

ROGER ROSNOBLET | GROUPE PROVENCIA (ANNECY-LE-VIEUX)

Une vie à la force du poignet

L'homme s'efface volontiers. En toute discrétion et sur les traces de son père, Roger Rosnoblet, le Pdg du groupe haut-savoyard Provencia, a pourtant bâti en quelques dizaines d'années un petit empire qui pèserait quelque 800 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Par Laurent GANHAZ

J'AIME |

"La fondue savoyarde, que je fais moi-même, voyager et découvrir des choses, avoir plein d'amis, que les gens soient très contents autour de moi, avoir des bons collaborateurs qui se sentent bien dans la société."



J'AIME PAS |

"Tous les contrôles actuels au nom du principe de précaution, les réglementations tatillonnes qui empêchent les entreprises d'évoluer, les taxes créées chaque année qui font augmenter le prix des produits, perdre quand je joue aux cartes (tarot), faire du ski quand il pleut."

MON RÉSEAU |

"En dehors de l'entreprise, j'entretiens beaucoup de relations avec des gens qui peuvent nous aider. Je ne fais pas partie d'un réseau particulier."



Les seuls étalages qu'il revendique sont ceux de ses magasins, 42 répartis dans l'ensemble de la région Rhône-Alpes. Pour le reste, Roger Rosnoblet préfère largement la discrétion laborieuse des arrière-cours aux sunlights médiatiques. Le Pdg du groupe Provencia est un taiseux, peu enclin aux grands discours. "Pour vivre heureux, vivons caché", confirme-t-il.

Son histoire pourrait pourtant faire figure d'exemple, une success story à la sauce haut-savoyarde reflétant bien le tempérament des gens de ce pays de montagne, pétris d'une sacrée volonté d'entreprendre.

Une histoire qui débute en 1963, lorsque Roger et son père Gustave rachètent une alimentation annécienne baptisée Provencia, à côté de La Poste. En conservant ce nom aux senteurs du Sud, les deux hommes sont alors loin de se douter que celui-ci va devenir le symbole d'une aventure commerciale passionnée, faite d'achats, de créations et d'associations. Dès 1975, Provencia compte une dizaine de magasins, dont un hypermarché : l'enseigne a su se démarquer de

la concurrence en proposant une large gamme de produits issus de la région Rhône-Alpes, un attachement au terroir qui séduit un large public. La même année, Provencia s'adosse au groupe Promodès avant de passer en 1999 dans le giron de Carrefour, dans le cadre de la fusion entre Promodès et Carrefour... L'enseigne perd son

vieux, j'arrêterai. La retraite, c'est l'antichambre de la mort", se borne-t-il à résumer, avec humour. Tout de même, consentirait-il à lâcher quelques recettes sur ce succès tissé en un peu moins de 50 ans... ? "Le hasard et les opportunités... et beaucoup de travail, beaucoup d'acharnement, de 4 heures du matin à 11 heures le soir." Son fils

"Nous, ici, on vit le contraire du bling-bling, on cherche à rester modeste"

nom au profit de Champion mais garde intacts son ancrage local et ses valeurs, le fil conducteur. D'hier à aujourd'hui : "Nous, on défend le terroir. On travaille avec 250 producteurs locaux et régionaux, dont certains ne livrent qu'un seul magasin, martèle le Pdg actuel, en a 1 500 références."

Côté chiffres, la porte se referme aussitôt. Fidèle à sa discrétion, le patron ne communique pas sur son chiffre d'affaires - cette année, la revue Challenges situait la famille Rosnoblet en 224^e position parmi les plus grandes fortunes de France - ni même sur son âge - on lui prêterait près de 70 ans. "Quand je serai

Stephane, la relève, lui souf-
 fle : "Le succès est aussi lié au fait de prendre plus de bonnes décisions que de mauvaises". Dans son fauteuil, Roger Rosnoblet esquisse un mouvement : "Une autre question ?". Puis conclut : "Je peux disparaître demain, les choses continueront quand même. Il y a une fidélité à l'entreprise (NDLR : ses deux enfants, Stéphane et Christelle, s'occupent respectivement des marques Carrefour et Carrefour Market ainsi que des marques Dia et ED). Nous, ici, on vit le contraire du bling-bling, on cherche à rester modeste." L'homme est déjà reparti vers ses affaires.

CV REPRES |

ROGER ROSNOBLET
 Deux enfants connus.
 Âge probable : 69 ans.
 Lieu de résidence : NC
 Diplôme : NC
 Parcours professionnel :
 En 1963, Roger Rosnoblet et Gustave, son père, reprennent une épicerie annécienne. C'est le point de départ du groupe Provencia, qui ne cesse dès lors de s'élargir : 5 magasins supplémentaires en Savoie et en Isère (1970), 5 nouveaux magasins en pays de Gex (1975)...
 En 1999, tous les magasins Provencia passent à l'enseigne Champion ou Hyper Champion dans le cadre de la fusion entre Promodès et Carrefour. Cet appui fort permet à Provencia de poursuivre son développement : ouverture de magasins ED (2004), création d'un Cybermarché (2006), puis, en 2009, évolution sous la marque Carrefour (ex-HyperChampion) et Carrefour Market (ex-Champion), assortie de l'ouverture, en octobre, de deux nouveaux magasins à l'enseigne Dia.

GROUPE PROVENCIA EN BREF

Activité : franchise indépendant spécialisée dans la grande distribution (marques ED, Dia, Carrefour Market - ex Champion - et Carrefour).
 Date de création : janvier 1963
 Implantation : Haute-Savoie, Savoie, Isère, Ain, Rhône. Le siège social se trouve à Annecy-le-Vieux.
 Chiffre d'affaires : NC
 Effectifs : 2 750
 Résultat net : NC
 Répartition du capital : NC

