MONSIEUR

Marcel Laroche

L'autoroute du succès!

À Laurier-Station, près de Québec, le supermarché Metro Laroche est apprécié par les citoyens depuis plus de 60 ans. Pour Marcel, fils du fondateur, c'était une évidence qu'un jour ou l'autre, il suivrait le destin familial. Lorsque votre terrain de jeux d'enfants est la cour de l'épicerie de votre père, le métier d'épicier est un choix qui tient la route.

Par Yves Boulanger et Hélène Lambert

UNE IDÉE RÉVOLUTIONNAIRE

Dans les années 1960, l'avènement de la Transcanadienne et l'essor de l'industrie du meuble propulsent le développement de Laurier-Station. Au beau milieu de propriétés agricoles, Luc et Irène Laroche, les parents de Marcel, s'y installent et fondent leur famille. Neuf enfants verront le jour au fil des ans. C'est en septembre 1957 que Luc, commerçant, ouvre une boucherie sur la route 9 à Laurier-Station.

Le paternel se rend rapidement compte que l'éloignement de sa clientèle fermière nuit à la rentabilité de son commerce. Selon Marcel, son père s'était dit : « Je pense que si j'allais directement à leur porte, je serais sûr de leur vendre. » « Et c'est là qu'il a pensé à acheter un vieil autobus qu'il a transformé en magasin d'alimentation », poursuit Marcel. « Il y avait de l'épicerie, des fruits et légumes, de la viande. Pour le temps, c'était très révolutionnaire et on s'en fait parler encore après 60 ans », affirme-t-il.

PREMIERS PAS VERS LA VOCATION

Lorsqu'on est petit et qu'on veut faire comme son père avec la clientèle, c'est inévitable : on apprend. C'est le parcours que Marcel a emprunté dans la petite épicerie de 900 pieds carrés de son père. « La piqûre, on l'a eue très très jeune. Notre terrain de jeux était le magasin », se rappelle Marcel. « Mon père nous emmenait à l'épicerie pour placer des choses sur les tablettes, faire des commissions, aider les clients. Je n'ai pas eu vraiment de choix à faire, c'était comme évident pour moi. »

Toutefois, c'est à l'âge de 16 ans que Marcel découvre réellement sa passion pour le commerce. « Mes parents commençaient à voyager, et c'est moi qui avais la responsabilité du magasin. Je n'avais pas énormément de responsabilités, mais quand même importantes pour mon âge. J'arrêtais l'école pour quelques semaines et c'est moi qui m'occupais de la *business*. » C'est d'ailleurs pendant les absences de son père que Marcel découvre et expérimente ses capacités à gérer. « C'est là que je me suis aperçu que j'étais à l'aise avec les décisions et que je savais comment procéder suite à différents incidents qui arrivaient le temps qu'il n'était pas là. Quand le responsable n'est pas là, il arrive toujours quelque chose! Ça m'a vraiment initié à toutes ces choses-là », explique-t-il.

ENTREPRENEURIAT FAMILIAL

Dans la famille Laroche, il n'y avait pas que le père qui servait de modèle comme homme d'affaires, la maman aussi. Marcel se souvient bien : « Ma mère était aussi une femme d'affaires. Elle a toujours travaillé avec mon père et on avait une servante à la maison. À un moment donné, on était rendu une famille de neuf enfants, puis le magasin n'était pas assez grand pour faire travailler tous les enfants. Elle s'est dit, il faut que je crée quelque chose pour que

tout mon monde travaille. C'est là qu'elle a ouvert un casse-croûte, directement dans la cour du magasin. La route 20 venait juste d'être complétée. On était en 1966 et on savait que pour l'Expo 67, il y aurait beaucoup de circulation sur cette autoroute », poursuit Marcel. Quoi demander de mieux qu'un casse-croûte bien visible de l'autoroute et, en plus, situé à l'entrée du village! « C'est là que tous les enfants ont pris leur expérience de travail parce qu'on avait tous notre chiffre à faire. Peu importe la journée, il fallait que tu y ailles. Elle était bien stricte là-dessus! »

