

POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC®

renforce son équipe de gestion et de développement

Forte de son succès et de son développement, l'enseigne se muscle en recrutant deux personnes complémentaires à l'équipe actuelle. En cette veille de période estivale, Résonance est allé à la rencontre de Philippe Gentil, son dirigeant, afin de faire le point sur ses six premiers mois d'activité au sein de ce groupement.

... notre potentiel d'achat fait de nous un acteur puissant et capable de négocier les meilleurs prix



Philippe Gentil, président de POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® et de Funécap Holding.



Résonance : Philippe Gentil, après six mois passés à la tête de POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC®, quel est votre sentiment sur les perspectives d'avenir de l'enseigne ?

Philippe Gentil : Je suis particulièrement optimiste pour le développement futur de notre marque, mais je le serai encore davantage lorsque nous aurons terminé la mise en place des outils indispensables au fonctionnement complet d'un réseau. Je sais que les attentes sont grandes, d'autant que certains qui sont en quête d'une appartenance à un réseau ou qui sont déçus de ce qu'ils ont vécu ailleurs nous regardent pour savoir si nous sommes différents.

Résonance : Et alors, que leur dites-vous ?

Philippe Gentil : Je leur réponds que nous sommes différents déjà dans l'esprit et que nous voulons construire sur une base collective, en prenant en compte les attentes de chacune et de chacun tout en essayant de dégager un esprit commun. Ça n'est pas facile et comme le disait le Général de Gaulle : "Comment voulez-vous gouverner un pays qui compte plus de 600 sortes de fromages ?". Autrement dit, nous devons apporter les réponses aux attentes en essayant de satisfaire d'abord le plus grand nombre et en travaillant sur les sujets qui marquent vraiment notre différence par rapport à nos concurrents. J'entends par là tout d'abord, maintenant que la marque a remporté toutes les victoires juridiques que l'on sait et qu'elle peut prospérer en toute quiétude, l'activité des achats.

Parce que nous aurons racheté d'ici à la fin de l'été, au travers de notre structure de tête Funécap Holding, que j'anime avec Xavier Thoumieux, Thierry Gisserot,

Luc Béhra et toute l'équipe - nous sommes 12 en tout - encore environ 2 000 services funéraires, complémentaires des 4 000 que nous réalisons déjà en propre, je pense que notre potentiel d'achat fait de nous un acteur puissant et capable de négocier les meilleurs prix. Avec cet avantage, nous percevons les bienfaits d'une véritable force d'achat pour un réseau de concessionnaires indépendants. Nous venons de clôturer une négociation avec un fabricant de cercueils français qui a accepté de jouer le jeu de la concurrence et nous a consenti des prix rarement atteints auparavant je crois, tout en conservant un niveau de qualité optimal.

Cela nous permet en tout cas de proposer aux entreprises qui nous rejoignent et qui travaillaient auparavant avec ce fabricant de bénéficier d'un complément de ristourne automatique sur les remises qu'elles obtenaient précédemment chez ce fournisseur. Pour celles qui choisiraient ce fabricant en entrant dans notre réseau, elles découvriront une gamme très attractive tant en qualité qu'en prix de revient. Comme ce fabricant est déjà très compétitif sur le marché, cela signifie que les concessionnaires qui feront appel à ses services verront leurs marges s'améliorer automatiquement. C'est un véritable point de différence que nous avons par rapport à d'autres : nous permettons de rentabiliser l'investissement dans notre enseigne en espèces sonnantes et trébuchantes.

Pour les plaques et articles funéraires, la masse des achats que nous pratiquons permet également de négocier sur la base de volumes importants qui forcément intéressent les fabricants ou fournisseurs français. Il en va de même pour les capitions, où nous réalisons de substantielles économies sur le catalogue initial du fournisseur. Beaucoup d'autres produits et services seront ainsi négociés dans les prochaines semaines afin de produire un catalogue complet au service des membres du réseau.

Négocier les prix ne signifie pas pour autant que nous avons décidé de ne travailler que cet aspect.

Nous venons de recruter un homme de métier, Gilles Debeaumarché, (plus de 10 ans de terrain dans le secteur funéraire) qui nous aide à réaliser des achats

de produits et de services dont la qualité est incontestable et éprouvée. Nous savons qu'il est impératif de proposer des produits et services connus et reconnus de la profession.

Résonance : Depuis quand a-t-il rejoint votre société ?

Philippe Gentil : Depuis le début du mois de juin ; vous voyez, c'est assez récent. Cela souligne notre volonté de travailler principalement avec des hommes et des femmes ayant une expérience funéraire forte. C'est indispensable. Ça fait bientôt 20 ans que je baigne moi-même dans ce secteur et je ne crois pas encore totalement le connaître. Il faut s'appuyer sur les compétences de gens qui ont de la pratique, c'est crucial et logique.

Résonance : Pourtant vous avez également recruté une jeune femme qui ne vient pas du secteur funéraire ?

Philippe Gentil : Certes, mais Caroline Ammeux avait travaillé dans un secteur connexe auparavant, et nous lui avons fait faire un "stage" sur site pendant plusieurs semaines afin qu'elle comprenne bien les éléments clés du métier.

Résonance : Quelles sont vos ambitions pour les six mois qui viennent ?

Philippe Gentil : Terminer la mise en place des outils que nous avons commencé à élaborer lorsque je suis arrivé dans la maison POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC®. Il nous reste encore à travailler sur la formation, la négociation de partenariats avec des prescripteurs – cela devrait s'avérer aisé puisque certains d'entre eux sont actionnaires de notre entreprise –, la communication envers le grand public, le tout étant emmené par une politique d'achat ou d'alliance avec des sociétés du secteur nous permettant d'asseoir notre couverture géographique. Nous visons à constituer un groupe élargi de PME dont l'originalité est de reposer sur une activité franchise et sur une activité en propre. Chacune de ces PME disposant d'une grande autonomie et bénéficiant de la force de frappe d'un groupe uni. Le chantier est enthousiasmant et très prenant, pour le moment tout se déroule comme prévu.

■

Nous visons à constituer
un groupe élargi de PME
dont l'originalité est
de reposer sur une activité
franchise et sur
une activité en propre