

Différentes, mais complémentaires...

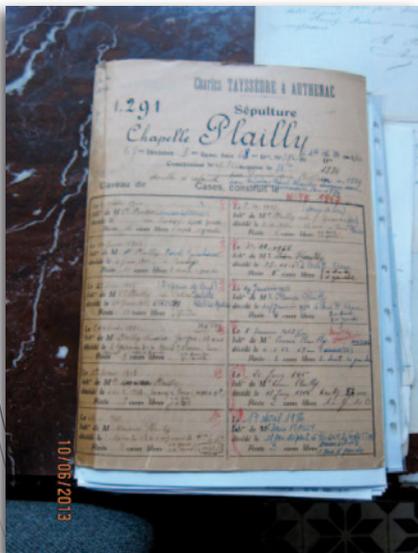
Pompes Funèbres Rebillon / POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC, les deux marques complémentaires sur l'échiquier du secteur funéraire en Île-de-France. Rencontre avec Philippe Gentil qui dirige ces deux enseignes.



Rebillon

... cette maison fait figure de référence sur le marché parisien et francilien

Dossiers à jour depuis 1815 (à gauche).
Salle des archives (au centre).
Salle des clés dans les magasins Maubrey et Tayssèdre (à droite).



Résonance : Philippe Gentil, le groupe FUNECAP poursuit son expansion et vient d'acquiescer un des poids lourds du secteur en Île-de-France : Pompes Funèbres Rebillon. En tant que nouveau dirigeant de cette entreprise, pouvez-vous nous en dire plus ?

Philippe Gentil : FUNECAP gère en effet désormais deux marques à forte notoriété. Pompes Funèbres Rebillon tout d'abord, qui est une marque installée en région parisienne depuis plusieurs dizaines d'années. Cette structure compte même au sein de son réseau de magasins les plus anciennes maisons marbrières parisiennes encore en activité : Maubrey (1811) et Tayssèdre (1815), ainsi que des enseignes qui ont été acquises par mon prédécesseur Philippe Caillarec (Maison Neveu en Seine-et-Marne ou encore Les Pompes Funèbres Nouvelles ou Schmit-Prévoit à Paris et d'autres que je ne cite pas). Rebillon, c'est la marque de la tradition, de la qualité, qui a fondé toute sa notoriété sur un savoir-faire inégalé en matière de marbrerie et depuis plusieurs décennies en pompes funèbres. Animée par des personnalités passionnées du bel ouvrage et du travail bien fait, cette maison fait figure de référence sur le marché parisien et francilien. La plupart des splendides sépultures du Père-Lachaise ou du cimetière Montparnasse ont été réa-

De gauche à droite, Pierre-François Firtion au micro durant la plénière de février, Philippe Gentil et Philippe Caillarec.



lisées par les équipes Rebillon au fil des ans.

Aujourd'hui encore, les grandes familles parisiennes s'adressent régulièrement à cette enseigne qui a su démontrer son expertise et le talent de ses créateurs. Depuis près de dix ans, la maison Rebillon propose même de restaurer les sépultures classées et de faire bénéficier en parallèle des avantages fiscaux ouverts pour ces rénovations.

Ce qui frappe le plus lorsque l'on visite les magasins placés près des grands cimetières parisiens, c'est qu'ils sont tous chargés d'histoire et de tradition. Ils font partie de la "vie funéraire" de la capitale. J'en veux pour preuve les centaines de clés qui sont suspendues aux tableaux de bois dans les magasins Maubrey et Tayssèdre. Ces trousseaux servent à l'ouverture des nombreuses chapelles du Père-Lachaise et chaque clé porte un numéro se rapportant à des fiches d'identification des familles qui sont propriétaires des sépultures.



Durant l'occupation, des "Justes" travaillant dans l'entreprise ont volontairement brouillé les pistes en falsifiant les fiches pour que la Gestapo ne puisse retrouver aisément les lignées familiales juives attachées à ces sépultures, l'empêchant ainsi de procéder à la déportation des familles concernées. Aucun hommage ne leur a été formellement rendu jusqu'à présent et je veux profiter de cet article pour le faire. L'esprit de cette maison est unique, ça ne s'explique pas, c'est inscrit dans les gènes de l'entreprise.

R : Et aujourd'hui alors ?

PhG : Aujourd'hui, l'ensemble du personnel de l'entreprise est animé de la même flamme et son sentiment d'appartenance à la maison Rebillon reste fort. Placé désormais sous l'autorité du directeur général, Pierre-François Firtion, et celle des responsables de secteur et de la logistique, tous les salariés savent qu'ils peuvent compter sur un engagement fort et sans faille de cette équipe et de ses actionnaires qui veulent voir la société devenir leader dans sa région.

Bien entendu, avec cette reprise, nous entendons prolonger la culture de respect des traditions et des services bien faits pour proposer aux familles franciliennes des prestations de grande qualité ; nous souhaitons placer Pompes Funèbres Rebillon sur un segment de marché plutôt haut de gamme.

Sans être forcément l'entreprise la plus chère de la place, nous considérons tout de même que ce qui révèle une haute valeur ajoutée s'achète plus cher qu'un produit standard. Pour ce faire, notre intention est d'investir massivement dans cette structure qui a besoin de rénover une bonne partie de ses points de vente, son organisation et également d'adapter ses outils de travail aux techniques actuelles.

Les opportunités de développement de la maison Rebillon sont absolument considérables et sa croissance en Île-de-France a de beaux jours devant elle. Notre intention est d'apporter de nouvelles installations et matériels à la

clientèle francilienne, notamment en matière de chambres funéraires, mais aussi en accroissant la présence de nouveaux magasins. Nous ne manquerons pas non plus de consacrer une bonne partie de notre énergie à des services qui méritent davantage d'attention de notre part : la prévoyance obsèques ou encore les services en ligne notamment.

R : Et comment voyez-vous POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC© dans tout cela ?

PhG : En parallèle à ce développement, l'enseigne POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC© trouve toute sa place. C'est une enseigne généraliste à vocation économique. Elle correspond à ce qu'une frange de clientèle recherche : une bonne qualité standard à des prix les plus ajustés. Cette marque a moins d'histoire derrière elle que Pompes Funèbres Rebillon, mais elle ne vise pas la même stratégie non plus. Elle veut pouvoir proposer une alternative prix et un concept un peu moins "sur mesure" en matière de marbrerie.

R : Et vous êtes certain que les deux enseignes pourront cohabiter ?

PhG : Je le répète, les clientèles ne sont pas les mêmes. Celles qui veulent faire réaliser une chapelle de grande taille ou traditionnelle au Père-Lachaise ou à Ivry, vont majoritairement vouloir s'adresser à ceux qui travaillent quotidiennement et depuis plusieurs générations dans ces cimetières. À l'inverse, une famille désirant faire réaliser un monument plus simple sur une concession à 10 ans, dans un cimetière extra-muros va certainement chercher de la qualité, mais aussi du prix et vouloir s'adresser à une marque génétiquement porteuse d'un concept plus adapté à son pouvoir d'achat. Je ne vois donc aucune antinomie, au contraire. Les deux structures sont complémentaires en matière d'offre. J'ai bon espoir que les deux enseignes poursuivent un développement fort en Île-de-France.



Pour mémoire, papier à en-tête.

... avec cette reprise,
nous entendons prolonger
la culture de respect
des traditions
et des services
bien faits...