

POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC®, une marque soutenue par un groupe en fort développement

2014 est déjà là et si l'on prend, comme chaque année, le temps de faire le point sur le parcours accompli, on peut dire que la marque POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC® est désormais un acteur bien implanté au sein de la géographie funéraire française.



Philippe Gentil, président des POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC®, président du comité exécutif de FUNECAP.



Cela a toujours été notre philosophie : travailler sur le long terme dans un partenariat qui permette aux deux entreprises de croître et de mieux servir leurs clients

Qui aurait pu affirmer qu'en si peu de temps (3 ans environ), nous parviendrions à nous rapprocher autant des 100 points de vente, sur un marché où pourtant, les cartes sont déjà plutôt bien distribuées ? Je ne veux absolument pas paraître prétentieux, mais enfin, même si le nom de cette marque était porteuse à l'origine, qu'elle venait d'un entrepreneur du secteur reconnu pour son professionnalisme et son caractère travailleur et courageux, rien ne laissait penser que nous parviendrions à l'imposer sur le marché français. Et cependant, nous y sommes parvenus !

Quelle en a été la recette ?

D'abord, un engagement sans faille de toute une équipe qui a cru dans le projet dès la première seconde. Mais la foi n'est pas tombée par hasard sur tous ceux qui étaient engagés dans cette aventure. Nous avons bien analysé le marché des opérateurs, ses défauts et son potentiel. Cette observation nous avait conduits à penser qu'une nouvelle génération d'entrepreneurs était en train de naître et cherchait une nouvelle voie. Parmi ceux-là se trouvaient des entrepreneurs issus de la profession et d'autres totalement novices mais désireux de réussir leur vie dans une nouvelle activité.

Pour les premiers, ils étaient en accord avec notre philosophie en matière de gestion de marque : "mettre à disposition, partager les expériences et n'imposer que la charte de l'enseigne (lettrage, couleur et communication)". Point n'était besoin de leur imposer de travailler avec tel ou tel fournisseur. Ils étaient des professionnels et avaient la connaissance et l'expérience.

Pour ceux qui manquaient de savoir-faire et de connaissance du terrain : ne pas les entraîner sur des chemins où ils risquaient de tout perdre, les orienter sur leur choix d'implantation, les conseiller sur le recrutement de leurs collaborateurs, l'aménagement de leurs agences,

le merchandising, la communication locale, bref, tout ce qui n'est pas évident lorsqu'on atterrit dans un métier que l'on ne pratique pas depuis longtemps.

L'engagement de chacun...

Après, l'engagement de chacun a fait le reste. Notre enseigne se voulait dynamique, ses représentants sur le terrain l'ont été plus encore. Et c'est à force de travail que des Stéphanie Durant, Patrick Thomas, Romain Goury, Alain Gautron, Philippe et Marc Hilairet ou Laurent Baudoin (et pardon pour tous ceux que je ne cite pas ici) sont parvenus à développer des affaires rentables et pérennes. Oui on peut bien dire "pérennes" car si des entrepreneurs choisissent notre marque, c'est parce qu'ils veulent avancer en confiance pour développer une entreprise qui devienne rapidement rentable et le reste dans le temps.

Si l'on ajoute le fait que notre enseigne est logée au sein d'un groupe puissant et dynamique (Funécap) qui gère aujourd'hui plus de 150 points de vente en propre (dont une trentaine de magasins POMPES FUNÈBRES Pascal LECLERC®), une quarantaine de chambres funéraires et 4 crématoriums, tous les entrepreneurs qui sont nos partenaires savent qu'ils peuvent compter sur une aide indéfectible de notre part lorsqu'ils ont des problèmes à résoudre.

L'aide à résoudre les difficultés...

Y compris des problèmes de financement. Ainsi, lorsque nous avons été contactés en octobre dernier par l'un des affiliés du réseau qui souhaitait reprendre une entreprise mais ne parvenait pas à convaincre les banques de l'accompagner, Funécap a analysé le dossier et, considérant qu'il était intéressant pour le développement de l'entreprise affiliée, a accordé un prêt à l'entrepreneur. Cela a toujours été notre philosophie : travailler sur le long terme dans un partenariat qui permette aux deux entreprises de croître et de mieux servir leurs clients.

Force est de constater en ce début 2014 que nous y sommes parvenus. Et nous travaillons pour que cela se poursuive encore longtemps.

Philippe Gentil