

Fraîcheurs du Marché

Écoute et adaptation : deux secrets de la réussite



Dès le 19e siècle, l'anthropologue Charles Darwin disait que « Les espèces qui survivent ne sont pas les espèces les plus fortes [...], mais celles qui s'adaptent le mieux aux changements. ». L'histoire de Jimmy Provost, propriétaire depuis cinq ans de l'épicerie de quartier Fraîcheurs du marché à Saint-Sulpice, confirme très certainement cette théorie. Explications.

Celui qui a d'abord roulé sa bosse comme chef du rayon des fruits et légumes dans la plupart des grandes bannières d'épicerie du Québec s'est un jour lancé à son propre compte en ouvrant un marché saisonnier à Montréal. Puis un concours de circonstances a contraint Jimmy Provost à transporter ses pénates ailleurs. Il a donc ouvert Fraîcheurs du marché, un commerce de type fruits et légumes / épicerie fine dans un local de l'ancien marché Saint-Jacques, pour devoir déménager encore une fois peu de temps après parce que les loyers avaient augmenté de façon radicale. C'est alors que, de concert avec sa conjointe Léa Colliot qui fait équipe avec lui, il a décidé de marquer un grand coup : pour ne plus avoir à changer constamment d'adresse, il allait acheter son propre bâtiment !



« Comme nous habitons Terrebonne, nous cherchions quelque chose dans Lanaudière,

raconte-t-il. Puis, un jour, est passée cette annonce concernant une épicerie en difficulté. » Installée dans le village de Saint-Sulpice, la propriété se vendait à un prix bien plus abordable qu'un bâtiment comparable à Terrebonne, à 20 km de là. « On s'est dit qu'on allait s'essayer ! » se rappelle l'entrepreneur.

Ouvrir grand les oreilles

« On a travaillé fort, car il a fallu tout "remonter" le commerce. Les débuts à 300 \$ de ventes par jour ont été pas mal difficiles à encaisser... L'entreprise, qui reprend le nom de celui que j'avais à Montréal, marche aujourd'hui très bien, et j'espère évidemment que ça va toujours aller en s'améliorant ! » confie celui qui reconnaît consacrer une soixantaine d'heures par semaine à son commerce, « sans oublier le travail de paperasse fait de la maison ! »

Le Sulpicien d'adoption a vite constaté que les gens de la place étaient ravis de ne pas perdre leur épicerie. Et ils lui ont aussi dit plein d'autres choses... dont il a su tenir compte ! « Je suis un gars de fruits et légumes frais, mais je trouvais que ce segment de mes ventes ne roulait pas très fort, dans mon nouvel établissement. Un boucher qui avait déjà travaillé dans mon commerce m'a initié à la fabrication de saucisses. J'ai aussi eu de bons conseils de mon fournisseur en épices. Ça m'a lancé sur une nouvelle piste, et je me suis mis à créer mes propres recettes », précise celui qui a ainsi montré qu'il savait adapter son offre à sa clientèle.

L'entrepreneur a aussi eu la brillante idée de faire connaître son nouveau produit en participant aux Fêtes hivernales locales (NDLR : avant la COVID). « Nous avons décidé d'embarquer dans le projet en proposant des grillades de saucisses en plein air. C'est bien simple : tout le monde capotait ! » se remémore-t-il, d'un ton amusé. Jusqu'à présent, une trentaine de variétés ont été créées, les plus populaires étant Érable-poivre-chipotille, Poutine (frites, fromage, sauce), Pizza (pepperoni, fromage, poivron, sauce), Taco

(croustilles, salsa, fromage) et Bacon cheddar.

« Ensuite, les clients se sont mis à me dire que je devrais faire du boudin... Je n'étais vraiment pas très emballé à l'idée ! Mais j'ai suivi une formation et je fabrique maintenant un boudin artisanal qui n'a rien du produit industriel, trop sec et salé auquel on est habitués. Aujourd'hui, je peux vous dire que notre boudin Pommes et canneberges, c'est tout un hit ! » Plongeant à plein dans le monde de la charcuterie, le nouveau saucissier propose aussi, désormais, ses propres jambons maison, son pepperoni et tutti quanti.

Le zigzag commercial s'est aussi imposé lorsque le propriétaire de Fraîcheurs du marché a constaté que les ventes de poulet rôti à la broche tombaient à plat le vendredi soir. « En me demandant pourquoi, j'ai compris que mes clients voulaient plutôt de la pizza, ce soir-là ! J'ai donc lancé nos "Vendredis pizza". Chaque année à partir du week-end de l'Action de grâce, les clients peuvent commander leur pizza, qui est prête et bien chaude en moins de 15 minutes. Nous avons nos classiques – Toute garnie, Saucisse italienne et Pepperoni-fromage – et nous proposons également chaque semaine une variante spéciale, par exemple Fruits de mer ou Viande fumée et cornichon. »

La dernière innovation en lice est le présentoir de bières de microbrasseries. « Les distributeurs nous transmettent des listes, puis nous faisons notre choix en fonction de ce qui devrait plaire à nos clients. Si on sait que les bières sûres ne sortent pas trop, on en commande juste un peu. Mais nos sélections semblent viser juste, car ce segment-là marche de plus en plus ! » se réjouit-il. Jimmy Provost mentionne au passage que les formations offertes par l'AMDEQ, non seulement en microbrasserie mais aussi en divers autres domaines comme le service à la clientèle et la boucherie, ont été de précieux outils pour permettre à tous les membres de l'équipe de se perfectionner.

« Nous sommes contents d'avoir suffisamment d'envergure pour rester ouverts les jours fériés. Nous ne sommes pas un dépanneur ni un grand supermarché, mais nous tenons à être toujours là pour le client ! » termine-t-il.



Bref, Jimmy Provost écoute beaucoup ses clients et s'adapte à leurs besoins. « L'homme sage s'adapte aux circonstances comme l'eau prend la forme de son contenant », dit un proverbe chinois. Il y a assurément un peu, beaucoup de cette sagesse dans l'approche entrepreneuriale du propriétaire de Fraîcheurs du marché !