

1860 : 2010 : commerce

► **COMMERCE ET DISTRIBUTION**
 CARREFOUR ET PROVENCIA, DEUX RÉUSSITES HAUT-SAVOYARDES.

Les Pays de Savoie font leur (hyper)marché



La croissance des activités commerciales se fait très lentement au cours du XIX^e siècle. Organisés autour des échanges locaux, les villages et villes de Savoie ne bénéficient que tardivement de l'effet du chemin de fer qui, facilitant le transport des marchandises, apporte de nouveaux produits à un prix sans cesse plus raisonnable. Si les marchés et foires sont les lieux privilégiés des échanges quotidiens, surtout pour les produits d'alimentation, il existe aussi d'autres modes de commercialisation avec les nombreuses boutiques des artisans.

En revanche, il faut attendre le début du XX^e siècle pour assister à l'apparition des grands magasins comme "Aux dames de France" sur le boulevard de la Colonne à Chambéry en 1905. D'une façon générale, Chambéry est une ville beaucoup plus commerçante qu'Annecy... jusqu'à ce que le tourisme de masse fasse d'Annecy une étape incon-

► À gauche, le premier hypermarché de France (1963).
 À droite, le siège social du groupe Provencia.

tourable de la visite des Alpes. Ce décalage s'explique en partie par la taille des deux agglomérations. Au milieu des années 1960, 28 % de la population active de Chambéry était employée dans le commerce et les transports, ce qui était considérable. Il faut reconnaître que la préfecture de Savoie, contrairement à son homologue de Haute-Savoie, a su cultiver sa fonction de redistribution et les grossistes de Chambéry sont connus, que ce soit pour les fruits, les légumes, l'épicerie ou la droguerie. L'Allobroge, par exemple, emploie 400 personnes et détient un réseau de 230 succursales dans les deux départements à la fin des années 1960.

Repères

1960

La circulaire Fontanel (du nom du secrétaire d'État au Commerce de l'époque, le Savoyard Joseph Fontanel) sanctionne le refus de vente. C'est un coup de pouce important pour la grande distribution naissante, avec laquelle certains grossistes ou fabricants refusaient de traiter, de peur de perdre leurs clients traditionnels.

1973

La loi Royer tente de réglementer l'urbanisme commercial. Elle veut éviter une croissance désordonnée des nouvelles formes de distribution et permettre un aménagement harmonieux des territoires, grâce notamment au développement des activités de centre-ville.

1993

La loi Sapin modifie le fonctionnement des commissions départementales d'urbanisme commercial (transformation des CDUC en CDEC, création d'une CNEC...). Objectif : lutter contre la corruption. C'est que la multiplication des centres commerciaux s'est accompagnée de quelques retentissantes "affaires"...

► PROVENCIA

"L'autre" épicier qui a réussi



► Stéphane Rosnoblet représente la troisième génération à la tête de Provencia.

Quand Gustave et Roger Rosnoblet rachètent la petite (80 m²) alimentation de quartier Provencia à Annecy, celle-ci est située à moins de 100 mètres du magasin familial de Marcel Fournier... qui est alors bien occupé à créer son premier hypermarché Carrefour bien loin d'Annecy, à Sainte-Geneviève-des-Bois. Quarante-six ans plus tard, l'alimentation de quartier et le magasin Fournier ont fermé leurs portes. Le géant mondial Carrefour est devenu actionnaire de Provencia, qui n'a plus rien d'un petit épicier et exploite la plupart de ses magasins... sous l'enseigne Carrefour !

Les points communs entre les deux groupes - et/ou, leurs deux fondateurs - ne s'arrêtent pas là. Ils ont tous deux su anticiper et sentir les attentes de la clientèle. En adoptant, il est vrai, des modes de développement très différents : Carrefour s'est internationalisé dès 1969, Provencia n'est jamais sorti de Rhône-Alpes. Tous deux ont bâti durablement leur image sur quelques "pépites" marketing : les produits libres (puis marques propres) et le "je positive !" (1988) pour Carrefour; la Fête des producteurs et le "être du pays fait notre différence" pour Provencia. Enfin, les deux groupes ont su prendre les bons virages : le hard-discount puis la vente sur internet, pour laquelle Provencia fut un précurseur dans la région. Deux ans après leur première acquisition, Gustave Rosnoblet et son fils ouvrent un deuxième Provencia, toujours à Annecy. Puis un troisième, un quatrième... En 1975, Provencia possède dix établissements et 35 vingt ans plus tard. Conduit par Stéphane et Christelle Rosnoblet, les enfants de Roger, le groupe gère aujourd'hui quatre hypermarchés et 38 supermarchés, dont neuf sont des "discount". Dans sa communication, il insiste toujours sur son ancrage régional. Même s'il n'a plus de magasins à son nom (Provencia exploite tous ses magasins sous franchises depuis 2006) et s'il est adossé depuis 1975 au groupe Promodes, lui-même absorbé en 1999 par... Carrefour. Décidément, celui-là, Provencia ne pouvait que le croiser !

Éric Renevier