

Emplacement quasi idéal pour la nouvelle et dixième agence POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC® en Île-de-France

Caroline Ammeux,
directrice générale adjointe des POMPES
FUNÈBRES Pascal LECLERC®.

**Bien qu'ouverte depuis quelques mois (avril 2014),
c'est le 22 janvier dernier qu'avait lieu l'inauguration
officielle de la nouvelle agence POMPES FUNÈBRES Pascal
LECLERC® située à l'angle de la rue des Rondeaux
et de l'avenue du Père-Lachaise, en face de la sortie nord
du plus célèbre cimetière du monde...
Celui du Père-Lachaise.**



Cela nous permet
de faire une inauguration
en présentant l'agence
du XX^e arrondissement
de Paris mais également
celles ouvertes
juste avant



Façade de la nouvelle agence POMPES
FUNÈBRES Pascal LECLERC® située
à l'angle de la rue des Rondeaux
et de l'avenue du Père-Lachaise.

Cette inauguration était, une nouvelle fois, l'occasion de confirmer la volonté de développement du groupe FUNÉCAP et de sa marque nationale POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC® (qui compte aujourd'hui près de quatre-vingt-dix agences au niveau national). Étaient d'ailleurs présents Xavier Thoumieux, président directeur général de Funécap, Philippe Gentil, président des POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC® et président du comité exécutif de FUNÉCAP, et Caroline Ammeux, directrice générale adjointe des POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC®. De très nombreux invités, accueillis par Vanda Da Silva, responsable de ce nouveau lieu, participaient bien sûr à cette petite fête inaugurale parmi lesquels un représentant de la mairie, un responsable du crématorium du Père-Lachaise, des fournisseurs de la marque, etc.

Résonance : Cette agence très bien située a été ouverte en avril 2014. Pourquoi une inauguration aussi tardive ?

... j'ai bâti un concept
sur la base d'un commerce
qui délivre des services
associés

Caroline Ammeux : Nous ne l'avons pas fait au moment de l'ouverture pour plusieurs raisons. Notamment au niveau des travaux, de leurs finitions et du respect de certaines obligations comme l'accès des personnes à mobilité réduite. De plus, nous étions dans une phase de développement du réseau et d'ouverture de plusieurs autres succursales comme Asnières en septembre, mais également Bondy et Montreuil. Nous pensions donc qu'il était préférable d'attendre que toutes ces agences-là soient ouvertes afin de pouvoir nous appuyer sur une vraie représentation et cohérence géographique en Île-de-France. Cela nous permet de faire une inauguration en présentant l'agence du XX^e arrondissement de Paris mais également celles ouvertes juste avant. L'impact est plus important et revêt un sens réel en termes de croissance.



Un réseau doit vous aider à prendre de la hauteur

Parce qu'un réseau
repose, avant tout,
sur la confiance
et l'apport
de solutions concrètes,
rejoignez les affiliés
**POMPES FUNÈBRES
Pascal LECLERC**
et faites le choix
du développement...



POMPES FUNÈBRES
Pascal LECLERC[®]

POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC, le réseau qui dit vrai

CONTACTEZ : Caroline AMMEUX



06 18 87 13 39



www.pascal-leclerc.com

POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC - SAS au capital de 4.592.082 euros - RCS Paris 520 330 564
Numéro d'habilitation funéraire 11-75-295 - Cabinet de courtage FI prévoyance N° ORIAS 07-030-057
Siège social : 43 Av. Marceau - 75116 Paris - Tél. : 01 40 70 00 44

POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC, une marque du groupe

FUNECAP

Je me suis notamment appuyée sur des méthodes du Feng Shui* afin de voir de quelle manière des personnes endeuillées pouvaient être accompagnées aussi grâce à l'environnement

Nous avons donc créé une atmosphère accueillante, un environnement apaisant, une ambiance chaleureuse...

R : Clarté, sobriété élégante, accueil chaleureux... C'est l'impression que j'ai eue en découvrant votre nouvelle agence sise 1, avenue du Père-Lachaise... Pouvez-vous parler de ce qui fait la particularité d'une agence POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC® ?

