

# POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC © : la franchise funéraire

**La franchise est un partenariat qui se construit entre deux personnes. Elle repose sur l'échange, le dialogue et la transparence des relations. La somme de tous ces paramètres amène le fait de travailler dans la confiance et la considération réciproque, clés de toutes les réussites.**



Le franchiseur  
et les franchisés doivent  
travailler main dans  
la main, dans le respect,  
l'écoute  
et la compréhension  
mutuelle

Philippe Gentil, président de la marque  
POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC ©.



## 1 - Le concept original

La défense du caractère économique de notre concept. Nous proposons une offre prix, parce que nous savons qu'elle correspond à un besoin réel du consommateur et qu'avec le nom que nous portons, il ne peut en être autrement.

L'identité unique que nous défendons sur le marché funéraire, parce que nous nous appelons POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC © et sommes les seuls à avoir le droit d'utiliser le patronyme Leclerc dans le secteur funéraire français.

Nous sommes d'ailleurs tellement détenteurs de cette marque que nous interdisons toute forme de contrefaçon dans le domaine et venons par exemple de faire interdire par l'INPI l'enregistrement et l'utilisation de la mention "pompes funèbres marbrerie" à M. Florian Leclerc, ce dernier venant de nous confirmer, par l'intermédiaire de son avocat, qu'il jetait l'éponge et que sa décision de renoncer à cette entreprise était définitive.

## 2 - La capacité financière du franchiseur

Il va sans dire que nous avons aujourd'hui réuni des capitaux très significatifs pour avoir les moyens de nos ambitions, mais que, comme cela a été très justement énoncé, le facteur temps est indispensable. En d'autres termes, rien ne se construit en un jour et l'échelle de temps est plus de l'ordre d'au moins 5 ans que de celui de la semaine ou du mois. Il ne faut pas se lancer dans le métier du développement funéraire en franchise avec une ambition financière "court termiste".

La marque POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC © est l'axe central de développement d'un groupe qui est déjà un leader du funéraire en France, au service de chacun de ses franchisés.

J'ajouterai un point absolument fondamental dans le dispositif de développement : le facteur humain. "Il n'est de richesse que d'hommes" disait très justement l'illustre Jean Bodin.

Sans une équipe de professionnels, expérimentés, visionnaires, et tirant dans le même sens que les hommes et les femmes qui constituent un réseau, le projet est voué à l'échec. Le franchiseur et les franchisés doivent travailler main dans la main, dans le respect, l'écoute et la compréhension mutuelle. L'entreprise franchiseur est au service du franchisé.

## 3 - Parce que nous exerçons le métier

Parce que nous faisons déjà le métier funéraire à travers nos filiales, nous sommes rompus à toutes les problématiques quotidiennes des entreprises du secteur.

Par ailleurs, parce que nous faisons désormais partie des principaux acteurs funéraires en France, nous avons une bonne vision sur les enjeux stratégiques de ce secteur et pouvons ainsi mieux anticiper les évolutions du marché, qui ne vont pas seulement tourner, contrairement à ce que l'on pourrait croire, autour de la crémation et de la prévoyance.

D'autres éléments clés sont en train d'émerger et la révolution culturelle des pompes funèbres ne fait que commencer.

## 4 - La franchise repose sur les trois thèmes cardinaux que sont :

- la marque et son concept,
- le savoir-faire et l'expérience,
- et enfin le "service d'assistance continue"aux franchisés.

Au-delà, il me semble qu'il faille aussi développer une attitude pédagogique fondée sur l'exemple. Rien ne vaut à mon sens l'exemple que l'on peut tirer de sa propre exploitation dans le secteur, surtout si cela fonctionne. Ainsi, que peut objecter un entrepreneur indépendant face à un franchiseur qui lui démontre, preuves à

l'appui, que certaines de ses méthodes génèrent de meilleurs résultats que le sien ?

Je ne connais pas une entreprise du secteur funéraire qui ne cherche pas à améliorer chaque jour ses performances et qui refuse de se servir des bonnes idées utilisées ici ou là.

La démonstration du savoir-faire réciproque, voilà notre philosophie. D'autant que la confrontation d'idées de manière constructive peut aussi amener le franchiseur à évoluer et "changer son fusil d'épaule" estimant que les initiatives et les pratiques de son partenaire affilié peuvent être meilleures que les siennes.

Rien ne doit être figé, et si certaines valeurs doivent rester immuables (la marque, sa forme, ses valeurs, son concept), penser que nous connaissons tous les sujets du métier serait d'une prétention sans limite.

La franchise est un partenariat, qui se construit, repose sur l'échange, le dialogue et la transparence, pour travailler dans une relation de confiance réciproque.

En tant que dirigeant de l'enseigne POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC © je m'investirai dans ce sens et seulement dans celui-là !

**Philippe Gentil**

...nous avons une bonne vision sur les enjeux stratégiques du secteur funéraire et pouvons ainsi mieux anticiper les évolutions du marché...

Vie des entreprises

POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC © : la franchise funéraire