

Comment FUNECAP est-elle devenue l'alternative sur le marché français ?

La vie m'a appris que l'humilité était une valeur de premier rang. J'ai vécu des moments de réelle délectation à travailler pour le développement de structures que j'ai eu l'honneur d'animer, et d'autres moins glorieux où je me suis retrouvé à repartir de zéro pour concrétiser un nouveau projet.



Philippe Gentil, président des POMPES FUNÈBRES Pascal Leclerc®, président du comité exécutif de FUNECAP



Luc Behra, directeur général de FUNECAP Sud-Est



Tous les entrepreneurs connaissent ça. Ils engagent bien souvent toutes leurs forces et toute leur énergie dans des batailles qu'ils gagnent ou qu'ils perdent avec cette flamme de l'inconscience qui les fait prendre la mer par tous les temps parce qu'ils cherchent sans cesse cette sensation de vie pleine que leur apporte l'entreprise, accomplissement de leurs rêves d'enfant ou de leurs ambitions d'adulte.

Bientôt cinq années se sont écoulées depuis la création du groupe FUNECAP et de ses filiales, comme par exemple POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC®, Rebillon ou encore Pompes Funèbres Poivre. Cinq années durant lesquelles l'équipe a été d'abord considérée comme "une de plus sur le terrain" ou "de nouveaux amateurs entraînés par un guide illuminé (votre serviteur)" et a su progressivement se distinguer pour arracher parfois les plus belles opérations aux griffes des quelques "acteurs" historiques.

Car il est clair que, durant ces cinq années écoulées, un chemin important a été parcouru. Aujourd'hui, chacun peut mesurer que FUNECAP est devenu un acteur incontournable sur le marché. Forte de son panier de marques, de ses agences situées aux quatre coins du pays, de ses chambres funéraires et crématoriums et d'un réseau d'affiliés dont les rangs ne cessent de grossir, cette entreprise est devenue en peu de temps une alternative plus que crédible sur un marché en pleine mutation et consolidation.

À l'heure où le salon FUNEXPO bat son plein, on peut se poser la question pour comprendre ce qui a contribué et contribue toujours aujourd'hui

Aujourd'hui, chacun peut mesurer que FUNECAP est devenu un acteur incontournable sur le marché

au développement de ce groupe. La réponse repose sur plusieurs éléments, dont je vous propose d'énoncer les principaux.

Tout d'abord la volonté et la motivation de ses dirigeants fondateurs

Si j'ai servi bien modestement d'éclairer dans ce premier "quinquennat", rien n'aurait été possible sans l'intelligence, le travail et le savoir-faire de deux codirigeants de cette maison, Xavier Thoumieux et Thierry Gisserot, à qui revient le mérite d'avoir compris, structuré et financé l'ensemble du développement de ce groupe.

La stratégie que nous avons élaborée ensemble au départ s'est ensuite concrétisée parce que des hommes et des femmes vaillants et animés d'une véritable foi d'entrepreneurs se sont mobilisés de façon exceptionnelle autour du projet.

Je veux parler de Luc Behra, Caroline Ammeux, Norbert Barbier, Laurent Comba, Philippe Le Diouron, Jérôme Lelouard, Patrick Hyvernât, Orlane et Hervé Laurent, et d'hommes et de femmes de "l'Art", comme Olivier Serin, Benoît Duval et Damien Garon, appuyés par Francesca Fitzgibbon.

Si la recette a si bien fonctionné, c'est aussi parce que cette équipe a su faire comprendre aux entrepreneurs qui cédaient leurs affaires que chacun et chacune pouvait continuer à participer à l'aventure et que leur personnel ne serait pas sacrifié ou fondu dans un groupe ultracentralisé, où l'initiative locale serait réduite à néant, parce que chacun sait bien que le commerce de proximité reste primordial.

En fait, acheter une entreprise, au sens de la valoriser et de "faire le chèque" pour en devenir propriétaire, ne suffit

définitivement pas pour qu'une acquisition soit un plein succès. Tout réside surtout dans l'état d'esprit qu'il faut ensuite insuffler pour que la "mayonnaise" prenne. Il faut travailler sur l'implication et la motivation de chacun et de chacune des salariés pour leur démontrer que le navire continue à voguer en eau calme parce que la barre est fermement tenue et que le cap est défini.

Il faut transmettre le principe que l'engagement de tous les salariés ou affiliés doit se traduire par le goût du travail et des responsabilités, quelle que soit la place de chacun et de chacune dans la hiérarchie de l'entreprise. J'entends souvent des confrères se plaindre de la faible motivation de certains de leurs collaborateurs. Je leur réponds que tout dépend de leur attitude en tant que chef d'entreprise, et que la confiance en leurs salariés est la clé de la réussite.

Il faut savoir les motiver, les encourager, croire en eux et les pousser à se dépasser

Chez FUNECAP, je crois que nous avons la chance de pouvoir les aider à réaliser leur mission, en investissant

dans la formation, les infrastructures et en les impliquant dans la réalisation d'objectifs réalistes. Nous avons foi en ce qui fait et fera notre réussite : un engagement sans limites vers "le service total" aux clients et aux familles qui poussent la porte de nos agences. Si notre entreprise est parvenue en si peu d'années à avoir la place qu'elle tient aujourd'hui, elle le doit avant tout à cet assemblage qui fait que nous nous levons tous, chaque matin, avec cette volonté de progresser et d'améliorer notre qualité de service.

Et même si l'argent occupe naturellement une place importante dans notre projet, il n'est finalement qu'un moyen, un carburant pour alimenter de grandes ambitions, mues par un dessein plus grand et plus fort que tout : servir encore et toujours plus nos clients pour faire grandir et pérenniser l'entreprise.

FUNECAP est une société jeune et tournée vers l'avenir. Elle dessine une courbe ascendante au sein de laquelle chacun et chacune a sa place. Nous n'avons pas fini d'écrire cette histoire...

Philippe Gentil

... des hommes
et des femmes vaillants
et animés d'une véritable
foi d'entrepreneurs
se sont mobilisés de façon
exceptionnelle autour
du projet

Nous avons foi en ce
qui fait et fera notre
réussite : un engagement
sans limites vers "le service
total" au client
et aux familles
qui poussent la porte
de nos agences

Actualités

Comment FUNECAP est-elle devenue l'alternative sur le marché français ?



Leader dans le domaine de la thanatopraxie

HYGECO PMA

utilise la nouvelle génération de produits conforme
à la législation des biocides.

Soucieux de l'environnement de travail de nos collaborateurs

le produit SafeBalm

est sans formaldéhyde.

Ainsi nous répondons à l'obligation de substitution
des produits imposés par les ministères.

La présentation des défunts est améliorée par son aspect
plus naturel tout en gardant une conservation optimale



SafeBalm

SEUL PRODUIT SANS FORMOL
AGRÉÉ EN FRANCE
PAR LE MINISTÈRE DE LA SANTÉ

HYGECO PMA - 20, Boulevard de la Muette - BP 64 - 95142 GARGES LES GONESSE Cedex

TEL : + 33 1 34 53 40 90 - FAX : + 33 1 34 53 40 77

HYGECO PMA fait partie du Groupe 'de Facultative'

www.hygeco.com - hpma@hygeco.com