

POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC © : être le mieux placé en prix et en qualité...

C'est désormais une donnée claire, même si le sujet n'est pas nouveau : le thème du pouvoir d'achat sera central dans la prochaine campagne électorale et la course à la Présidence de la République. Nicolas Sarkozy a bien compris que la sécurité ne serait plus l'unique préoccupation des Français et le gouvernement en réaction va légiférer pour tenter d'apporter un flux financier supplémentaire à plusieurs millions de foyers en distribuant une prime réservée à quelques millions de salariés.



Il est vrai que la crise mondiale que nous traversons n'a pas arrangé les choses. Nous sommes de plus en plus confrontés à des augmentations de prix, qu'il s'agisse des denrées alimentaires, du carburant ou encore du gaz et des matières premières. En parallèle, l'émergence de nouvelles méga-puissances économiques telles que la Chine, l'Inde ou encore le Brésil, même si elle peut représenter de fantastiques opportunités de croissance pour notre pays qui détient encore des clés de savoir-faire et de connaissances uniques, nous contraint à des sacrifices sociaux et économiques extrêmement douloureux. La pilule est d'autant plus amère que la France n'a jamais été confrontée à ce type de mutations et de concurrence. Notre industrie nationale en sait quelque chose !

Objectivement, même si la richesse nationale et la qualité de vie s'accroissent régulièrement depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale la pauvreté s'est malheureusement bel et bien installée dans notre pays depuis une bonne vingtaine d'années. Aujourd'hui, on dénombre près de 8 millions de personnes (12% de la population - sources : Observatoire National de la Pauvreté et de l'Exclusion) disposant d'un revenu mensuel moyen de moins de 750 €. Le nombre de SMICARDS (1073 € net) représente près de 3.5 millions de personnes (Sources : INSEE). Force est de reconnaître que les populations qui vivent dans les grandes agglomérations ont de plus en plus de difficultés à "joindre les deux bouts".

... leur permettre de proposer des solutions compétitives et adaptées à ce segment, sans dégrader leur rentabilité

Lorsqu'une dépense imprévue se produit, et les obsèques font souvent partie de cette catégorie, il est alors simple d'imaginer quelles sont les conséquences sur un foyer dont les revenus peuvent être qualifiés de modestes.

Comment financer en effet un montant qui oscille entre 2 et 4 voire 5 000 € TTC ?

Quelques solutions existent, parmi lesquelles :

- la prévoyance obsèques qui permet d'anticiper la dépense ou,
- une proposition tarifaire adaptée pour le client.

Pour cette dernière (comme pour la première d'ailleurs), nos entreprises ont une véritable responsabilité et doivent fournir la réponse adéquate. Au même titre que nous pratiquons la laïcité en matière d'obsèques, nous devons être capables de proposer une offre digne et de qualité à des tarifs les plus contenus.

En tout cas c'est bien la philosophie de l'enseigne POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC © qui, par le nom qu'elle porte, se doit de proposer aux familles qu'elle sert, une solution tarifaire très basse assortie d'une possibilité de paiements échelonnés. En effet, notre profession ne peut pas ignorer que l'impact de la crise a été sévère pour beaucoup de nos concitoyens et que la facture que nous leur soumettons représente parfois plusieurs mois de leurs salaires ou revenus.

Sans faire de démagogie, il est donc primordial d'apporter la bonne réponse. La marque POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® est naturellement fondée à le faire. La plupart des entreprises indépendantes qui l'ont rejointe ces derniers mois, et celles qui sont membres de ce réseau depuis plus longtemps, partagent ces valeurs et ont la volonté de les défendre. Les propriétaires de la marque ont le même souci et leur rôle est donc d'apporter aux concessionnaires les outils et les moyens qui leur permettront de proposer des solutions compétitives et adaptées à ce segment, sans dégrader leur rentabilité.

Cela passe par de meilleures capacités d'achat

Avec le montage progressif de la puissance d'achat que la marque possède en achetant pour ses propres besoins, elle détient un avantage incomparable par rapport à la plupart des autres réseaux affiliés. Les concessionnaires au réseau vont pouvoir le mesurer d'ici à fin juin. Cela passe aussi par des solutions marketing appropriées pour chaque pouvoir d'achat. La connaissance et l'expérience des dirigeants

de l'enseigne en matière commerciale et marketing est un autre des atouts indéniables que la marque apporte désormais. Là aussi, les concessionnaires pourront prochainement en juger.

L'enseigne POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® a résolument pris un chemin économique-responsable car elle sait très bien que les valeurs qu'elle défend concernant les problématiques de pouvoir d'achat traduisent une des attentes les plus impérieuses de la clientèle d'aujourd'hui, y compris sur le marché funéraire.

Dans un monde de plus en plus concurrentiel, il s'agit d'être le mieux placé en prix et en qualité dans l'esprit des familles. Forte de son identité et de la volonté de son équipe (Concessionnaires / Concédant), l'enseigne POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® en a largement la capacité.

Philippe Gentil,
président de la marque
POMPES FUNEBRES
Pascal LECLERC®



... les valeurs
qu'elle entretient
concernant
les problématiques
de pouvoir d'achat
traduisent une des attentes
les plus impérieuses
de la clientèle
d'aujourd'hui...