CA : Tout cela est né de mon regard, il y a quatre ans, quand je suis arrivée chez POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC®. Ne venant pas du milieu funéraire, découvrant ce qui allait devenir mon environnement professionnel, j'ai été marquée par l'aspect glauque, peu accueillant, sombre, anxigène, voire totalement désuet que pouvait parfois avoir celui-ci. Même si on est dans un secteur d'activité qui nécessite de l'empathie, de la compréhension, nous n'en sommes pas moins des commerçants. Je me suis dit alors comment se fait-il qu'on fasse ici fi des règles du commerce de proximité ?

Forte de ce constat, j'ai bâti un concept sur la base d'un commerce qui délivre des services associés. J'ai mené ensuite pas mal d'études. Je me suis notamment appuyée sur des méthodes du Feng Shui* afin de voir de quelle manière des personnes endeuillées pouvaient être accompagnées aussi grâce à l'environnement (de manière inconsciente bien sûr). J'ai commencé à concevoir tout cela et à faire les premières agences pilotes. Petit à petit, j'ai fait des modifications car c'est en expérimentant que l'on comprend ce qui fonctionne ou pas. Quoi qu'il en soit, ma seule et unique motivation était le bien-être des familles que l'on reçoit.

Nous avons donc créé une atmosphère accueillante, un environnement apaisant, une ambiance chaleureuse aussi car le conseiller funéraire est la première personne à apporter la chaleur humaine bien évidemment. Je crois fondamentalement que nous ne sommes pas là pour pleurer avec les familles mais pour faire preuve de professionnalisme, de notre capacité à offrir un service de qualité. C'est là-dessus que j'ai bâti notre concept.

R : Un concept, une philosophie qui prend aussi en compte les évolutions de notre société et de nos habitudes, notamment avec la multiplication de la concurrence et d'Internet ?

CA : Oui, cette philosophie mise en place a été complétée par une

réflexion sur ce qu'est notre époque à l'ère de la communication et de l'achat via Internet, bousculant nos habitudes et engendrant une modification de notre manière de consommer. Aujourd'hui, chacun d'entre nous peut dire : "Je paie un prix certes mais je veux que cela me soit justifié, pourquoi je paie ce prix-là". Il faut donc être en mesure de proposer un environnement qualitatif qui puisse donner confiance et qui soutienne la comparaison avec la concurrence. Ajouter à cela que l'univers concurrentiel très fort a conduit à de plus en plus de demandes de devis (ce qui n'existait pas il y a dix ans).

Notre profession est aussi à vocation sanitaire et une apparence propre, lumineuse, avec du mobilier moderne voire design, un aménagement légèrement coloré et chaleureux sont indispensables pour avoir du crédit auprès des familles qui n'hésitent plus à faire jouer la concurrence. Les POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC® se doivent en conséquence d'avoir des standards de qualité tant environnementale que visuelle et charge à nous ensuite de faire cadrer ça avec une politique tarifaire en adéquation avec les attentes des familles.

R : En matière de prix, beaucoup de choses ont changé, particulièrement avec l'arrivée du "low cost". Ne pensez-vous pas ?

CA : Je suis effarée, et heurtée, par l'abondance de surconsommation et des méthodes d'une certaine grande distribution avec d'immenses linéaires de produits alors que cela ne correspond plus à notre époque. Cette abondance n'existe plus en matière d'achat. Des circuits de distribution de produits pas chers, voire "low cost", se sont développés mais ils ne sont qu'une réponse économique partielle à une demande de consommateurs ne voulant que du petit prix. Face à ça, nous n'allons pas nous bagarrer avec eux sur ce terrain-là car nous savons que chaque entreprise, pour offrir un service de qualité, doit avant tout être rentable. Et surtout, est-ce là notre philosophie ? Bien évidemment que non ! Nous avons plutôt imaginé une ligne merchandising construite sur la sobriété, élégante, discrète, avec des articles de qualité, au bon endroit et au bon prix.

R : Cette philosophie doit être, bien entendu, transmise à vos conseillers(ères) funéraires...

