





Profession : épicer de quartier

C'est à l'âge de 22 ans que François Roberge débute sa carrière d'épicer. Jeune homme entreprenant, déjà père d'un garçon d'un an, François possède les gènes d'un épicer de carrière. Il carbure aux défis, est travaillant, fonceur, perfectionniste et responsable. Les années lui ont appris les rouages de sa profession et, encore aujourd'hui, font de lui un épicer proche de sa clientèle, qui offre un service de proximité tout en proposant des produits de grande surface grâce à la bannière Marché Richelieu.

Par Yves Boulanger et Hélène Lambert

UN PARCOURS ATYPIQUE

Aujourd'hui âgé de 46 ans, François Roberge, qui est à la fois conjoint, père de trois enfants et grand-père d'un premier petit-fils, en est déjà à son troisième Marché Richelieu.

Tout commence en 1996 en banlieue de Québec, alors qu'il achète son premier Marché Richelieu sur la rue Ruel, à Beauport, dans le quartier Montmorency. Il n'a que 22 ans à l'époque. François se rappelle ses débuts : « C'était un quartier défavorisé. On faisait beaucoup de 'marquage'. Les comptes clients étaient affaire courante, et c'était payé le premier du mois tout le temps. »

Puis en 2002, il fait l'acquisition du Marché Richelieu de Sillery, toujours dans la région de Québec. « J'ai eu les deux magasins pendant deux ans, et c'était trop », raconte-t-il. Il vend alors le commerce de Beauport, car celui de Sillery a davantage de potentiel.

RIVE NORD ET RIVE SUD EN PARALLÈLE

L'épicerie de Sillery est établie dans le quartier depuis 1954, jadis sous la bannière Jato. D'autres bannières, notamment Ami, et divers propriétaires se sont succédé au fil des ans. Le magasin a donc besoin de rénovations pour atteindre son plein potentiel. En 2007, les commerces voisins du magasin de François sont à vendre. Ces locaux représentent une possibilité de près de 3 000 pieds carrés supplémentaires pour le Marché Richelieu. Après mûre réflexion, François se lance. « Quand on a agrandi ici à Sillery, on a dû acheter les deux commerces adjacents. Comme c'était un restaurant et une tabagie, ça nous a permis d'agrandir pour la peine », explique-t-il. « Puis en 2014, on a fait une autre grosse rénovation. On a enlevé les plafonds suspendus, on a joué sur la structure pour aller chercher de la hauteur et de la grandeur pour le magasin. On a entièrement refait la décoration. Bref, en tout, on a dû investir quelques millions. »



En février 2018, une occasion d'affaires se présente à Breakeyville, sur la rive sud de Québec. Le projet s'était amorcé en 2017 par l'offre d'un entrepreneur, qui voulait acheter la bâtisse et souhaitait que François exploite le magasin. De l'avis de François, « ce n'était pas intéressant pour nous; on se trouvait à travailler pour lui. On a dit non. » Quelque temps plus tard, notre épicier contre-attaque en achetant à lui seul la bâtisse au complet et, par le fait même, le commerce. Et le jeu en vaut la chandelle!

De la bannière Intermarché, le magasin de Breakeyville est rapidement converti en Marché Richelieu. Pourquoi cette décision? François explique : « Parce que deux magasins de la même bannière, c'est plus facile à gérer; on a les mêmes rabais, la même façon de fonctionner. Puis Metro nous épaula vraiment bien dans toutes nos opérations. C'est une belle grande famille, on a de l'aide dans tous nos départements, on est vraiment bien encadrés. Et à ce jour, ça va super bien et les chiffres sont très bons », résume-t-il.

CHEF & CHEFFE INC.

Pour l'épauler dans son rôle d'épicer, François bénéficie de la complicité de sa conjointe, Sonia, mère de leurs deux plus jeunes enfants, Thomas et Joannie. Lorsque la benjamine a commencé l'école, Sonia s'est empressée de prêter main-forte à son conjoint au magasin de Sillery. Comme le dit François : « On est une équipe hors pair. » Pendant qu'il s'occupe de l'ouverture du Marché Richelieu de Breakeyville, avec tout ce que cela comprend, Sonia gère celui de Sillery qui vit alors une situation complexe sur le plan des ressources humaines. « À Sillery, ça a été un petit peu compliqué avec les employés », explique François. « On a eu beaucoup de problèmes avec le personnel, des chicanes internes. Sonia a dû gérer ça, et elle a trouvé ça très *rock and roll*. Moi, j'étais toujours à Breakeyville. Elle essayait de ne pas m'en parler pour ne pas me mettre de pression supplémentaire sur les épaules. Elle a été très bonne là-dedans, elle s'en est très bien occupée. Elle s'en est sortie comme une CHEFFE. Je n'aurais jamais fait mieux. Du côté relation avec les employés, c'est une reine, elle est

meilleure que moi. Elle l'a, elle l'a vraiment! », affirme-t-il avec fierté.

