles ou humaines, ... les nouvelles technologies sont de formidables outils qui nous poussent à relever des défis toujours plus intéressants.

L'ADSP propose une table ronde sur ces thématiques et ouverte à tous. Parmi les sujets qui seront abordés : la modélisation des pistes et des snowparks (Dianeige), les outils d'aide à la décision (Kaliblu), les nouvelles techniques de géolocalisation des radios et des personnes (Sysocco), la gestion des relations clients / CRM (OT de Val Thorens).

Venez partager avec nous vos avis, vos questions et vos expériences. ▲

**Vendredi 24 avril 2015 - 10h - Alpipro - SavoieExpo - Chambéry**

**Table ronde: le digital et le numérique, apports et enjeux pour les métiers des pistes**

## Gestion des flux : contrainte ou expérience positive ?

Lumiplan Montagne a mis au point un algorithme qui, à partir des données de passage "main libres", permet de prévoir les points de saturation du domaine skiable. C'est le système Leanski.

Les données Leanski, combinées avec les afficheurs à Leds, situés aux départs des remontées ou à certains points hauts, permettent d'informer et guider les skieurs et donc de mieux répartir les flux sur les pistes.

### FLUIDITÉ DES SECTEURS

|                     |              |
|---------------------|--------------|
| AURIS               | CHARGÉE      |
| ALPE D'HUEZ 1800    | EXCELLENTE   |
| ALPE D'HUEZ BERGERS | BONNE        |
| ACCES GLACIER       | CHARGÉE      |
| GLACIER             | EXCELLENTE   |
| HUEZ                | TRÈS CHARGÉE |
| VILLARD RECULAS     | EXCELLENTE   |

### Le point de vue de l'expert

Christian Reverbel de la SATA (Alpe d'Huez) est pionnier dans ce domaine : «*Je remarque depuis que je fais ce métier que les gens skient beaucoup avec leurs habitudes et osent finalement assez peu s'aventurer sur des parties du domaine skiable qu'ils ne connaissent pas bien. Et comme le monde appelle le monde, on retrouve 80% des skieurs sur la moitié des pistes, ce qui génère une saturation anticipée de certaines zones. Et donc plus de risques d'accidents, plus de temps d'attente et une usure prématurée du manteau neigeux.*

*En utilisant la gestion des flux Leanski de Lumiplan, nous avons mesuré une meilleure répartition des skieurs. Les clients interrogés disent apprécier d'être informés et guidés vers des secteurs "fluides". Ils découvrent de nouveaux secteurs et finalement considèrent "en avoir plus pour leur argent"»*

Cette technologie s'appuie sur les dispositifs d'affichage électronique de Lumiplan, disposés sur le domaine skiable. Et ces mêmes équipements, souvent des bandeaux ou des grands écrans à Leds couleurs, sont également utilisés pour améliorer l'information et l'expérience des clients, à l'heure où la tendance est à la « scénarisation du domaine skiable ». ▲

[www.lumiplan.fr](http://www.lumiplan.fr)



## La technologie au service des nivoculteurs !

Pour faciliter la gestion de la production, TechnoAlpin propose des solutions de contrôle à distance. C'est le cas de « Liberty Mobile ».

Accessible via le réseau mobile ou wifi, le navigateur internet d'un smartphone ou d'une tablette, sans restriction de système d'exploitation, cette solution permet aux nivoculteurs des installations pilotées par Liberty d'avoir accès aux principales données de fonctionnement des enneigeurs (pression, débit et température). Au-delà d'offrir la simple possibilité de visualiser ces données, l'opérateur peut effectuer un certain nombre d'actions et aussi modifier des paramètres : qualité de neige, température de démarrage ou encore les priorités pistes et enneigeurs.

### Travail collaboratif et sécurité des personnes

Avantage de Liberty Mobile, cela renforce le caractère collaboratif du travail entre nivoculteurs sur le terrain puisque chacun bénéficie en temps réel du même niveau d'information. C'est aussi une source d'efficacité accrue car le nivoculteur va pouvoir réaliser lui-même certaines opérations qui auparavant nécessitaient un retour en salle de contrôle.

