

Pourquoi ont-ils choisi Pascal Leclerc ?

Installée en pompes funèbres depuis trois générations sur l'agglomération de Nancy, la famille Guidon a opté pour la franchise Pascal Leclerc. Pourquoi et comment ?



Philippe Gentil, Serge et Maxime Guidon et Luc Berha.

Le contexte est ici assez compliqué du fait que l'enseigne n'est pas prise par un entrepreneur en plein cours de carrière mais par des successeurs familiaux soucieux d'assurer l'avenir à long terme de l'entreprise. On ne peut pas raisonner dans la trentaine comme dans la cinquantaine.

L'entreprise familiale, créée par le grand père, dirigée jusqu'alors par ses trois fils, est désormais reprise par les petits fils liés en tant que cousins.

L'affaire est belle. Elle fait vivre près de cinquante salariés en pratique funéraire totale (PF, marbrerie, thanatopraxie). Ayant démarré sur Neuves Maisons, en banlieue sud, l'entreprise est aujourd'hui implantée sur l'agglomération nancéenne et la région avec sept succursales.

Mais les jeunes successeurs ont bien conscience que les règles du marché

évoluent aujourd'hui à grande vitesse et qu'une belle entreprise peut rapidement décliner quand elle ne sait pas s'adapter aux nouveaux contextes.

A titre préventif

Plusieurs paramètres ont infléchi la décision de prendre une enseigne nationale et ensuite de choisir laquelle :

- Le contexte général de crise économique. Nancy est durement touchée et de plus en plus de familles recherchent un moindre coût d'obsèques.
- La notoriété familiale a ses limites géographiques. Connue dans le sud de l'agglomération, la famille Guidon ne l'est pas assez plus au nord pour garantir à elle seule le maintien des activités dans un contexte de concurrence endurcie
- Le marché se financiarise car les



Pascal Leclerc

enseignes nationales s'emparent en amont de pans entiers de clientèle

par voie de prévoyance funéraire. Partant de ces divers constats, les cousins ont décidé de s'adjoindre les services d'une enseigne placée sur le segment du moindre prix ou de la performance dans le rapport qualité/prix. Roc Eclerc étant déjà présente sur la région, la question de ce choix ne se posait pas. Pascal Leclerc, sur le même créneau, était susceptible de venir installer de son côté une enseigne sur Nancy. C'est désormais chose faite sur l'agence ouverte place des Vosges. Celle-ci connaissait un essoufflement de ses activités commerciales depuis l'ouverture d'une chambre funéraire Guidon à Jarville (6 salons). Il n'y a qu'un kilomètre entre ce complexe funéraire et l'agence de la place des Vosges.

C'est donc tout naturellement que les cousins ont décidé de soutenir l'agence avec la dotation de la nouvelle enseigne, l'inauguration ayant eu lieu courant mai. Or, de leur aveu courant août, l'effet stimulateur de l'enseigne est depuis spectaculaire. Une campagne de communication a été déclenchée (panneaux 4 x 3) et les Guidon proposent désormais un pack crémation à 1 390 euros TTC hors tiers. Nul doute qu'une image économique va ainsi être créée mais sans risque de se tromper, on peut s'attendre à une bataille commerciale très serrée sur Nancy, enseigne contre enseigne. Ce n'est peut être que la préfiguration de ce qui va se passer sur toute la France en milieu urbain...