

Commerces

Georges Sorel défend les « bonnes pratiques » de proximité



Georges Sorel

ANGÈLE SANNIENZA

Georges Sorel, président de l'Association de Développement du Commerce du 7^e arrondissement de Lyon et président de la Fédération Française des Associations de Commerçants, a été nommé par le secrétaire d'Etat au Commerce et à l'Artisanat, Hervé Novelli, au sein de la commission d'orientation du commerce de proximité où il co-préside le pôle « bonnes pratiques ».

Instance de concertation technique entre les services de l'Etat, le réseau consulaire et les experts et professionnels des secteurs concernés, engendrée dans le cadre de la modernisation de l'économie, la commission « orientation-commerce de proximité » a été récemment mise en place par le gouvernement. Georges Sorel, président de l'Association de Développement du Commerce du 7^e arrondissement, y siège en temps que vice-président - fonction qu'il partage avec Monique Rubin, de la Fédération des commerçants non sédentaires - du pôle « bonnes pratiques ».

Après la fin des soldes, période en demi-teinte aux dires des professionnels, après l'adoption d'une loi sur l'ouverture dominicale des commerces qui a fait couler beaucoup d'encre, Georges Sorel revient sur sa nouvelle mission à l'échelon national. Les soldes tout d'abord. Pour lui, ces mauvais résultats émanent, outre une période économique désastreuse, d'un échec patent des soldes dits flottants, qui ont semé la confusion dans l'esprit et les pratiques des consommateurs avec une banalisation de l'évènement. Sur le deuxième point, Georges Sorel précise que la loi sur l'ouverture dominicale des commerces « épargne » l'agglomération lyonnaise. Il n'hésite pas à parler du « paradoxe lyonnais » alors qu'en termes démographiques, la ville et ses alentours réunissaient toutes

les conditions nécessaires. « En fait, estime-t-il, il s'agissait de sortir du guêpier de Plan de Campagne dans les Bouches-du-Rhône. Mais est-ce une raison pour légiférer sur tout ? »

On l'aura compris, notre homme est pragmatique. Pour infléchir positivement l'évolution commerciale des centres-villes, il mise avant tout sur « la professionnalisation massive de la pratique du commerce, une condition *sine qua non* pour une pérennisation des commerces de proximité, quels qu'ils soient ». Des commerces qui subissent tout naturellement les soubresauts de la crise économique alors qu'ils ont eu à s'adapter à la révolution numérique engendrant des modifications profondes. « Aujourd'hui, tout commerçant se doit de disposer de son site ou de son blog ». Pour lui, veiller aux bonnes pratiques, c'est d'une part prendre en compte les différences fondamentales qui existent entre les grandes surfaces et les commerces de proximité, c'est aussi ne pas tous les matins réinventer l'eau chaude,

mais tenter de rivaliser en terme d'imagination. Pour ce faire, partant du principe que l'union fait la force, il convient donc de mettre en place à grande échelle une mutualisation génératrice d'efficacité.

Le commerce ne se décrète pas

Toutes ces mesures sont d'autant plus nécessaires que le commerce de proximité va devoir affronter une concurrence plus ou moins loyale, faisant allusion au statut d'auto-entrepreneur qui pourrait venir brouiller les cartes et nuire à la professionnalisation chère à Georges Sorel. Dans un avenir immédiat, les commerçants pourraient aussi avoir à lutter avec un ennemi invisible, une épidémie de grippe annoncée comme quasi inéluctable et qui aurait forcément des retombées indéniables sur l'activité dans une conjoncture déjà bien morose.

Concernant une vision à moyen terme, le tout récent vice-président du pôle « bonnes pratiques » défend le développement commercial de proximité :

« Le commerce ne se décrète pas ». Et de citer en exemple les errances du quartier Grolée dans la Presqu'île lyonnaise, où la volonté affichée de faire une seconde artère de luxe dans l'hyper centre lyonnais semble avoir bien du mal à prendre son envol. C'est dire si cette nouvelle commission d'orientation du commerce de proximité voulue par les pouvoirs publics aura du pain sur la planche. La mission qui lui incombe étant notamment « de collecter et d'analyser les informations relatives à la création, à la transmission et au développement des entreprises de proximité. Elle formulera des recommandations de bonnes pratiques en matière de conception, de réalisation ou d'évaluation de projets en faveur des entreprises de proximité. Elle sera l'instance de concertation sur ces questions, notamment entre les services de l'Etat, les chambres de commerce et d'industrie, les chambres de métiers et de l'artisanat et les experts des secteurs concernés ». En d'autres termes, elle remplira un rôle de terrain. A charge pour elle de faire remonter l'information en direction des pouvoirs publics. Sans omettre non plus sa fonction « lobbying », un terme que Georges Sorel ne désavoue d'ailleurs en rien. « La pratique s'est largement développée à Bruxelles, pourquoi ne s'appliquerait-elle pas à l'échelon national ? »

Concrètement, la première mission de la commission portera sur quatre appels nationaux à projets pour des dossiers innovants et rassembleurs (commerce et nouvelles technologies de l'information, commerce et services connexes, commerce et environnement, commerce et accessibilité) avec pour objectif de collecter les bonnes pratiques et de valoriser et diffuser les exemples dignes d'intérêt. Un premier état des lieux devrait être dressé en décembre prochain...

Le Spécialiste de
la Réservation Hôtelière
04 78 83 17 17
Lyon@ewh.com



EWH.com
Elysées West
N° Indigo 0 825 72 7000

Elysées West Réservations gère vos hébergements et vos congrès dans les plus brefs délais et au meilleur prix !

Elysées West Hôtels - 113 rue Marietton - Lyon 9ème

F.S