En outre, cela renforce la sécurité des personnes sur le terrain, puisque l'opérateur peut « consigner » l'abri, c'est à dire poser un verrou virtuel. Lors d'une intervention sur cet abri, l'information remonte instantanément jusqu'à l'ordinateur, ainsi les autres opérateurs sont avertis et aucune action ne peut être réalisée sur l'abri tant que le verrou est actif. Avec ces solutions de mobilité, TechnoAlpin France propose à ses utilisateurs les outils technologiques plus adaptés pour une exploitation encore plus performante de leurs installations. ▲

[www.technoalpin.com](http://www.technoalpin.com)

### FORMATION

## Une semaine de plus pour les pisteurs 1<sup>er</sup> degré

**Objectif pour la saison 2015-2016 : la formation des pisteurs 1<sup>er</sup> degré devrait s'enrichir et passer de 4 à 5 semaines afin de développer une dimension importante de leur cursus : la prévention et la relation avec la clientèle.**

Ce nouveau module témoigne de l'attention portée à la relation entre les pisteurs et les pratiquants, en dehors des situations d'urgence bien sûr.

De quelle manière construire cette relation ? Comment aller au devant des demandes ? Comment faire passer les messages ? Quelles sont les techniques pour faciliter le contact ? Les sujets d'échanges sont multiples : informations sur les règles de sécurité, la météo, les risques d'avalanches ou le domaine skiable en général... et les pisteurs les mieux placés pour être les interlocuteurs privilégiés des skieurs sur le terrain. Encore fallait-il qu'ils soient formés pour cela. Ce devrait être chose faite dans les mois qui viennent, pour la satisfaction de tous. ▲



## Enherbement : les bonnes pratiques au meilleur coût

Les bonnes pratiques en matière d'engazonnement sont mises à jour depuis plusieurs années, nous l'avons encore vérifié lors de la dernière Journée Technique de l'ADSP sur le site de Serre Chevalier en août 2014. Cette journée a notamment permis de confirmer que tous les acteurs de l'activité montagnarde sont à présent sensibilisés et attentifs à nos bonnes techniques.

Si l'activité de la filière Montagne dépend du tourisme Été-Hiver, elle tient pour partie à ces alpages durables et de qualité. Il nous paraît donc utile de rappeler à tous, l'intérêt de ces zones vertes et fleuries pour la filière élevage grâce à des fourrages adaptés et pérennes à ces altitudes parfois extrêmes, pour la tenue des sols avec des espèces fixatrices et à fort pouvoir racinaire, pour le paysage en respectant la faune et flore locale verte et fleurie, et enfin pour l'entretien approprié et limité de toutes ces zones remaniées.

Par la fourniture de formules semences nouvellement sélectionnées, la gamme 2015 permet des enherbements de type Alpages, Pistes non pâturées, Talus ou Fleurs de Montagne pour tous les massifs. Ceci, en s'adaptant aux contraintes naturelles de ces zones de 500 à 2 700 mètres d'altitude. Si le secteur des aménagements de pistes a dominé la préoccupation de ces dernières décennies, aujourd'hui les changements liés aux techniques alternatives permettent de considérer, avec cette nouvelle offre Enherbement, toutes surfaces de terrain remanié et soumis à des entretiens – publics ou privés – plus ou moins limités. ▲

[www.plusvertelavie.net](http://www.plusvertelavie.net)



## Déclenchement d'avalanches : une solution pour les parcs naturels

Difficile de respecter à la fois la législation et l'environnement en ce qui concerne la protection contre les avalanches dans des parcs nationaux : depuis quelques années, le système amovible O'BelIX® représente une nouvelle solution adaptée pour les parcs naturels classés comme celui des Dolomites, dans les Alpes italiennes.

