

Les règles du jeu sont les mêmes pour tous

POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC ©, la seule marque autorisée à utiliser ce nom dans le secteur funéraire. Philippe Gentil président de la marque et de FUNECAP HOLDING s'exprime en réaction à certains évènements récents.



Philippe Gentil, président de POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC © et de FUNECAP HOLDING.



Résonance : On voit fleurir depuis peu quelques annonces sur internet, concernant une nouvelle marque : "Pompes Funèbres Florian Leclerc", pouvez-vous nous donner votre sentiment sur le sujet ?

Philippe Gentil : Cette appellation est créée en totale infraction à la législation, puisque notre marque, POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC ©, est la seule à pouvoir utiliser le nom LECLERC dans le domaine funéraire en France, et cette transgression de la loi perdure malgré de nombreuses procédures engagées à une certaine l'époque.

Cette capacité d'usage est réservée à notre société qui est propriétaire de la marque et elle repose sur un dépôt en bonne et due forme à l'Institut National de la Propriété Industrielle (l'INPI) de notre marque. Cet usage nous a longtemps été contesté, mais la Cour de cassation, après la cour d'appel, nous a définitivement donné raison en janvier 2010, et je le répète, nous sommes les seuls à pouvoir disposer de la marque.

Résonance : Mais pourtant, "Pompes Funèbres Florian Leclerc" a voulu déposer sa marque auprès de l'INPI ?

Philippe Gentil : Il y a eu en effet tentative de dépôt de marque en fin d'année 2010, mais l'INPI a fort logiquement rejeté cette demande, considérant que POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC © était la seule à pouvoir utiliser la marque dans le secteur funéraire.

Résonance : Il semble que ce fait soit l'œuvre de Michel Leclerc qui aurait donné le nom de son fils à cette enseigne.

...ma détermination pour défendre l'image de la marque vis-à-vis d'éventuels contrefacteurs ou usurpateurs sera totale et sans faille

Philippe Gentil : C'est en effet ce que j'ai cru comprendre. Je suis très surpris si cela est vrai, puisque pour autant que je m'en souviens, Michel Leclerc reste soumis à une clause de non-concurrence vis-à-vis de notre concurrent et par ce procédé, il s'exposerait aux réactions légitimes de ce dernier. Pour nous, ce qui est certain, c'est que nous utiliserons toute notre puissance de feu pour combattre ce type de contrefaçon qui nuit naturellement à notre image. Je veux rappeler que l'actionnaire de la société POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC est le groupe FUNECAP, et que ce dernier est doté de fonds propres très significatifs et d'une importante trésorerie, que nous n'hésiterons pas à utiliser lourdement pour combattre ce type de comportement, tant vis-à-vis de l'instigateur de ce projet que de candidats à son enseigne qui se risqueraient à le suivre.

Notre marque a une valeur auprès du public mais aussi auprès des concessionnaires de notre réseau comme auprès de ceux qui veulent le rejoindre, et je veux leur dire que ma détermination pour défendre l'image de la marque vis-à-vis d'éventuels contrefacteurs ou usurpateurs sera totale et sans faille.

Il est de mon devoir de défendre cette enseigne parce que de plus en plus de familles lui font confiance chaque jour et de nombreux entrepreneurs du secteur ont foi en ses valeurs. Il est donc obligatoire pour notre groupe de ne rien céder et de se battre avec toute l'énergie nécessaire pour préserver ce capital.

Résonance : Vous vous attaquez à forte partie !

Philippe Gentil : Je connais la partie en question et la respecte par ailleurs, mais les règles du jeu sont les mêmes pour tous et il n'est pas question de laisser libre cours à ce type de dérive, surtout lorsqu'elle s'appuie sur la dernière des hypocrisies, celle des prix les moins chers !

De qui se moque-t-on quand on présente des devis avec un prix fixe garanti qui comprend les tiers (taxes de cimetièrre ou de crémation) alors que tout bon professionnel sait que ces taxes peuvent varier quasiment du simple au double suivant les communes dans lesquelles on inhume ou crématiser !

Nous chez POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC © nous travaillons avec des professionnels et il est absolument hors de question d'avoir ce type de communication qui trompe les familles de la sorte. Tenir de tels propos nuit à notre image comme à celle de l'ensemble de la profession ; ce qu'attendent les entrepreneurs adhérents à une marque aujourd'hui repose sur la capacité qu'a une tête de réseau à apporter des

services et du contenu à la marque. J'invite à ce sujet les professionnels qui pourraient être tentés par l'aventure à y réfléchir à deux fois.

En s'engageant dans cette voie, ils s'exposeraient non seulement à nos assignations judiciaires mais aussi à la perte de confiance des clients qui est la pire chose qu'une entreprise du secteur ait à vivre

Par ailleurs, je crois qu'il faut regarder les choses en face, Florian Leclerc est venu se promener dans les allées du dernier salon à Lyon, mais il n'a échappé à personne qu'il était encore étudiant et que son père était à l'origine de ce projet. Je n'ai rien contre les histoires de famille, mais je voudrais juste rappeler que nos conceptions de la gestion des entreprises du secteur ne sont pas vraiment comparables.

Certes son passé de fondateur d'un réseau de franchise funéraire lui confère des qualités, mais avec les ressources financières et humaines et le sérieux de notre organisation, nous disposons d'atouts incomparables

Propos recueillis par
Résonance

...ce qu'attendent
les entrepreneurs
adhérents à une marque
aujourd'hui repose sur
la capacité qu'a une tête
de réseau à apporter
des services et du contenu
à la marque

Vie des entreprises

Les règles du jeu sont les mêmes pour tous