

VIDÉOS

Marc Béchet crée le Netflix du Mont-Blanc. L'ancien DG de l'OT de Megève et d'AuRA Tourisme a ouvert une plateforme de vidéos. Elle rassemble des films libres de droits sur le Mont-Blanc. Le site est édité par FrancePlay.

MONSIEUR NEIGE

Vincent Jay rejoint la Banque populaire AuRA. Il s'occupe des partenariats neige à la direction de la communication de la Banque populaire AuRA. Le champion olympique de biathlon était à la tête du Club des Sports de Val-d'Isère depuis 2014. Il organisait le Critérium de la Première neige, dont la banque est le sponsor historique.

AMBASSADEUR

Kilian Jornet représente Volvic. La marque d'eau minérale d'Auvergne a choisi l'ultra-trailleur catalan pour être son ambassadeur mondial. Kilian Jornet est suivi par une communauté de 1,7 million de followers sur les réseaux sociaux.

MÉDIAS

Pierre Boucaud accélère le développement numérique de 8 Mont-Blanc. Le PDG de la chaîne de télévision locale poursuit sa stratégie bimédia (TV/réseaux sociaux). 8 Mont-Blanc développe des contenus spécifiques pour Facebook Live et Instagram.

Coup de projecteur sur des chefs d'entreprises qui font grandir les montagnes.

ENTÊTES

L'HOMME DE L'ANNÉE



Thomas Rouault a cofondé le site de e-commerce Snowleader avec son ami Gaëtan Bastard-Rosset.

Thomas Rouault pousse Snowleader vers les sommets

PRÉCOCE. Thomas Rouault a tout juste 26 ans quand il crée Snowleader avec son ami Gaëtan Bastard-Rosset. Dix ans plus tard, le site de e-commerce spécialisé dans les sports de montagne réalise 23 M€ de chiffres d'affaires, compte 80 salariés et vend dans sept pays européens. L'histoire commence dans un garage au Grand-Bornand pour stocker les skis et autres produits. Le spécialiste de matériel outdoor s'engage à livrer en moins de 24 heures les achats en ligne. « Notre promesse n'a jamais été le prix, car sur internet vous trouverez toujours quelqu'un qui proposera des prix moins élevés », explique Thomas Rouault.

FACÉTIEUX. Clin d'œil pour marquer ses origines savoyardes : ils joignent un Reblochon pour toute commande supérieure à 150 €. Un bon coup de communication. « En 10 ans nous avons dû écouler 160 000 fromages, soit environ 31 T ! », s'amuse-t-il. Snowleader ne recule devant aucune facétie : en décembre dernier, c'est

un préservatif arôme Reblochon qui était offert aux clients à l'occasion de la journée mondiale de lutte contre le sida.

Plus récemment, Snowleader a créé *Mountain Spirit* avec l'aide de Nivéales Media. Un magazine semestriel de 52 pages diffusé à 100 000 exemplaires, dont 20 000 avec le magazine *L'Équipe* en janvier 2019.

RETAILER. Depuis quatre ans, Snowleader ne se contente plus de ses ventes en ligne. « Le e-commerce ne pèse que 15 à 20 % des ventes de ski », justifie Thomas Rouault. Un premier magasin a été ouvert à Annecy en 2015. Il a servi de test et d'apprentissage pour ce nouveau métier de retailer. « L'ouverture de la boutique a généré énormément de notoriété. »

Une autre boutique a suivi à Chamonix en décembre 2017, puis en avril 2018 à Lyon. Paris est évidemment dans la ligne de mire. Avec l'ambition d'ouvrir deux boutiques par exercice fiscal. ➤ MO



VINTAGE

Marcel Livet revit grâce à son arrière-petit-fils

Victor Édouard prépare depuis un an le lancement de la marque de skis en bois Marcel Livet. Le nom de sa jeune société est un hommage à son arrière-grand-père. Il a été l'un des pionniers du ski en France.

« Je suis parti sur un ski très artisanal, qui met en valeur l'ébénisterie française avec ses décors en marqueterie et le médaillon en métal qui "signe" la spatule », décrit Victor Édouard.

Le premier tirage d'une quarantaine d'exemplaires sert au pré-lancement. Ils ont été fabriqués « essentiellement pour en faire la démonstration » auprès des athlètes et des professionnels, notamment lors du Sport-Achat Hiver à Eurexpo (Lyon).

À terme, le jeune entrepreneur annécien envisage une production limitée de 1 000 à 2 000 paires de skis. ➤

RELATION CLIENTS

Gayé Delahousse a conçu le TripAdvisor des stations

Après 12 ans passés au sein de la Compagnie des Alpes, dont dix comme directrice marketing et commerciale de Val d'Isère, Gayé Delahousse a créé en 2017 Ski Guru. Il s'agit du premier comparateur de stations de ski basé sur les avis clients.

« Je suis une passionnée de montagne, explique la dirigeante de la jeune pousse chambérienne. Mais les stations ne sont pas toutes très fortes dans leurs relations avec les clients. L'idée de la plateforme Ski Guru est de fournir des informations sur l'ensemble du parcours dans une station de ski, basée sur les avis des skieurs. »

Le modèle repose sur un abonnement des stations. Six d'entre elles ouvrent aujourd'hui leurs bases de données clients à Ski Guru afin d'interroger ceux qui se sont réellement rendus dans la station. Accessibilité, vie en station, pistes, accueil des enfants, les internautes peuvent ensuite choisir leur destination selon leurs critères. ➤