



TEMPLE ^{DE}
LA
RENOMMÉE
ADA 2022





De rimouski aux laurentides

C'est à Saint-Jérôme, dans les Laurentides, que le couple Marquis-Thibeault ouvre son premier marché Metro à l'âge de 26 ans. Tous deux sont natifs de petits villages de la MRC de Rimouski-Neigette, lieux modestes, mais où la rigueur à l'ouvrage était synonyme de réussite. Louise, fille du marchand général, et Nelson, fils d'un entrepreneur forestier, récoltent aujourd'hui les fruits de leurs efforts des 40 dernières années.

Par Yves Boulanger et Hélène Lambert

13

LA JOLIE FILLE DE L'ÉPICIER S'ENTICHE DU BEAU POLICIER

C'est dans le Bas-Saint-Laurent, plus précisément dans le comté de Rimouski, que l'idylle amoureuse de Louise et Nelson commence. Ils ont 16 ans et terminent leur secondaire. Mais un jour, le père de Louise vend son commerce et déménage sa famille à Montréal pour y ouvrir une épicerie Metro. De son côté, Nelson entreprend des études en techniques policières à Rimouski et continue de fréquenter sa belle Louise malgré la distance. Lorsqu'il devient officiellement policier, Louise revient dans le bas du fleuve auprès de son homme. Pendant qu'il patrouille dans la ville de Rimouski, elle travaille au magasin Dominion comme gérante de service. « À chaque occasion qu'on pouvait monter à Montréal, mon beau-père nous montrait ses chiffres et nous disait à quel point c'était intéressant le business d'épicier », raconte Nelson.

DEVENIR ÉPICIER PAR AMOUR

Pendant une convalescence de Nelson, le père de Louise l'informe d'une opportunité d'affaires. « J'avais eu un accident, je m'étais déchiré les ligaments d'un pied », se remémore Nelson. « J'appelle Louise au Dominion et lui dis qu'il y a quelque chose pour nous à Saint-Jérôme : une épicerie. » L'affaire en question était un local qu'une famille de Saint-Jérôme avait construit pour en faire un marché d'alimentation, mais un syndic avait repris le bâtiment. Le jeune couple décide de faire une offre. Nelson poursuit : « Je ne m'en cache pas, c'est mon beau-père qui nous a financés. Et c'est comme ça que ça a commencé. »

Rappelons que Louise, dès sa tendre jeunesse – comme ses trois sœurs et trois frères –, avait travaillé à l'épicerie familiale. « Quand j'étais jeune, mon père ne faisait pas la différence entre les filles et les garçons. Les filles travaillaient aussi fort que les garçons », souligne Louise. « Quand est venu le temps d'être en business, il nous a mis en affaires comme les garçons. » Et elle ajoute : « Dans le temps, on disait que les filles devaient rester à la maison, mais pas chez nous. En 1973, quand mon père avait son Metro, moi et ma sœur Marilyne, on déchargeait les vans à la mitaine! »



Cependant, lorsque Nelson – policier de formation – se retrouve au milieu de discussions portant sur l’achat d’équipement, les ratios, les layouts, etc., un nouveau jargon pour lui, il angoisse. « Là, Nelson a pris panique. Il a dit qu’il n’était pas sûr d’embarquer là-dedans », explique Louise. Après avoir hésité un moment, il s’est ravisé en disant à sa douce « j’embarque, mais j’embarque pour toi. » Selon Louise, pour qui le rêve de sa vie était d’avoir un marché Metro, Nelson a fait le meilleur épicier! Et c’est ainsi que le premier supermarché Metro du couple a ouvert à Saint-Jérôme, en 1981. Louise et Nelson y ont même vécu avec leur bébé dans un logement aménagé à l’étage.

