

sherpa

Communiqué de Presse
Saint Félix (74) - Janvier 2010

Sherpa lance une nouvelle campagne de communication : glamour, décalée et sans marmotte !

La chaîne de magasins d'alimentation Sherpa, spécialisée dans le commerce de proximité en montagne, poursuit sa révolution. Après son nouveau logo et la conception plus moderne des magasins, la communication de l'enseigne change et prend un ton décalé et glamour : fini la marmotte et autres animaux ! Pour médiatiser sa nouvelle identité et sa nouvelle communication, l'enseigne investit 770 000 € dans son budget communication, soit une augmentation de 40%.

Mettre en avant deux services proposés par les magasins Sherpa

L'objectif de la nouvelle campagne Sherpa est de communiquer tout au long du parcours du consommateur : avant son départ en station, pendant son trajet, puis pendant son séjour. La cible visée est urbaine et de CSP supérieure, la plus concernée par les vacances aux sports d'hiver.

Deux des services proposés par les magasins sont particulièrement mis en avant : le prêt gratuit d'appareils à fondue ou raclette et la reprise des articles non consommés. Deux spots TV de 20 secondes ont été conçus par le réalisateur Pierre Isoard, sur un ton décalé et très glamour. Pour les téléspectateurs, une jeune femme charmante et très dénudée accueille un client ébahi et lui propose de reprendre ses produits non consommés... Version inversée pour les téléspectatrices : un bel homme en petite tenue accueille une cliente franchement étonnée et ravie ! Le tout dans l'ambiance chaleureuse et moderne des magasins relookés : vous ne rêvez pas ! (Vous êtes chez Sherpa !).

Les spots sont diffusés sur 2 vagues correspondant aux grands départs à la neige : la première vague a eu lieu à Noël (du 10 au 20 décembre 2009) et se poursuivra avant les vacances d'hiver (du 28 janvier au 7 février 2010). En accord avec la cible de la campagne et son ton décalé, la diffusion se fait sur les chaînes Canal + (à Noël seulement), LCI, Eurosport, BFM TV, i Télé et Paris Première. 590 spots seront diffusés, soit 9 millions de contacts pour la première vague et 4 millions pour la deuxième. Le budget alloué est de 210 000 €.

Un plan média multi-supports

Conjointement à la campagne TV, plusieurs actions sont prévues.

■ 265 000 chéquiers Avantages (avec bons de réduction et points fidélité) sont distribués aux principaux péages d'autoroutes lors des samedis des vacances de Noël et février. Cette opération est couplée avec un plan radio sur Radio Info Autoroutes, sur la base de 6 spots radio de 30 secondes par

➔ www.sherpa.net

jour, de mi décembre à mi avril. Les chéquiers Avantages sont également distribués en magasin.

■ Deux nouveaux visuels issus des spots TV sont affichés sur les 6 panneaux longue conservation de l'enseigne et sur les véhicules des magasins. Une campagne de presse reprend ces nouveaux visuels, dans les supports suivants : catalogue Nouvelles Frontières Neige, le Figaro Magazine, L'Express, le Nouvel Observateur et TV Magazine.

■ Enfin, le site internet Sherpa est complètement repensé, en accord avec la nouvelle charte graphique et le nouvel axe de communication, l'objectif étant de rendre désirables les produits présentés en ligne pour favoriser les achats d'impulsion : du glamour, encore du glamour...

Pour visualiser les nouveaux spots, cliquer sur le lien suivant : <http://www.youtube.com/ALTERNATIVEMEDIAPR>

Vous ne rêvez pas !

sherpa
ALIMENTATION SERVICES

Vos courses peuvent être livrées en station*
(Mais pas forcément par lui...)

Sherpa, votre marché à la montagne, c'est aussi
Commande à distance* / Reprise des inconsommés* / Prêt d'appareils à fondue et raclette* / ...

*Voir conditions en magasin

www.sherpa.net

Pour votre santé, pratiquez une activité physique régulière | www.mangerbouger.fr

Sherpa est une entreprise commerciale qui s'articule autour de 2 pôles de métiers : le commerce alimentaire moderne de proximité et l'alimentation des vacanciers en montagne. Les services Sherpa correspondent à un état d'esprit particulier : celui des vacanciers et de leur logique de consommation. Dans les magasins Sherpa, il existe une seule règle d'or pour les clients : se faire plaisir et se simplifier la vie au maximum pour profiter au mieux de ses vacances. Les magasins Sherpa se sont adaptés à ce rythme particulier, qui doit rompre avec le quotidien des clients. Il s'agit en priorité de tout mettre en place pour leur faire gagner du temps et surtout éviter la moindre préoccupation matérielle. Tout a été prévu pour un confort maximum à la clientèle qui peut alors se dédier totalement à son activité principale : les vacances. Les responsables des magasins Sherpa se définissent comme de réels acteurs locaux aussi bien économiques que touristiques. En se positionnant clairement dans les « métiers du tourisme », les Sherpa ne sont pas des commerçants alimentaires comme les autres. Accueil, services, qualité, budget, tiennent une place de choix dans cette nouvelle logique de magasins de montagne au service des vacanciers.

➔ Informations Presse SHERPA : Alternative Média - Alexandre Bérard - Tél. : 04 76 12 01 33 - alex@ampr.fr - www.alternativemedia.fr

➔ Informations SHERPA : Michel Albert - Tél. : 04 50 01 89 89 - michel.albert@sherpa.net