

SCHRETER DEPUIS 1928

Claude Gagnon

EN 1928, à l'âge de vingt-trois ans, Joseph Schreter quitta sa Roumanie pour une nouvelle vie au Canada. Il s'installa à Montréal et vécut de colportage pendant une année, avant d'installer un premier magasin au bas de la rue Saint-Laurent. Sa petite entreprise de vêtements pour hommes, femmes et enfants ne cessa de croître, suffisamment pour que son cousin Irving puisse venir le rejoindre et l'aider dans son entreprise. Mais en 1955, c'est le drame : le magasin est détruit par le feu. Les Schreter décident alors de remonter sur le boulevard Saint-Laurent jusqu'au coin de la rue Marie-Anne, leur emplacement actuel.

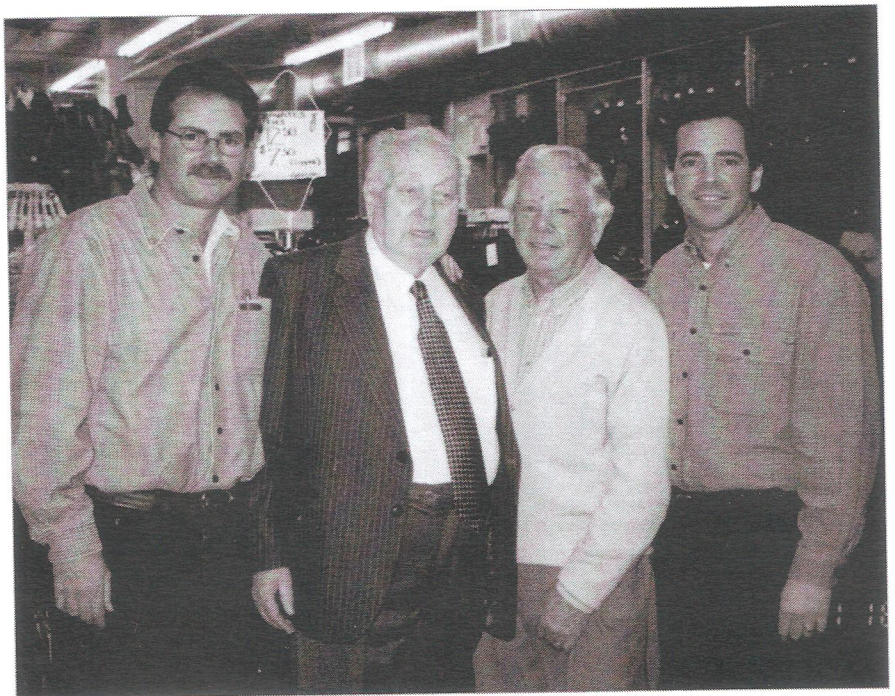
DANS LES années 60, Irving continue de s'occuper de l'entreprise avec ses deux fils Steve et Joey; Joseph leur a vendu le commerce pour s'orienter vers le marché immobilier. Les décennies qui suivent se résument à une prospérité progressive. Mais les temps changent; les administrateurs Schreter délaissent le marché de gros pour s'orienter de plus en plus vers le commerce de détail. Les mœurs changent aussi; en 1980, l'entreprise finance ses premières campagnes de publicité à la radio et dans les journaux.

DEPUIS 2008, Steve Schreter dirige l'entreprise avec son fils Lonnie (quatrième génération). « Les temps continuent de changer »,

explique Steve. Depuis 1990, il y a plusieurs phénomènes qui modifient le profil de la clientèle. Il y a d'abord eu l'internet avec les sites des entreprises qui faisaient espérer des ventes mirobolantes. Une fois passé la déception, les sites sont cependant demeurés utiles, car ils sont devenus des catalogues avec ou sans achat. Mais Steve additionne aussi les problèmes croissants de stationnement autour du magasin et dans la ville en général. Il résume ainsi le changement de la clientèle :



vaillent ou y demeurent. L'internet a apporté aussi une publicité qui a dépassé la ville et nous avons de plus en plus de tourisme international. Nous sommes donc devenus un commerce local, moins régional mais paradoxalement plus international; la multiplica-



Joseph Schreter et ses successeurs, en 1997.
De gauche à droite : Steve, Joseph, Irving et Joey.

Source : Archives de la famille Schreter.

« Autrefois, nous étions un commerce de destination, les gens venaient de Ville de Laval pour magasiner chez nous. Maintenant, nous sommes surtout fréquentés par les gens du quartier qui y tra-

tion des logements Airbnb dans le quartier n'est pas étrangère à cette nouvelle vocation. »

STEVE SCHRETER essaie d'évaluer les nouvelles plateformes com-

merciales mais la chose est ardue. Notamment l'évaluation de la plateforme internet est difficile à faire ; on ne peut calculer l'influence réelle sur l'achat, précise-t-il, des catalogues en ligne. Plusieurs visiteurs se contentent d'essayer les vêtements au magasin et retournent ensuite à leur domicile pour commander en ligne chez un autre fournisseur ! Les magasins sont réduits alors à des salles d'essayage. Mais la famille Schreter a une philosophie claire et ferme depuis toujours sur l'importance de sa clientèle : « Assurez-vous

que le client en a pour la valeur maximale et repart du magasin pleinement satisfait. Car il n'y a aucune politique de remboursement! »

IL FAUT croire que cette devise de satisfaction absolue a porté fruit au long des quatre générations : Schreter a encore agrandi ses locaux il y a quelques années. Steve avoue qu'il mise davantage sur des allées plus larges dans le magasin que dans les frais de publicité trop chers de l'internet.
