

Station Innu à Uashat Réal Therriault, Directeur général



Station Innu de Sept-Îles

Le commerce de toute une communauté

Plus de 30 ans se sont écoulés depuis que Ronald Fontaine, le propriétaire de la Station Innu de Uashat a confié la gestion de son dépanneur à Réal Therriault, un ancien de la restauration. Ouvert en 1994 avec une simple station-service, le commerce emploie aujourd'hui de 25 à 30 personnes en période de pointe et s'est imposé comme une véritable institution au sein de sa communauté.

« Un de mes représentants me disait justement qu'il nous traite souvent comme une épicerie, parce qu'on fait partie des trois plus gros dépanneurs de Sept-Îles et qu'on est le plus grand dépanneur de la communauté autochtone. Pour moi, on est le meilleur, » lance fièrement Réal Therriault, le directeur général.

Un engagement bien ancré

Réal Therriault se décrit lui-même avec humour comme un « drôle de moineau ». Derrière son franc-parler se cache toutefois un homme profondément engagé dans son milieu.

Au cours des 12 dernières années, il a versé plus d'un demi-million de dollars à la Maison de soins palliatifs grâce aux canettes consignées que lui remettent les citoyens de la région ou qu'il recueille lui-même à titre de bénévole, un rôle qui lui a valu plusieurs distinctions. Pas étonnant qu'il soit ici « connu comme Barabas dans la passion ».

De nombreux commerces, restaurants et hôtels de Sept-Îles lui remettent leurs contenants consignés. Le dépanneur participe également à sept activités de récupération, notamment le festival innu Nokamu, le Vieux Quai en fête, le FestiGrill, Mamu Country, le tournoi Orange et le Tournoi Volley Soleil.

Attirer les clients

Depuis ses débuts, la Station Innu n'a cessé de prendre de l'expansion. En 1996, la petite station-service de 10 pi × 20 pi est agrandie pour atteindre une superficie de 1 840 pi². La bâtisse passe alors à 40 pi × 43 pi et se dote d'une chambre froide de 10 portes.

Un troisième agrandissement suit en 2010, portant les dimensions du bâtiment à 40 pi × 75 pi. La chambre froide compte désormais 22 portes : huit sont consacrées aux bières et aux boissons alcoolisées, tandis que les 14 autres offrent tous les produits non alcoolisés. En 2024, un nouveau réfrigérateur vient bonifier l'offre avec du prêt-à-manger.

« En 2015, on a refait toute la partie pétrolière en remplaçant les pompes et les réservoirs. On en a profité pour passer d'Ultramar à Petro-Canada », explique Réal Therriault. Pour fidéliser sa clientèle, le dépanneur organise également des concours en collaboration avec ses marques partenaires.

L'établissement offre aussi un guichet automatique, un coin café, de la Slush, des plats préparés, des fromages, des yaourts et bien d'autres produits.

Très impliqué dans son milieu, le commerçant répond à de nombreuses demandes provenant d'équipes sportives et d'organismes. Il accorde généralement 75 \$ en dons et jusqu'à 200 \$ en commandites. Au total, ce sont près de 10 000 \$ qui sont redistribués chaque année.

Le service de livraison, assuré par deux employés, connaît également un franc succès.

La transmission des compétences

Pour Réal Therriault, une bonne équipe repose d'abord sur la communication. Souple et accommodant, le directeur adapte les horaires aux besoins et à la réalité de chacun. « Il m'arrive même d'aller chercher des employés en voiture ou de les reconduire chez eux », raconte-t-il.

« Au moment de l'embauche, je leur dis : "Sers le client comme tu aimerais être servi toi-même." Et le "bonjour", c'est indispensable. D'abord pour accueillir la personne, mais aussi pour lui faire comprendre qu'on a remarqué sa présence. »

Pour diriger un dépanneur, Réal Therriault estime qu'il faut avoir les épaules larges. Être à l'écoute de son équipe, s'intéresser aux techniques de vente, au marketing et aux nouvelles tendances, lire tout ce que l'AMDEQ transmet, suivre les formations offertes et échanger avec les représentants font partie intégrante du métier.

À son avis, plusieurs propriétaires sous-estiment encore l'importance du merchandising et du parcours client. Chez lui, les tablettes doivent toujours être bien garnies. « J'ai appris qu'un *facing* permet de vendre une douzaine d'articles par mois, tandis que deux *facings* du même produit permettent d'en vendre une vingtaine », précise-t-il.

Il transmet aussi à ses employés les bases de l'achat impulsif. « Si le sucre à la crème reste sur les tablettes, il ne se vendra pas. Mais si on le place près des caisses, ça déclenche des achats spontanés et il part rapidement. »

À la croisée des chemins

À 67 ans, Réal Therriault ne sait pas encore si l'aventure de la Station Innu se poursuivra.

« J'aime encore ce que je fais : le commerce, la négociation des contrats », confie le directeur. « Si Ronald décide de continuer, j'aimerais beaucoup ajouter un lave-auto et des bornes de recharge pour véhicules électriques pour mieux servir les gens qui passent dans notre région. »



M. Therriault reçoit un trophée pour son implication dans la communauté



M. Therriault recueille des contenants consignés afin de remettre les fonds à une œuvre de charité