MEDIA KIT
Saison 2024-2025

Consultez le magazine ici

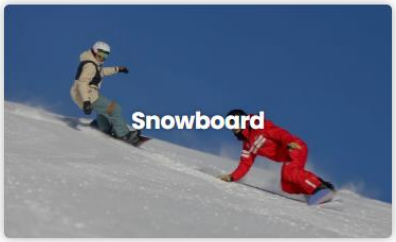
| 300 |

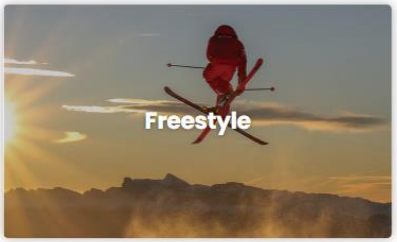
300, c'est en moyenne le nombre de nouveaux moniteurs diplômés chaque année, à l'issue du diplôme d'Etat de moniteur de ski alpin.

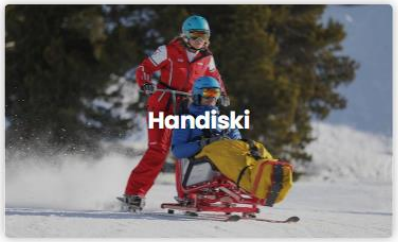
Chaque récipiendaire reçoit sa médaille de moniteur de ski, numérotée, qu'il conservera toute sa vie.

Les moniteurs dotés de leurs pulls rouges sont :

- Des consommateurs à **fort pouvoir d'achat**
- Des **prescripteurs** pour leur clientèle
- Des **leaders d'opinions** dans leurs stations.
- Des **pluriactifs multi diplômés** : B.E.E.S. vtt, parapente, golf, voile, accompagnateurs moyenne montagne, guides ...







Des moniteurs ultra-motivés et investis dans leurs missions

« Nous sommes avant tout des **éducateurs sportifs** »

66% des moniteurs placent cette caractéristique en premier. 80 ans après sa création, la profession a su préserver ses fondamentaux : **enseigner la technique, la sécurité.**

LA DEUXIÈME CARACTÉRISTIQUE SELON LES MONITEURS EST D'ÊTRE **« RÉFÉRENTS DE LA MONTAGNE »**

Et justement, l'attente client est en phase.

CÔTÉ TECHNIQUE...

75% des clients prennent des cours de ski avec un moniteur **esf** pour progresser techniquement.

« Ce chiffre très important confirme toute la qualité de la formation de notre École Nationale des Sports de Montagne et l'importance de l'alternance au sein des centres de formations **esf** agréés. Nous assumons cette question prioritaire pour les clients, jugée comme une valeur de base pour les moniteurs **esf**. La filière montagne de la formation française est un atout pour l'offre touristique montagne et elle doit pouvoir disposer des moyens nécessaires pour sécuriser sa mission. »
ÉRIC BRÈCHE

Les deux motivations suivantes des clients sont la **sécurité** et la **recherche d'autonomie.**

CÔTÉ SÉCURITÉ...

77% des clients **esf** ont adopté le casque, contre **61 %** pour les autres clients des stations. À ce titre, **97 %** des moniteurs **esf** réaffirment que la sécurité des clients est une de leurs principales préoccupations. Et **27 %** des clients **esf** prennent des cours pour avoir un sentiment de sécurité plus important, vaincre le stress et donc prendre plus de plaisir sur les pistes.

AU-DELÀ DE CES ASPECTS, LES MONITEURS **esf** ONT PERÇU CHEZ LEURS CLIENTS 2 ATTENTES (BIEN AVANT LE CRITÈRE PRIX) :

1. **La qualité des prestations** > 7,9/10
2. **Les services** (type pack "tout compris") > 6,6/10

96% des moniteurs **esf** considèrent qu'ils sont **des acteurs engagés dans la réussite de leur station. Ils revendiquent une mobilisation très forte au service de leur territoire.** Ils sont passionnés par leur activité et les valeurs qu'elle porte. En comparaison, 69 % des salariés français en entreprise se disent désengagés (Étude Gallup 2020).

74% DES MONITEURS CHOISISSENT DE CONTINUER LEUR ACTIVITÉ EN RAISON DU CONTACT, DES RENCONTRES AVEC LES CLIENTS

« Pour la joie des enfants après une bonne séance. »

« Pour le contact humain, le lien sociologique, procurer du bonheur. »

« Pour transmettre ma passion et mes compétences, pour faire progresser. »

Une importante plus-value économique pour les stations

« **L'engagement** des clients **esf** est plus fort que celui des autres »

UNE CLIENTÈLE QUI VIENT **PLUS SOUVENT**

+25% Les clients **esf** consacrent 25 % de vacances en plus à la montagne, par rapport aux autres clients.