UN BORD D’AUTOROUTE VISIONNAIRE

C’est bien beau acheter un bâtiment, mais il faut maintenant monter le magasin, acheter l’équipement, placer la marchandise sur les tablettes, etc. Et c’est avec les gens du coin que tout prend forme. Malgré des débuts modestes, la rentabilité finit par être au rendez-vous. Si bien qu’en 1987, Louise et Nelson font l’acquisition d’un terrain, relocalisent le Metro où il se trouve aujourd’hui et procèdent à la vente de l’ancien bâtiment et du terrain pour financer l’opération. « Tout le monde nous disait qu’on était sur le bord d’une autoroute, qu’on n’allait pas passer à travers », se rappelle Louise. « C’est drôle qu’aujourd’hui tout le monde cherche un bord d’autoroute. C’était visionnaire! »

Pour eux, être propriétaires des lieux est primordial. Au début, ils sont associés avec le père de Louise et le beau-frère de Nelson. Mais avec le temps, les associés vendent leurs actions au couple. « Quand tu sais que c’est le beau-père qui te finance, tu es assez orgueilleux pour vouloir lui remettre son argent », relate Nelson. « Le père de Louise, c’était tout un monsieur. Ça a été... mon père. Ça a été un homme extraordinaire », poursuit-il. « J’en parle encore aujourd’hui, et c’est pareil, je suis ému à chaque fois. C’est pas tout le monde qui fait confiance à l’un de ses gendres et qui lui donne confiance en lui », conclut Nelson avec beaucoup d’émotion.

NELSON APPREND DE LA MEILLEURE

Après une première année d’apprentissage pour Nelson, Louise n’a que de bons mots pour son homme. D’ailleurs, elle doit rassurer son beau-père, qui s’interroge sans doute sur le changement de carrière de son fils. « Mon beau-père montait nous voir de temps en temps. Quand j’étais assise au bureau, il venait s’asseoir à côté de moi et me demandait comment ça se passait dans le Metro, le travail et tout ça »,

explique Louise. « Il avait l’air de penser que c’était moi qui menais ça toute seule. J’ai dit à mon beau-père, vous savez, Nelson est très bon. Je l’accoterais avec n’importe quel marchand qui fait ça depuis 20 ans. Il m’a répondu : ‘Es-tu sérieuse? Mon Dieu que tu me fais plaisir!’ Je m’en souviendrai toujours. » Louise tient à préciser ceci : « Nelson, sa grande force, c’était sur le plancher avec les clients, il les connaissait

tous. La madame était enceinte, puis elle avait accouché? Il lui donnait une boîte de couches! Il est très, très fort côté clientèle. »

ACQUISITIONS ET RÉNOVATIONS, ENCORE ET ENCORE

Pour qu’un commerce d’alimentation perdure, on doit sans cesse l’adapter pour répondre aux tendances du marché, mais surtout aux besoins de la clientèle. Des investissements sont nécessaires à sa survie – et c’est encore plus vrai de nos jours. Mais avant d’investir, il faut savoir dénicher des emplacements stratégiques où se trouvera la clientèle de demain. C’est donc en patrouillant les municipalités voisines que l’ancien policier a trouvé le site de chacun des marchés Metro de la famille.

« Nelson, c’est le développeur », affirme Louise. « Il disait on va acheter ce terrain-là. Moi, je répondais t’es malade, ça n’a pas de bon sens. Et ça finissait tout le temps par faire ce qu’il avait prédit! » Vouloir mordicus être maîtres chez eux, c’est un principe qui a été inculqué dès le début par le père de Louise. « Mon beau-père nous disait qu’il vaut mieux être chez nous, chez nous. Et quand il fallait acheter

« Tout le monde nous disait qu’on était sur le bord d’une autoroute, qu’on n’allait pas passer à travers. »



DEUX PILOTES AU VOLANT DU CIRCUIT FAMILIAL

Dorénavant, la destinée de l'entreprise repose sur la troisième génération d'épiciers de la famille : Frédéric et Martin, qui baignent dans l'alimentation depuis leur enfance. Si le chemin paraissait tracé d'avance pour eux, ils devaient néanmoins prouver leurs compétences pour piloter cette Formule 1. Comme le dit si bien Nelson, « tu ne laisses pas une Ferrari à quelqu'un qui ne sait pas la conduire. » La mère des deux garçons insiste : « On a commencé au bas de l'échelle. On a assez travaillé fort que s'ils n'avaient pas eu les compétences, jamais on n'aurait laissé ça entre leurs mains. » Les deux parents sont unanimes : « Heureusement, on a des fils travaillants, intègres, vaillants, à l'écoute de leur clientèle et très respectueux avec nous. Ils ont le meilleur de nous autres! »

C'est d'ailleurs avec fierté que Nelson souligne qu'il n'était pas seul lors de la construction des derniers projets immobiliers. « Après Blainville, Frédéric et Martin ont commencé à embarquer dans le développement eux aussi. Celui qu'on a à Prévost, je lève mon chapeau, c'est les deux gars qui s'en sont occupés. Ils sont des visionnaires eux aussi et des bons travailleurs! », se réjouit le papa. Suite logique des choses? Après la troisième génération, les petits-enfants de Louise et Nelson emprunteront sans doute le même chemin que leurs fils.

de l'équipement, il disait que mettre l'habit usagé d'un autre, ce n'est jamais l'un. Alors, achète ton équipement neuf! », se remémore Nelson en riant.