DES PÉRIODES DE DOUTE

Au dire de François, « les chiffres sont super bons à Sillery et Breakeyville. » Mais cela n'a pas toujours été le cas, au point même qu'il s'est remis en question. « J'ai eu beaucoup de périodes de doute et de remises en question durant ma carrière », se rappelle-t-il. « En 1996, quand j'ai acheté mon premier magasin à Beauport, je me faisais beaucoup voler. Ça a pris au moins un an avant que je m'en rende compte. Je ne balançais pas, je n'avais pas de profits. Je me suis demandé si c'était moi le problème; pourquoi je ne réussissais pas. Jusqu'au moment où je me suis aperçu que c'était la cheffe caissière qui me volait. Elle a eu le temps de voler beaucoup, beaucoup, beaucoup! », se désole François.

Et comme un malheur n'arrive jamais seul, le même problème est survenu au Marché Richelieu de Sillery. « Ça a pris six à huit mois avant que je m'en aperçoive », déplore-t-il.

« C'était encore la cheffe caissière, la gérante qui pigeait dans la caisse. Je me disais que c'était moi le problème, que je n'étais pas capable d'administrer un magasin, mais quand on a trouvé le bobo, tout s'est replacé et ça a très bien été. Tellement qu'on a triplé le chiffre d'affaires! » Rappelons qu'à cette époque, les caisses fonctionnaient à rouleaux papier; il fallait donc dérouler les rouleaux pour les analyser. Un vrai travail de moine... Mais c'est ainsi que François a pu trouver le problème!

À PROPOS DES ENJEUX D'AUJOURD'HUI

« Les enjeux aujourd'hui? C'est la compétition », affirme François. « On se sépare une tarte, on a chacun une pointe et de nouveaux joueurs s'ajoutent toujours. Comme l'épicerie s'achète moins bien en ligne, tout le monde vend de l'épicerie, et la pointe de tarte rapetisse toujours un peu. Ça, c'est un gros enjeu. » François mentionne aussi la pénurie de main-d'œuvre, un problème criant à Québec.

« J'ai eu beaucoup de périodes de doute et de remises en question durant ma carrière. »



« On place des annonces, mais on ne reçoit aucun CV. Il faut aller chercher du personnel un peu partout, mais on se fait aussi 'voler' nos employés. » Il ajoute que pour garder ses employés, il tente de les gâter le plus possible, mais que malgré tout, ce n'est pas toujours facile. « On est obligés d'engager des employés très jeunes, de 13 ou 14 ans, avec l'accord de leurs parents », renchérit-il. « Ce sont des jeunes qui veulent tellement réussir, ce sont des employés en or. On les adore et on les traite comme nos enfants. Ma conjointe s'occupe d'eux. On est comme une grande famille. Bref la main-d'œuvre, c'est un gros enjeu pour le futur. »

L'IMPORTANCE DE REDONNER AU SUIVANT

François et Sonia estiment qu'il est très important de s'impliquer dans leur collectivité. C'est d'ailleurs la clé pour l'image du commerce. « J'habite juste à côté, je vis avec les gens, avec les clients, je les croise tous les jours. On donne le plus qu'on peut. On fait le maximum pour aider notre communauté », soutient-il. Ainsi, le commerce est fier de commanditer des événements et de parrainer la vente de produits locaux en magasin ainsi que l'affichage de publicités.

LE BONHEUR EST DANS L'ÉPICERIE

« Ai-je choisi d'être épicier? Je ne le sais pas trop », hésite François. Puis il raconte : « J'ai travaillé dans un dépanneur quand j'étais jeune et j'aimais ça. J'aimais les relations avec les clients, le travail à faire. J'aimais me retrouver derrière la caisse. J'aimais remplir les frigidaires, j'aimais mettre ça beau, mettre ça droit, pour moi c'était une fierté. Alors est-ce que j'ai choisi l'épicerie ou bien c'est l'épicerie qui m'a choisi? Je pense que l'épicerie m'a choisi parce que je suis heureux aujourd'hui. Je fais ce que j'aime et je n'ai pas de misère à me lever le matin pour aller travailler. Je fais vraiment ce que j'aime! », conclut-il avec conviction.

« Tout le monde vend de l'épicerie, et la pointe de tarte rapetisse toujours un peu. »

UN BOURREAU DE TRAVAIL ET UN FILS POUR SES CLIENTES

François se décrit comme une personne qui aime les défis. Il a d'ailleurs accepté et relevé le défi de faire un triathlon, lancé par son ami. Il est fonceur et il est travaillant... un peu trop selon lui. « Je suis perfectionniste et, parfois, c'est un peu irritant pour les autres », dit-il. « Les vacances pour moi, c'est dur à prendre, j'ai du mal à décrocher. » Ce n'est pas étonnant puisque nombre de ses clientes le perçoivent un peu comme leur fils et l'apprécient sincèrement. « Les clients nous racontent leur histoire, leur vie, comme si on était de leur famille. »

PERSPECTIVES D'AVENIR : PLACE AUX JEUNES

En réfléchissant à l'avenir, François est d'avis que la relève de ses commerces passera par la jeune génération, la jeunesse qui s'en vient, peut-être même un de ses enfants...

« Mon plus vieux de 23 ans est entrepreneur en construction, mon plus jeune de 15 ans s'intéresse à l'administration et ma fille de 13 ans, pour l'instant, penche pour le cinéma, mais elle pourrait devenir une très bonne gestionnaire aussi. » Et d'ajouter celui qui a appris le jour même de l'entrevue qu'il est maintenant grand-père : « Sinon, peut-être le petit-fils... On ne sait jamais! »