En février 2014, à proximité de « la reine des Dolomites » (La Marmolada, 3 342 m), une énorme avalanche détruit le télésiège du Padon. En parallèle de sa reconstruction impérative, il a fallu réfléchir très vite à une solution de déclenchement préventif d'avalanche, capable de protéger ce nouvel investissement 24h/24 et par tout temps. L'exploitant italien a ainsi fait le choix de s'équiper de 18 déclencheurs à gaz amovibles O'BelIX® afin d'adapter son besoin aux exigences du parc naturel classé au patrimoine de l'Unesco dans lequel se trouve son domaine skiable Dolomiti Superski. ▶

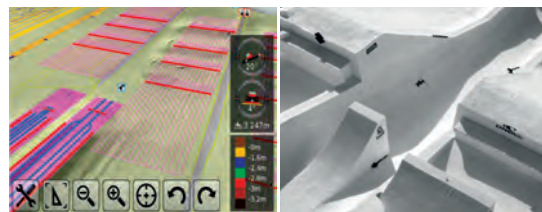
Installés dans les couloirs et radiocommandés à distance en saison hivernale, ils permettent un contrôle préventif total (capacité de 30 à 35 tirs avant recharge en oxygène et hydrogène) et écologique (pas de résidu polluant après les tirs) de l'activité avalancheuse en amont de l'installation. Retirés du domaine en période estivale (une seule rotation d'hélicoptère par appareil), ils offrent un respect complet du paysage tout en facilitant les opérations annuelles de maintenance dans la vallée.

Une preuve que la prévention des risques naturels avalancheux peut désormais conjuguer efficacité et sécurité tout en respectant la nature et l'environnement. ▲

[www.tas.fr](http://www.tas.fr)

## Modélisation des snowparks : ça fonctionne !

La tendance est là : les snowparks s'ouvrent aux pratiquants de tous les niveaux et participent désormais de l'attractivité des domaines skiables.



Cette évolution s'accompagne d'une montée en puissance des expertises au niveau de leur conception, de leur mise en œuvre et de leur entretien. Après les engins de damage spécifiques qui ont révolutionné il y a quelques années la pratique, un nouvel outil d'aide à la création de snowparks permet aujourd'hui au chauffeur d'accéder, via un écran à l'intérieur de sa machine, à une modélisation précise et en 3D du snowpark qu'il va construire. Les modules, leur taille, angles et forme, leur géolocalisation précise sur le terrain et le volume exact de neige à mobiliser sont indiqués et actualisés au fur et à mesure de l'avancée du chantier.

L'Alpe d'Huez et Les 2 Alpes ont déjà intégré ce système SNOWSat Park dont les avantages sont considérables : gain de temps machine, sécurité du chauffeur qui n'a plus besoin de sortir en permanence sur le terrain, possibilité de travailler la nuit ou par brouillard, optimisation des volumes de neige déplacés, précision des modules produits...

L'outil, qui aujourd'hui reproduit un snowpark ou des modules existants, devrait rapidement être en mesure de créer des snowparks de toutes pièces et même de les adapter à l'usage qu'en feront les pratiquants dont les sauts seront également modélisés.

Ne restera plus qu'une seule limite... l'imagination ! ▲

[www.snowsat.fr](http://www.snowsat.fr)



# Nous vendons une expérience et du plaisir à nos clients

La station de Val Thorens s'illustre, entre autre, pour sa stratégie de gestion client et en particulier l'efficacité de son CRM. Grégory Guzzo, directeur de l'Office de Tourisme, a accepté de répondre à nos questions concernant la montée en puissance du « digital » et du « numérique » dans les stations, y compris au niveau des métiers des pistes.

*Quels sont les enjeux à court et moyen termes, pour les stations de ski, de la montée en puissance du « digital » et du « numérique » ?*

**Grégory Guzzo :** Les enjeux sont clairs. Internet a révolutionné notre manière de consommer et le tourisme est directement impacté car c'est le secteur leader sur la toile en terme d'audience, d'influence et de ventes. Le seul fait d'être sur internet multiplie par 4 la concurrence. Le tourisme donc, n'échappe pas à la règle, et il est victime d'une hyper offre et d'une hyper concurrence. Mais c'est aussi une grande opportunité pour les organisations qui sauront prendre le virage en mettant le digital au service de la promotion et de l'accueil de la destination ou de l'entreprise.