C'est donc sur la base de ces conseils que le couple a développé le volet immobilier de l'entreprise : ils sont devenus propriétaires de leurs édifices et ont fait construire des immeubles qui accueillent d'autres bannières en location. Pensons simplement à Dollarama, Tim Hortons, Jean Coutu, des cliniques médicales, etc. À ce jour, les Metro Famille Thibeault contribuent à la vitalité économique des municipalités de Saint-Jérôme, Saint-Antoine, Blainville, Sainte-Sophie, Prévost et prochainement Mirabel, au printemps 2023. Et l'entreprise a encore des terrains en banque pour de futurs sites!

LES EMPLOYÉS : L'EAU QUI ALIMENTE LE MOULIN

Le commerce de l'alimentation a considérablement évolué au fil du temps, devenant de plus en plus complexe. Les besoins des clients changent, leurs critères évoluent et se diversifient, et outre leur désir de qualité et de bons prix, une constante demeure : le caractère essentiel d'un service personnalisé où la courtoisie prime avant tout. D'ailleurs, c'est l'essence même de la réussite de Louise et Nelson, qui appliquent ce principe et l'inculquent à leurs employés depuis leurs tout débuts.

« Pour la réussite de n'importe qui en affaires, il faut travailler et s'entourer de bonnes personnes », affirme Nelson. Louise renchérit : « Un fort s'entoure de forts. » Selon son mari, le succès d'une entreprise, c'est un ensemble : les patrons, les employés et une chimie qui mène à la réussite. « Je dis toujours que les employés, c'est l'eau qui fait fonctionner le moulin », poursuit-il. « C'est comme avec la clientèle : si tu n'en prends pas soin, le moulin ne marche pas longtemps. C'est ça la réussite d'une entreprise : c'est respecter son client, respecter ses employés et être à l'affût du développement qui se passe autour. » Aujourd'hui, c'est plus de 750 employés compétents et dévoués qui servent la clientèle des Metro Famille Thibeault.

L'ESPRIT DE COMMUNAUTÉ DEPUIS 1982

L'implication communautaire est d'une grande importance pour le clan Thibeault. Cette valeur est d'ailleurs omniprésente depuis les tout débuts. Nombreuses sont les causes que la famille épaula et soutient. Les Metro Famille Thibeault sont de précieux donateurs pour la Fondation autisme Laurentides, la Fondation de l'Hôpital de Saint-Jérôme ainsi que celle du cégep. De plus, l'entreprise participe au programme de récupération avec Moisson Laurentides et donne un appui considérable à la jeunesse, tant pour le volet éducatif que sportif, sans oublier les paniers de Noël. « Il faut que ce soit important pour la communauté », insiste Nelson. En commanditant plusieurs événements, Metro Famille Thibeault démontre qu'elle est un citoyen corporatif exemplaire à l'écoute de sa collectivité, qui lui rend bien d'ailleurs.

SAVOIR-FAIRE ET SAVOIR-ÊTRE : UN GAGE DE PÉRENNITÉ

Pour l'heure, Louise est encore active au travail. Depuis son bureau au centre administratif à Saint-Jérôme, elle veille à la gestion des supermarchés avec cinq employés sous sa gouverne. Nelson, moins présent de façon régulière, peut malgré tout réciter les ventes hebdomadaires de chacun des Metro de la famille. Et, bien sûr, il continue de patrouiller à la recherche d'emplacements propices à de futurs développements immobiliers – pour ses cinq petits-enfants peut-être?

Félicitations à Louise et Nelson, qui ont su transmettre leur savoir-faire et leur savoir-être à leurs enfants. La pérennité des futures générations de la florissante famille Thibeault est sans aucun doute assurée.

66 ANS

D'HISTOIRE
À PARTAGER



Association
des détaillants
en alimentation
du Québec

ADAQ.QC.CA