« La piqûre, on l'a eue très très jeune. Notre terrain de jeux était le magasin. »

VOLER DE SES PROPRES AILES

En 1979, les affaires du Metro Laroche et du casse-croûte vont très bien. Les neuf enfants y travaillent, mais Marcel et ses frères Fernand et Bertrand ont un penchant marqué pour le commerce d'alimentation. Puis un jour, en présence de Marcel, un représentant de Metro informe son père que la compagnie veut ouvrir une autre épicerie pas très loin de la leur. Marcel explique : « La façon que ça fonctionnait à ce moment-là, Metro offrait au marchand le plus près d'ouvrir un deuxième magasin. Il nous a dit, il y a du potentiel pour ouvrir un Metro à Saint-Étienne-de-Lauzon, à 20 minutes. Je suis certain que dans ta famille tu as un garçon ou deux qui est prêt à prendre la relève. Puis, on en a discuté pendant quelques semaines avec mon père et il nous a dit, si vous vous sentez prêts les gars, je suis prêt à vous donner un coup de main. On pourrait former une compagnie les quatre ensemble. Marcel et Bertrand, vous pourriez opérer Saint-Étienne, et Fernand et moi, on continuerait ici à Laurier-Station. On pourrait facilement opérer ces deux magasins-là. Et c'est ce qui s'est passé », conclut Marcel. Et c'est ainsi que les discussions se sont amorcées, que la construction a débuté et que le Metro de Saint-Étienne a été inauguré en octobre 1980.

UNE ALLIÉE DE CONFIANCE

En 1989, les parents de Marcel voient que leurs neuf enfants sont bien établis, que les deux magasins Metro sont bien gérés par les trois fils et que quatre de leurs filles, Marthe, Louise, Thérèse et Solange, y travaillent. Pour eux, le moment est venu de passer le flambeau; ils vendent leur part aux garçons et prennent leur retraite.

Pour relever ce nouveau défi, Marcel a besoin de renfort puisqu'il est généralement au commerce de Saint-Étienne. « Ça me prend absolument une personne à Laurier-Station qui sera mes yeux, mon bras droit », raconte-t-il. « J'en ai parlé avec mon épouse Hélène et elle m'a dit oui, ça m'intéresse. » Rapidement, Hélène devient adjointe administrative. Aujourd'hui, Marcel est bien conscient qu'il n'aurait pas connu le même succès sans l'appui d'Hélène. « Elle avait mon entière confiance, elle était disciplinée et authentique. Il n'y avait rien qui passait et il fallait que ça soit comme on avait décidé », se remémore-t-il.

RÉNOVER POUR MIEUX RENTABILISER

Marcel tient à répondre aux besoins de sa clientèle, qui est de plus en plus informée. Fidèle à sa vision, il sait qu'il faut toujours aller au-devant des demandes des clients. Il nous confie cet exemple : « Si une émission culinaire à la télé est populaire, on suit ça et on s'arrange pour avoir les items en magasin. C'est gagnant de surprendre notre clientèle. » Cette vision de gestion a fait croître les chiffres d'affaires des deux magasins durant bien des années, tant et si bien qu'il pouvait fréquemment les rénover pour les adapter aux nouvelles tendances. « Aux quatre ou cinq ans, on avait un projet de rénovation à chaque magasin », raconte-t-il. « C'est ça qui nous stimulait, et les ventes étaient au rendez-vous à chaque fois qu'on faisait un investissement majeur. Il fallait absolument toujours développer les magasins, et c'est ce qu'on a fait. Puis ça nous a donné vraiment raison. »

En 2015, l'agrandissement du Metro de Laurier-Station a été tout un défi, mais bénéfique malgré l'investissement de sept millions de dollars. Pour son expansion, le commerce devait

enjamber la rivière Huron, rien de moins! Après trois années de démarches auprès de trois ministères, la détermination de Marcel est récompensée par l'obtention de son permis de construction. « C'est toute une réalisation qu'on a fait. On a construit un ponceau pour protéger la rivière et on a construit le magasin par-dessus l'année suivante », explique-t-il. « La population de Laurier-Station a assisté à cet événement-là pendant un peu plus d'un an. Aujourd'hui, la rivière Huron sépare notre magasin en deux. Elle entre en avant du magasin et sort à l'arrière par l'entrepôt. Ç'a été tout un défi, mais un beau défi », conclut Marcel.