C'est la première révolution du digital : explosion et atomisation de l'offre, hausse de la concurrence.

La seconde révolution tient à la recommandation et au souci de transparence qu'attendent les clients. En effet, le développement du digital a permis aux clients de prendre le pouvoir sur la toile. Mais là encore, ce n'est pas une menace pour peu que l'entreprise et la destination comprennent ce besoin de transparence, d'échanges et de clarté attendus par les clients. L'évolution des réseaux sociaux, des sites d'avis, des comparateurs et autres forums a complètement bouleversé la relation client que nous avons connu depuis des décennies. L'important aujourd'hui n'est pas ce que dit la destination ou l'entreprise, mais ce que les autres disent de nous.

Enfin, la troisième grande révolution amenée par internet est la mobilité, et donc, la contextualisation des messages, des offres que l'on propose et de l'information attendue par le touriste. Le mobile a permis aux marques, destinations et entreprises de pouvoir rentrer en connexion avec les clients, en franchissant même une certaine intimité. On peut donc lui pousser des informations en temps réel, à tout moment de la journée.

*Quels sont les domaines qui seront, à votre avis, prioritairement impactés ?*

**Grégory Guzzo :** Tous les domaines seront impactés à terme, s'ils ne le sont pas déjà d'ailleurs. La mobilité nous permet de rentrer directement en contact avec nos clients. La condition pour rendre une information ou un service efficace est cependant la suivante : le bon message, au bon moment, à la bonne personne et sur le bon outil (mail, téléphone, tablette, ...). L'enjeu est assez clair pour les destinations et les services qui la composent : il faut maximiser le séjour du client. Nous le savons, les clients ne perçoivent pas toutes les pistes d'une station, ils n'osent souvent pas s'aventurer sur les extrémités de domaine, et c'en est de même pour les animations proposées. Si nous pouvons, par le



digital ou toute autre action, maximiser le parcours du client, sa consommation de l'espace dans lequel il évolue, ou encore lui faire prendre rapidement ses marques dans un univers qu'il maîtrise mal, alors, nous augmentons considérablement ses chances de satisfaction. À l'heure justement, où tout se sait car tout se partage, c'est un enjeu essentiel pour augmenter la satisfaction de nos clients, leur perception de valeur du forfait et du ski, et les chances de faire parler de nous en bien. Toutes les étapes du séjour sont désormais concernées : le transport jusqu'à la station, les forfaits, le ski en lui-même, la météo, l'enneigement, les activités, le damage, etc.

*Quelle place pour les métiers des pistes dans le maillage numérique des stations ?*

**Grégory Guzzo :** Les pistes ont évidemment un rôle prépondérant dans cet écosystème digital, puisqu'elles sont au coeur du « réacteur » de chaque station de ski. Sauf qu'aujourd'hui, on ne vend pas que des kilomètres de pistes, des remontées ou du damage, mais une expérience à nos clients ; nous vendons du « plaisir » et des souvenirs mémorables. Aussi, ce que nous constatons à Val Thorens, où nous avons intégré les réseaux sociaux depuis longtemps maintenant avec des vrais producteurs de contenus vidéos et photos dans l'OT, c'est que les clients adorent découvrir « les coulisses » de la destination. C'est là une aubaine pour faire découvrir les différents métiers des pistes, du damage à la recherche de victimes. Les clients raffolent de ce genre de contenus, et c'est une réelle opportunité pour nous de mettre en valeur des métiers encore trop souvent ignorés. ▲

La lettre des  
**pistes**

Directeur de publication : Benjamin Blanc  
Conception/ Rédaction : S. Merindol 

ADSP - Association Nationale des Directeurs des Pistes  
et de la Sécurité de Stations de Sports d'Hiver  
La Croisette • Les Ménuires  
73440 St-Martin-de-Belleville  
mail : presidentadsp@gmail.com • [www.adsp.org](http://www.adsp.org)

## PARTENAIRES DE LA LETTRE DES PISTES N°6