UNE CLIENTÈLE QUI RESTE **PLUS LONGTEMPS**

+25% La durée de leur séjour est supérieure de 25 % en moyenne, par rapport aux autres clients.

NOMBRE DE VENUES EN STATION SUR LES 5 DERNIÈRES ANNÉES

Clients **esf** ●●●●●

Autres clients ●●●

Le poids économique de la clientèle **esf** pour les stations est indéniable !

LA MONTAGNE AUTREMENT

Cette adhésion conforte le choix du SNMSF de mettre en place des produits tels que Neiges & Montagne autour de la sensibilisation au milieu, à la sécurité, au hors-piste, à la rando, à la raquette... Ainsi que des initiatives auprès des jeunes skieurs, comme « Fais ta trace mais ne laisse pas de traces » visant à protéger le milieu naturel des stations.

ET LE RESTE DE L'ANNÉE ?

2 tiers des esf* se déclarent intéressées par l'instauration de la démarche Montagne Expériences : une marque qui fédère les acteurs locaux pour promouvoir les activités hors ski en capitalisant sur les locaux, les moyens humains, les moniteurs pluriactifs... et tout cela prochainement sous forme de stage pédagogique à destination des enfants.

* Enquête interne du SNMSF - février 2021

99% des moniteurs déclarent être **un maillon de la chaîne de valeur de l'écosystème de la station** (relative à la satisfaction qu'en retirent les clients). Et plus de **40 %** d'entre eux se disent aussi **« animateurs » ou « ambassadeurs ».**

D'AILLEURS...

83% des clients **esf** viennent en montagne pour pratiquer le ski et les activités de glisse (contre **44 %** pour les autres clients non **esf**).

71% des clients **esf** déclarent rester fidèles à leur station (contre **55 %** pour les autres clients non **esf**).

IL NE FAIT DONC AUCUN DOUTE QUE L'IMPLICATION DES MONITEURS **esf** A DES RÉPERCUSSIONS DIRECTES SUR L'ATTRACTIVITÉ D'UNE STATION ET LA FIDÉLITÉ DES CLIENTS À CETTE MÊME STATION.

ENQUÊTE RÉALISÉE PAR G2A CONSULTING EN JANVIER 2022 AUPRÈS DE 3 000 MONITEURS ESF 8 500 CLIENTS ESF 1 000 SKIEURS NON-ESF

Alpamayo Régie media

En quelques chiffres...

220 ÉCOLES DU SKI FRANÇAIS

1 MILLION DE PASSAGES DE TEST PAR SAISON

2,5 MILLIONS D'ÉLÈVES PAR SAISON

5 MILLIONS D'HEURES MONITEURS CHAQUE ANNÉE

30 NATIONALITÉS

5 ATHLÈTES INTERNATIONAUX QUI PORTENT LES VALEURS ET LA MARQUE

EN 2023 : OPHÉLIE DAVID
MARIE DORIN-HABERT
JEAN-BAPTISTE GRANGE
JULIEN LIZEROUX
PIERRE VAULTIER

310 MILLIONS € DE CHIFFFRE D'AFFAIRES

206 MILLIONS D'AUDITEURS, LECTEURS, TÉLESPECTATEURS TOUCHÉS

Nos marques

esf | NEIGES & MONTAGNE | esfbusiness | Mon séjour en Montagne | MSeM | MONTAGNE expériences | mon aventure MONTAGNE

traces ..... **LE MAGAZINE OFFICIEL** DES MONITEURS ESF .....

| LE MAGAZINE |

- Périodicité : **4 numéros** /an (Octobre, Décembre, Février, Juin)
- Tirage : **18 500 exemplaires**
- Diffusion : **18 000 abonnés** *

17 000 moniteurs, directeurs ESF, directeurs techniques

80 % sont des hommes
34 ans en moyenne
220 écoles réparties sur 26 départements

+ 1 000 exemplaires à destination des :

> Directeurs de remontées mécaniques (adhérents DSF)
> Fournisseurs de matériels et services pour la montagne (AFMONT)
> Maires de communes de montagne (Membres ANMSM)
> Directeurs Offices de Tourisme (Membres ANMSM)

Consultez le magazine ici

** Source : SNMSF*

..... TARIFS ET FORMATS .....