CA : Oui et c'est pourquoi j'ai créé un petit fascicule d'une quinzaine de pages qui s'intitule "le Concept". J'y rappelle les fondamentaux du commerce, sans rien inventer, que j'ai repositionné dans le monde du funéraire, à l'intérieur d'un concept à la fois visuel, de politique de bien-être, de merchandising et de positionnement. Nous ne sommes pas "low cost" mais nous considérons être une marque à connotation économique en capacité de répondre à un panel très large de familles. Que celles-ci soient économiquement affaiblies ou en recherche du hautement qualitatif, nous sommes aptes à leur apporter la bonne solution.

R : Pour terminer, quelles sont les perspectives 2015 ?

CA : Concernant les POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC®, nous allons continuer à montrer que c'est une marque qui peut être une vraie valeur ajoutée pour un opérateur funéraire. Notre différence n'est pas sur le créneau de la centrale d'achat mais véritablement sur l'accompagnement de l'entrepreneur avec l'aptitude à auditionner sa structure, à

évaluer ses besoins. Et, au final, lui présenter la stratégie que nous mènerons ensemble. Chaque cas est pris individuellement et traité de façon personnalisée. Je souhaite vivement poursuivre pour 2015 cette méthode de travail car j'ai la conviction que nous sommes dans le vrai et, personnellement, je serai heureuse de poursuivre mon activité au sein de POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC®.

Gil Chauveau

Nota :

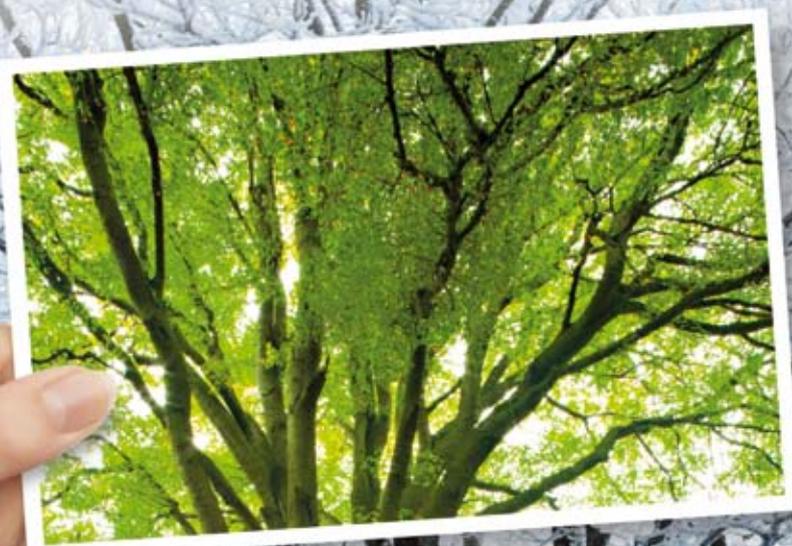
* Le Feng Shui est un art ancestral chinois basé sur les fondements de la philosophie taoïste et qui vise à optimiser l'aménagement de son habitat afin d'harmoniser les énergies qui y circulent (de manière à favoriser la santé, le bien-être, etc.).

Notre différence n'est pas sur le créneau de la centrale d'achat mais véritablement sur l'accompagnement de l'entrepreneur avec l'aptitude à auditionner sa structure, à évaluer ses besoins

Actualités

Emplacement quasi idéal pour la nouvelle et dixième agence ...

L'ambiance olfactive change la perception de vos clients.
C'est invisible mais c'est essentiel



scentair®
previously AIR BERGER

Une diffusion de senteurs qui change le ressenti

ScentAir vous permet de créer une ambiance olfactive qui favorise le bien-être de votre clientèle. Créer une atmosphère olfactive apaisante est une manière discrète de les accompagner dans une période difficile.

Des parfums adaptés aux circonstances

ScentAir a sélectionné pour vous une palette de senteurs spécifiques qui conviennent à votre activité.

Pour parfumer votre espace avec ScentAir, contactez dès à présent notre service commercial :

ScentAir Technologies, Inc
Parc d'activités du Cassé 2

16, rue Jean Monnet • 31240 SAINT-JEAN
Tél. 05 62 57 63 20 • Fax 05 62 57 63 21
contact@scntair.fr

www.scntair.fr