



Thanato, il a cherché la bonne artère...

Artère commerciale bien entendu...

Le nouveau Pascal Leclerc de Courbevoie est un thanatopracteur confirmé de longue date, reconverti en patron de pompes funèbres. Son magasin new look préfigure le style d'accueil de la marque et s'inscrit dans une politique de conquête de l'espace commercial sur la zone visée.



Patrick Thomas

Patrick Thomas s'est allié avec Jean Michel Vichet pour opérer en 2007 le rachat des pompes funèbres et marbrerie Brulfert à Courbevoie, dans le 92 (maison fondée en 1842). Ils étaient auparavant tous deux thanatopracteurs salariés.

Patrick Thomas a débuté sa carrière commerciale en tant que cuisinier de collectivité pour finalement changer de recette en devenant thanatopracteur à partir de 1997 (SRT à Lyon puis GIE de PFG en région parisienne). En 2002, il franchit le cap des pompes funèbres pour rejoindre en tant que salarié Roc Eclerc à Anthony. Ainsi rôdés à la dynamique de ce groupe, son associé et lui en sont venus assez rapidement à l'idée qu'il fallait défendre leur entreprise sur Courbevoie car le secteur connaît beaucoup de départs de corps assurés par des concurrents extérieurs. Ici encore, le raisonnement stratégique rejoint celui des frères Guidon sur Nancy



(voir notre reportage sur FM 218, page 23). Face à la poussée des enseignes nationales, les entreprises à identité locale se tournent vers une enseigne de «self défense».

En signature d'ouverture

Le magasin est situé le long d'une artère fréquentée reliant Courbevoie au quartier de la Défense, à Puteaux. Patrick Thomas en a pris la direction, laissant celle des pompes funèbres Brulfert à son associé. Le point de vente a été pensé avec la volonté d'abandonner tout style funéraire pour en faire un point d'accueil agréable. Le souci décoratif a été poussé jusqu'au moindre détail et nous vous laissons en prendre connaissance par le biais des photos. Bien entendu, la vitrine extérieure correspond au cahier des charges de la marque et les équipements qui y sont associés sont intégrés dans l'esprit des lieux. Mais en outre, dans cette logique de nouvelle installation,



l'entreprise veut acquérir des clients pour son commerce d'articles funéraires.

En guise de démarrage, un sapin de Noël avec mécanisme ventilant de la neige artificielle en vitrine lui a porté

bonheur en décembre car le chiffre d'affaires sur ce premier mois d'activité est encourageant. Toujours en langage de thanato, c'est un bon signe pour progresser de fil en aiguille...