



## Le succès de la marque « Terre de l'Alpe » renforce l'authenticité montagnarde de Sherpa



Au terme d'une première saison sur le marché, l'enseigne Sherpa dresse un premier bilan positif du lancement de sa marque propre « Terre de l'Alpe ».

Les résultats de la marque sont, après un an de vente, bien au-delà des meilleures prévisions établies lors de son lancement. Avec un CA TTC de 2 000 000 € pour un prévisionnel de 1 300 000 € et plus de 470 000 produits vendus, les produits « Terre de l'Alpe » atteignent dès cette année 3,4 % des achats de l'enseigne chez Prodim (en valeur).

La ventilation des produits vendus dans la marque se caractérise comme suit : 70 % en produits frais, 20 % en épicerie et 10 % en liquides. Sur 75 références proposées, les magasins en détenaient en moyenne sur l'hiver 68, ce que l'on peut considérer comme un signe clair de l'acceptation de la marque en interne.

Pour la saison 2008/2009, Sherpa prévoit la mise en place de 39 nouveaux produits « Terre de l'Alpe ». Sans trop de surprise pour une marque présente en montagne, les charcuteries et fromages sont les grands gagnants du classement des ventes.

Objectif atteint donc pour l'enseigne Sherpa qui grâce à la philosophie de sa marque « Terre de l'Alpe », (authenticité, bien-être, goût véritable et juste prix) contribue à asseoir le réseau comme le spécialiste incontesté de la distribution en montagne.

A l'orée de sa deuxième saison, la marque « Terre de l'Alpe » s'installe sans aucun doute comme le complément indispensable des nombreux services aux consommateurs de l'enseigne.

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 107 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. Accueil, services, qualité, budget, tiennent une place de choix dans cette logique de magasin de montagne au service des vacanciers.



[www.sherpa.net](http://www.sherpa.net)

Informations Presse SHERPA : Alternative Média - Arnaud Benoist  
Tél. : 04 76 12 01 33 - [arnaud@ampr.fr](mailto:arnaud@ampr.fr) - [www.alternativemedia.fr](http://www.alternativemedia.fr)  
Informations SHERPA : Michel Albert  
Tél. : 04 50 01 89 89 - [michel.albert@sherpa.net](mailto:michel.albert@sherpa.net)