

4

Atelier Influence des communautés culturelles

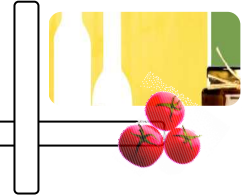
Dans les années 1975 à 1978, des communautés culturelles ont suscité une première vague d'engouement pour les produits ethniques. Depuis la récente arrivée de nouveaux immigrants, les dépenses consacrées à l'achat de ce type de produits ont de nouveau tendance à augmenter et de nombreux experts s'entendent pour affirmer que cette croissance sera encore plus marquée dans le futur.

D'une part, la croissance de l'immigration provoque une hausse de la demande pour ces produits notamment dans le domaine des épiceries spécialisées. En effet, les immigrants aiment conserver certaines habitudes de consommation spécifiques à leur pays d'origine ou à leur religion. C'est ainsi qu'on voit émerger de plus en plus de produits certifiés halal ou encore casher. Le pouvoir d'achat de cette tranche de la population devra donc être pris en considération.

Les immigrants ne sont cependant pas les seuls à s'intéresser à ce type de produits. En effet, les Québécois s'ouvrent aux autres cultures et traditions culinaires. La facilité de voyager et la multiplication de restaurants ethniques sont devenues de véritables moteurs de vente de produits d'origine étrangère. Le consommateur désireux de retrouver des effluves d'épices ou des mets exotiques favorise ainsi au développement de nouveaux produits.

D'autre part, cette diversité exerce parfois une telle influence sur les consommateurs, qu'elle crée de nouvelles habitudes alimentaires. Pensons à la pizza que de nombreux articles dédiés à ce sujet citent en exemple. Et que dire, plus récemment, de la tendance des mets asiatiques qui a mis sur la sellette les sushis, maquis et autres? Non seulement le côté culturel est-il incontestable, mais en plus les angles praticité et santé s'allient à cette tendance. Certains de ces produits sont appelés à inonder les marchés de masse. Il n'est donc pas étonnant de voir exploser de nouveaux points de vente dans les grandes surfaces aussi bien que dans les boutiques spécialisées.

Cet atelier vise, par le témoignage de deux entreprises, à illustrer l'un ou l'autre volet de cette tendance. Tout d'abord, l'Épicerie européenne, qui cible le consommateur urbain à la recherche de produits différents avec une offre très variée et multiculturelle.



4

Atelier Influence des communautés culturelles

M. Gianni Colarusso Épicerie Européenne



Gianni Colarusso est le cadet d'une famille de quatre enfants issus de parents italiens. Diplômé de l'université Laval à Québec en ingénierie, il est impliqué activement au sein de l'entreprise familiale depuis plus de dix ans. Il en est le président depuis maintenant deux ans. Représentant la deuxième génération, la ligne directrice demeure la même : offrir une diversité de produits de qualité avec un service courtois tout en maintenant une complicité avec sa clientèle diversifiée, une des richesses de l'entreprise.

Quelques mots sur l'Épicerie Européenne

Une histoire savoureuse !

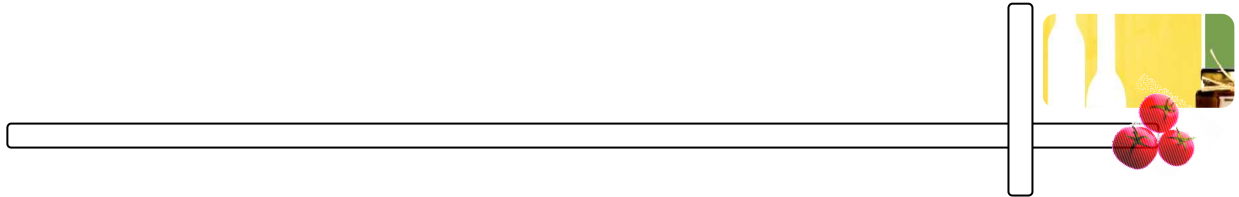
Le 16 octobre 1959, l'Épicerie Européenne ouvre ses portes au 425, rue Saint-Jean. Bien qu'elle connaisse des débuts modestes, la sympathique entreprise gagne rapidement en popularité. « Nostalgiques » du continent voisin et curieux du quartier y découvrent avec plaisir des produits venus de l'étranger.

Au fil des ans, l'approche charismatique et simple de ses deux fondateurs, Maria et Emilio, contribue à l'essor de l'entreprise qui, 20 ans plus tard, s'installe dans l'ancienne mercerie pour hommes N.E. Papillon, toujours sur la rue Saint-Jean, au cœur du faubourg Saint-Jean-Baptiste. Dans ce local presque quatre fois plus grand, de majestueuses armoires murales en bois massif datant des années 20 tapissent les murs, créant ainsi un cachet unique à l'endroit.

En septembre 2004, à la veille de son 45e anniversaire, l'Épicerie Européenne entreprend une cure de rajeunissement avec le souci d'offrir un service exceptionnel à sa clientèle toujours grandissante. Y magasiner devient alors une expérience dépayssante dans une ambiance où la lumière rappelle le chaud soleil d'Italie, pays d'origine de ses fondateurs.



