ANDORRADEV.

WHITEPAPER · AVRIL 2026

# Canal Direct pour Stations de Ski en Andorre

Comment les stations de ski et les exploitants de neige andorrans peuvent capturer plus de valeur des 2,32 millions de jours de ski vendus en 2024-25 avec vente directe, CRM et yield management.

andorradev.com · info@andorradev.com

## La saison record qui cache un problème structurel

La saison **2024-25 a fermé avec 2,32 millions de jours de ski vendus**, soit **4 % de plus que l'année précédente** (Grandvalira Resorts). Pal Arinsal a enregistré **422.000 jours** (+11,8 %) et Ordino Arcalís en a cumulé **197.000**. L'app de Grandvalira a atteint **68.000 téléchargements** (+38 %) avec **205.000 utilisateurs actifs** (+84 %), et les ventes en ligne ont augmenté de **19 %** (Turiski, bilan saison 2024-25). L'investissement prévu pour 2025-26 atteint **39 millions d'EUR**, un record historique.

Les chiffres sont bons. Mais sous les titres se cache une dépendance structurelle qui conditionne tout le modèle : **cinq mois de ski soutiennent une année entière d'opérations**. L'occupation hôtelière en hiver frôle les **85,27 %**, mais en été elle tombe à **64,97 %** (estadistica.ad). La neige artificielle consomme **11 millions d'EUR annuels**. Et le changement climatique projette des **pertes potentielles jusqu'à 50 millions d'EUR** si les saisons s'écourtent (El Independiente, impact climatique stations Andorre). Le ski est le moteur, mais un moteur qui fonctionne à rendement maximal seulement demi-année a besoin d'une stratégie numérique qui compresse chaque journée.

## Trois goulots d'étranglement qui limitent la croissance

**Dépendance des tour-opérateurs et des intermédiaires.** Une part significative des forfaits et des paquets de ski se vendent via des tour-opérateurs et des plateformes externes. Chaque intermédiaire se prend une commission et, pire encore, conserve les données du client. Sans ces données, tu ne peux pas faire de yield management réel ni de fidélisation à long terme.

**Saisonnalité extrême sans CRM touristique.** Le skieur qui vient cinq jours en février est le même qui pourrait revenir en juillet pour la randonnée, le VTT ou des événements. Mais si tu as acheté son forfait via un tour-opérateur, tu n'as pas son email, tu ne connais pas son profil et tu ne peux pas communiquer avec lui. Le forfait **Plus+** a capté **15.000 utilisateurs** (La Ciutat, saison Grandvalira), mais c'est seulement une fraction du marché total. Le reste ce sont des clients invisibles.

**Yield management inexistant ou manuel.** Les stations travaillent avec des tarifs échelonnés (haute, moyenne, basse saison), mais peu appliquent un pricing dynamique réel basé sur la demande, la météo, le jour de la semaine et l'anticipation d'achat. Les compagnies aériennes le font depuis 30 ans. Les stations de ski, non.

## Ce qui change avec un canal direct réel

**Vente directe avec pricing dynamique.** Un moteur de vente propre intégré avec ton système d'accès te permet d'appliquer un yield management réel : ajuster le prix par heure, par conditions de neige, par anticipation d'achat et par segment client. Les ventes en ligne ont déjà augmenté de **19 %** cette saison, ce qui prouve que le skieur est disposé à acheter numériquement. La question est s'il achète sur ton canal ou celui d'un intermédiaire.

**CRM multicanal pour rompre la saisonnalité.** Chaque forfait vendu directement c'est un

client identifié : nom, email, nationalité, jours skis, niveau, préférences. Avec cette base de données tu peux lancer des campagnes estivales (randonnée, VTT, événements) au skieur d'hiver, des campagnes de renouvellement d'abonnement au client récurrent et des promotions de dernière minute quand la météo est favorable. Les **205.000 utilisateurs actifs** de l'app de Grandvalira sont un début, mais le CRM doit aller plus loin que l'app.

**Gestion intégrale des employés saisonniers et des opérations.** Le secteur emploie **5.430 employés saisonniers** chaque hiver. Un portail numérique interne pour la gestion de l'onboarding, des horaires, de la formation et de la documentation réduit la charge administrative et améliore la rétention sur un marché où trouver du personnel devient de plus en plus difficile.

**Expériences numériques sur les pistes.** Cartes interactives, état des pistes en temps réel, alertes météorologiques personnalisées, gamification (kilomètres skis, dénivelé cumulé) et upselling de services (restauration en piste, location premium, cours). Tout connecté au CRM pour que chaque interaction alimente le profil du client.

## Prochaines étapes

Si tu veux que chaque forfait vendu soit le début d'une relation avec le client et non une transaction anonyme qui se perd dans la feuille de calcul d'un intermédiaire, tu as besoin d'une infrastructure numérique propre. Chez AndorraDev, nous travaillons avec les exploitants de neige et de sports en Andorre pour construire des moteurs de vente directe, des CRMs et des systèmes de yield management adaptés à la réalité de la Principauté. Si tu veux voir quelle part de tes ventes tu peux reprendre au canal intermédiaire, discutons-en.

**PARLONS DE VOTRE PROJET**

**andorradev.com/contact**

info@andorradev.com