*Au 01/01/2024

| LE |MAGAZINE

Espaces	Formats mm	Tarifs HT
2ème CV	PP 210x270 mm (+ 5 mm)	6 130 €
3ème CV	PP 210x270 mm (+ 5 mm)	5 670 €
4ème CV	PP 210x270 mm (+ 5 mm)	6 350 €
Face édito	PP 210x270 mm (+ 5 mm)	5 670 €
Double page	PP 420x270 mm (+ 5 mm)	9 080 €
Page	FU 210x270 mm (+ 5 mm)	4 540 €
1/2 Page	FU 180x115H mm	2 450 €
1/4 Page *	FU 87Lx115H mm	1 360 €
1/6 Page *	FU 87Lx74H mm	850 €

**formats réservés à la page stages / formations*

Conditions générales de ventes - Tarifs bruts au 01/01/2024

Remise nouveau client : **3%**
Remise fidélité : **7%**
Remise stages - formations : **23%**
Remise mandataire : **15%**

1 insertion : **5%**
2 insertions : **10%**
3 insertions : **15%**
4 insertions et + : **20%**

Emplacement de rigueur : Recto, 1er cahier, contre texte + 10%

Planning	Parution	Bouclage Technique	Bouclage Réservation
TRACES **#143**	15/10/2024	15/09/2024	15/08/2024
TRACES **#144**	15/12/2024	18/11/2024	10/11/2024
TRACES **#145**	11/03/2025	19/02/2025	09/02/2025
TRACES **#146**	27/06/2025	15/05/2025	06/05/2025

**Non contractuel, sous réserve de modification de l'éditeur*

..... CONTACT .....

Publicités & Partenariats

47, rue Thiers

38 000 Grenoble – France

Tel : +33 (0)4 58 00 16 98

contact@alpamayo.biz

www.alpamayo.biz

Alban Guglielminetti – *Directeur média*

04 58 00 30 75 - alban@alpamayo.biz

Conditions Générales de vente au 01/01/2024

Toute souscription d'un ordre de publicité pour l'annonceur et son mandataire implique l'acceptation des conditions générales de vente ci-après. Les ordres de publicité sont exécutés aux conditions du présent tarif.

RÉSERVES

La publicité paraît sous la responsabilité de l'annonceur qui, notamment, s'oblige à respecter les règles dégagées par les usages et la loi en matière de publicité. Il garantit l'éditeur contre les poursuites judiciaires que ce dernier pourrait encourir du fait des annonces publicitaires qu'il a fait paraître sur ordre et il l'indemnisera de tous les préjudices qu'il subira et le garantira contre toute action du fait des tiers en raison de ces insertions.
L'éditeur se réserve le droit de refuser, à tout moment, une insertion qui apparaît contraire à la législation en vigueur, ou qui, par sa nature, son texte ou sa présentation, paraîtrait contraire à l'esprit ou la présentation de la publication, ou qui serait susceptible de provoquer des protestations de ses lecteurs ou de tiers.
En ce qui concerne la publicité rédactionnelle, pour ne pas créer de confusion dans l'esprit du lecteur, toute publicité présentée sous forme rédactionnelle devra porter, de manière bien visible, la mention explicitant sa nature.
L'éditeur se réserve le droit de modifier ses conditions tarifaires, même pour les ordres en cours, moyennant un préavis de trois mois. Sans observation de l'annonceur par lettre recommandée avec accusé de réception dans un délai de quinze jours, l'éditeur considérera avoir l'accord de celui-ci. Aucun emplacement ne peut être garanti sans paiement des majorations correspondantes.

DÉFINITIONS

Annonceur : Sont réputées constituer un seul et même annonceur ou groupe d'annonceurs, toutes les sociétés d'un même groupe qui achètent de l'espace publicitaire au travers d'une entité unique assurant les fonctions média. Sont considérées comme sociétés d'un même groupe d'annonceurs, toutes les sociétés dont le capital social est détenu à plus de 50% au 1er janvier 2013 par une même personne physique ou morale. La justification devra être communiquée à l'éditeur par LRAR, les conditions groupe n'étant applicables qu'à réception des justificatifs. Mandataire : Tout intermédiaire professionnel assurant une prestation complète, notamment la réservation d'espace, l'ordre d'achat, la gestion et le contrôle des facturations, qui intervient pour le compte et au nom d'un ou plusieurs annonceurs pour acheter de l'espace publicitaire dans un ou plusieurs supports au cours de la période concernée, en vertu d'un contrat écrit de mandat. Une attestation de mandat devra être produite à l'éditeur. En cas de modification ou de résiliation de mandat en cours d'année, l'annonceur en informera sans délai l'éditeur par LRAR, étant précisé que cette modification ou cette résiliation sera valablement opposable à l'éditeur à compter de la date de réception de la dite lettre.