560, rue Saint-Jean
Québec (Québec) G1R 1P6
Téléphone : 418-529-4847
Télécopieur : 418-529-0368
info@epicerie-europeenne.com
www.epicerie-europeenne.com



Influence des communautés culturelles par Gianni Colarusso

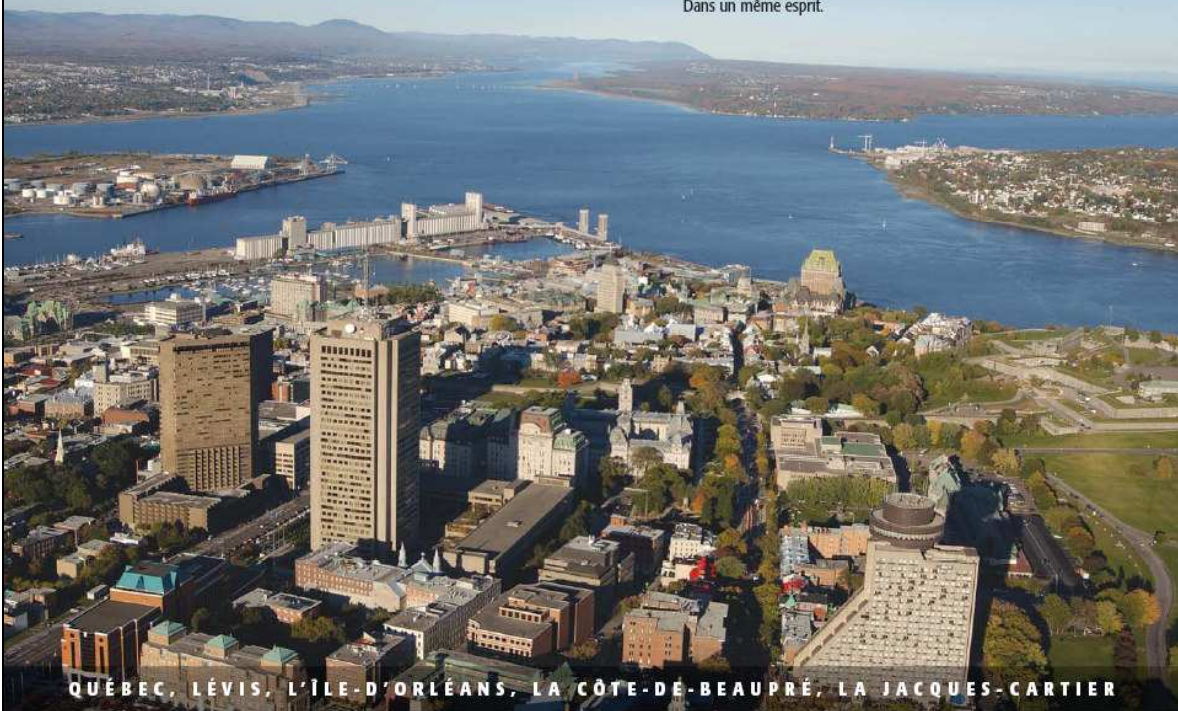
L'Épicerie Européenne a depuis longtemps dépassé les frontières géographiques de l'Europe pour offrir une gamme de produits rejoignant plusieurs cultures. Le Québec se laisse aisément conquérir par le ventre! La population québécoise est gourmande et curieuse. Les gens voyagent de plus en plus et découvrent des richesses culinaires qu'ils veulent reproduire ici. Faut-il encore qu'ils trouvent la matière première. Qui dit diversité culturelle, dit également diversité culinaire. Il est loin le temps où on contentait d'un steak et de patates! Comment s'adapter à cette nouvelle réalité? L'écoute...

ici

Ici, sur près de 10 000 kilomètres carrés traversés par le majestueux fleuve Saint-Laurent, 700 000 personnes vivent la richesse d'un équilibre entre la ville et la nature, l'histoire et la modernité, les affaires et les loisirs.

Ici, dans la plus européenne des terres d'Amérique, les entreprises ont accès à la plus grande concentration de chercheurs par habitant en Amérique du Nord et profitent de coûts d'établissement et d'opération parmi les plus bas au monde.

Ici, nous vivons dans la fierté de ce que nous sommes et de ce que nous avons à offrir à tous ceux qui souhaitent bâtir avec nous. Dans un même esprit.



QUÉBEC, LÉVIS, L'ÎLE-D'ORLÉANS, LA CÔTE-DE-BEAUPRÉ, LA JACQUES-CARTIER

www.cmquebec.qc.ca



**Communauté
métropolitaine
de Québec**

Bâtir. Dans un même esprit.

Desjardins & Cie

C'est tout Desjardins qui appuie les entreprises.



Ceci
n'est pas
une belle
récolte

C'est une entreprise qui prospère.

Vous produisez ? Nous produisons nous aussi. Chez Desjardins, nous avons tous les outils, les conseils et le savoir-faire financier pour faire progresser vos affaires. Chaque année, nous appuyons plus d'entreprises agricoles que toute autre institution financière. Et avec près de 60 centres financiers aux entreprises partout en région et des directeurs de comptes spécialisés en agriculture, vous n'avez pas à aller bien loin pour aller plus loin.



Conjuguer avoirs et êtres

