

► **COMMERCE**

LA COOPÉRATIVE ADOPTE UN STYLE MONTAGNARD.

Sherpa fait peau neuve

Spécialisée dans le commerce alimentaire de proximité en montagne, Sherpa s'apprête à tourner une page de son histoire. Dirigée depuis octobre 2008 par Manuel Parcero ⁽¹⁾, la coopérative annonçait au printemps dernier le non-renouvellement du partenariat la liant à Prodim (Carrefour Proximité). Signé en 2002 pour une durée de sept ans, le protocole prendra fin le 30 novembre prochain.

Sherpa, qui souhaitait améliorer ses conditions d'achat, a étudié les offres susceptibles de répondre à son cahier des charges. Le nom de son nouveau partenaire sera dévoilé le 1^{er} décembre.

Ce changement de fournisseur se traduira, entre autres, par le retrait de Prodim qui détient 26 % du capital de la société Corema, propriétaire de l'enseigne Sherpa.

CHANGEMENT DE DESIGN

La saison 2009-2010 va aussi être marquée par la mise en œuvre d'un nouveau style de magasin. «Notre précédent concept commençait à dater. Il est important de se renouveler face

à une clientèle de montagne qui finalement change assez peu», explique Michel Albert, responsable communication et développement de la coopérative.

Misant sur des matériaux comme l'ardoise, la pierre et le bois, les nouveaux aménagements ont adopté un style montagnard rompant avec la froideur des supérettes traditionnelles. Les deux magasins pilotes, qui ont testé le concept à Tignes Val Claret et Praz de Lys, ont bouclé leur exercice sur une progression de 10 %. Ces résultats encourageants ont conduit à la poursuite du programme avec la rénovation, cet automne, d'une quinzaine d'autres magasins pour un budget moyen de 300 euros/m².

Implantée à Saint-Félix, Sherpa dispose d'un réseau de 108 magasins dans 88 stations. La coopérative, qui emploie 650 personnes, réalise un chiffre d'affaires annuel stabilisé autour de 75 millions d'euros. ■

Sophie Boutrelle

¹⁾ Cet ex-cadre dans la grande distribution est l'un des membres fondateurs du groupement Sherpa