RÉCLAMATIONS / ANNULATIONS

Toute réclamation doit, sous peine de déchéance, être effectuée par écrit dans le mois suivant la parution. Toute demande d'annulation ou de report d'un ordre de publicité devra être adressée à l'éditeur par écrit, avant la date de bouclage commercial prévue par le calendrier technique, soit 4 semaines avant parution. Dans le délai de 1 mois à 15 jours avant la date de bouclage commercial, toute annulation d'emplacement préférentiel fera l'objet d'un dédit d'un montant égal à 20% du prix net des ordres annulés. En deçà de 15 jours, 50% du montant de l'ordre initial seront dus. Toute demande d'annulation qui ne sera pas effectuée par écrit ou dans les délais indiqués ne sera pas prise en compte.
Ces annulations ne devront pas remettre en cause la formulation du contrat ayant permis de bénéficier du dégressif, et notamment le palier de remises. À défaut, une facture de rappel du dégressif sera effectuée. La responsabilité de l'éditeur ne saurait être engagée si, pour des raisons indépendantes de sa volonté, contractuellement assimilées à un cas de force majeure tel que défi ni par le Code Civil, il se trouvait dans l'impossibilité d'imprimer, de publier ou de diffuser tout ou partie d'un ou de plusieurs numéros de la publication ou d'une ou plusieurs annonces de publicité. Les avoirs se rapportant à une vente sur une année civile donnée devront être réclamés avant la fin du premier trimestre de l'année civile suivante.

FACTURATION

L'annonceur est dans tous les cas responsable du paiement de l'ordre de publicité aux conditions défi nies sur ce dernier. Pour être à même d'accepter les ordres d'un mandataire, l'éditeur doit être en possession d'une attestation de contrat liant l'annonceur et le mandataire, qui sera réputée à durée indéterminée jusqu'à son interruption par l'annonceur.

MODALITÉS DE PAIEMENT

Pour les nouveaux clients, le règlement se fait à la remise des ordres. Dans les autres cas, à condition de présenter des garanties de paiement qui devront recevoir l'agrément préalable de l'éditeur, le règlement est fixé à 30 jours fin de mois suivant la date de facturation. Si le règlement s'effectue par traite acceptée et domiciliée, celle-ci devra impérativement être retournée dans un délai de 8 jours après réception de la facture. En cas de retard de paiement, l'éditeur se réserve le droit de suspendre l'exécution des ordres, de décider le retour au règlement comptant, et facturera des pénalités de retard calculées au taux de 1,5 % par mois.

CONDITIONS PARTICULIÈRES

Dans certains cas de promotion, des offres de saisonnalité ou de bouclage peuvent être proposées par le support. Ces promotions éventuelles viennent en substitution des autres remises, hors remise professionnelle. La remise professionnelle de 15 % est calculée sur le net après remises et dégressifs. Tout paiement éventuel et exceptionnel sous forme d'échange publicitaire en contrepartie de marchandises, d'espaces ou de services fera l'objet d'un contrat écrit qui prévoira les conditions de paiement. Ces investissements ne rentrent pas en ligne de compte pour l'assiette de calcul de tarifs dégressifs ou de dégressif par regroupement d'achat.

ÉLEMENTS TECHNIQUES

Les documents d'impression doivent être parvenus au service publicité 3 semaines avant la date d'impression. Ils doivent comporter les indications nécessaires à la bonne reproduction. Les documents d'impression, sauf demande express de l'annonceur, ne sont pas conservés par le journal. L'éditeur se dégage de toute responsabilité sur la
reproduction des annonces couleur livrées sans épreuve générée d'après le document d'impression fourni, ou si les éléments d'impression lui parviennent hors délais.
Toute annonce modifiée ou réalisée par l'éditeur fait l'objet de l'expédition d'un bon à tirer, tant que les délais de bouclage le permettent. Tout bon à tirer non renvoyé dans les 48 heures implique l'accord de l'annonceur et dégage la responsabilité de l'éditeur. Dès lors que la date de réception d'une annonce à modifier ou à réaliser par l'éditeur ne permet plus, eu égard à la date de bouclage, l'expédition d'un bon à tirer, l'éditeur est également dégagé de toute responsabilité. En tout état de cause et quelle que soit l'origine des documents, la responsabilité de l'éditeur se limite à la réinsertion de l'ordre dans la parution suivante. Les frais techniques de réalisation d'une annonce ne peuvent être déterminés qu'au vu des documents fournis. Ils sont dans tous les cas à la charge de l'annonceur. En cas de litige, le Tribunal de Commerce de Grenoble est seul compétent, même en cas d'appel en garantie ou pluralité de défendeurs