UNE RENCONTRE SALUTAIRE

Même si les Metro Laroche sont bien établis dans la région, ils ne sont pas à l'abri d'une baisse d'achalandage, d'une concurrence plus agressive ou même des changements alimentaires de la clientèle. C'est ce qui s'est produit en 1995, à un point tel que Marcel s'interrogeait sur son avenir. « Est-ce que je continue dans ce domaine-là ou je dois me réorienter? » Et d'ajouter : « On était constamment en train de remettre l'argent qu'on avait fait dans ces magasins-là. »

Lorsqu'on est un chef d'entreprise dans un domaine précis comme l'alimentation, on jongle souvent avec des problèmes épineux dont on parle à ses proches. Cependant, lorsqu'on a la chance de partager ses problèmes avec ses pairs, qui ont une compréhension complète de la situation, c'est très salutaire. C'est justement ce qu'a fait Marcel. « En 1995, j'ai décidé de retourner à l'ADA et j'ai pu jaser avec plusieurs marchands qui m'ont dit qu'un peu partout dans le domaine alimentaire, que tu sois dans n'importe quelle chaîne, c'est difficile. Ceux qui vont persister à rester dans le domaine vont être récompensés plus tard. Suite à ces discussions, à ces rencontres-là, je me suis dit je continue. »

En plus de raviver sa flamme pour sa profession, cet événement pousse Marcel à s'engager davantage. « Je me suis impliqué auprès de Metro. J'étais dans un comité où on pouvait jaser avec les V.-P. et différents confrères de travail », se souvient-il. « Ça m'a permis de continuer tout le travail que j'avais commencé et ç'a été bénéfique. Il faut être persistant. J'aurais peut-être fait une erreur en laissant le commerce à ce moment-là. Mais, il faut le vivre pour le savoir », explique-t-il. Encore aujourd'hui, Marcel poursuit son implication au sein d'un comité de Metro.

UN ATTACHEMENT COMMUNAUTAIRE EXEMPLAIRE

L'implication locale a toujours fait partie des priorités de la famille Laroche. Bien entendu, l'engagement communautaire permet d'entretenir un lien direct avec la clientèle de Laurier-Station et de Saint-Étienne. « J'ai toujours été très impliqué au niveau de la jeunesse, au niveau des sports, au niveau des clubs sociaux pour contribuer à l'aide dont ils avaient besoin. La clientèle est très attachée à nous, et nous aussi à elle », souligne Marcel.

En 2019, rendre service à la communauté pour Marcel, c'est aussi accorder aux producteurs locaux un espace exclusif leur permettant d'offrir leurs produits aux clients des deux Metro. « Et ça, ça crée un attachement aussi pour notre clientèle, qui est contente d'acheter localement », dit fièrement Marcel.

UNE RELÈVE BIEN ENRACINÉE

Depuis plusieurs années, la troisième génération d'épiciers Laroche est assurée par ses deux fils, Guillaume et David. Deux nouveaux associés, Régis Bergeron et Daniel Laroche, se sont aussi joints à l'entreprise. Pour Marcel, c'est une grande fierté que ses deux fils suivent sa vocation et celle de leur grand-père. « Ils forment un duo très dynamique. Ils ne manquent pas d'idées, et je pense qu'ils vont suivre mes traces. » Et d'ajouter : « L'avenir des deux magasins est très bien assuré. C'est ça qui était mon but et j'ai été bien récompensé par mes deux fils qui sont revenus avec moi. C'est une grande fierté! »

Bravo à Marcel! Nous lui souhaitons vivement une quatrième génération d'épiciers Laroche pour l'avenir!