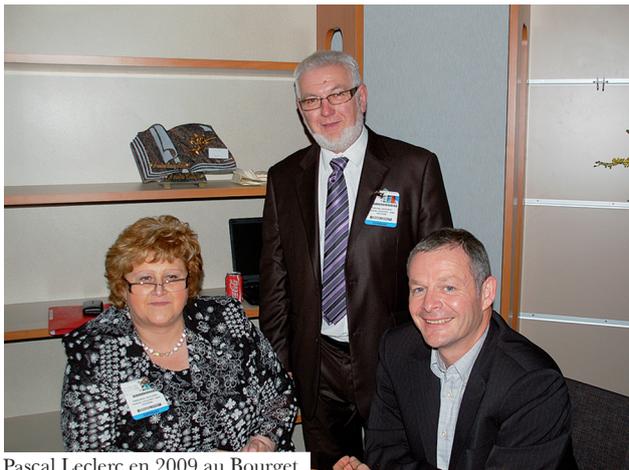


Tout le monde en parle !

Le réseau de Pascal Leclerc fut souvent au centre des conversations lors du salon Funexpo en novembre dernier.

Et pour cause, en l'espace d'un an la mutation est flagrante.

Après l'action pilotée tout au long de l'année 2010 par Luc Béhra, deux investisseurs du milieu financier se présentent et Philippe Gentil, ancien Président de Roc Eclerc, est annoncé à la présidence du réseau Pascal Leclerc, sans oublier l'épisode de la reprise du groupe d'André Davy en septembre dernier (33 points de vente en Provence et Bretagne). Les explications :



Pascal Leclerc en 2009 au Bourget.



Idem, mais à Funexpo en 2010.

Le salon Funexpo nous a donné plusieurs occasions de rencontre avec la nouvelle équipe dirigeant le réseau Pascal Leclerc.

A partir du 1er janvier prochain, comme annoncé dans nos brèves (FM 210), Philippe Gentil revient dans les activités funéraires en prenant la présidence de la holding d'investissement. Nous avons donc eu un entretien avec lui pour obtenir un éclaircissement sur les différents changements survenus cette année et sur la stratégie qui sera mise en œuvre en 2011.

L'erreur classique :

Comparer le projet Pascal Leclerc avec les antécédents liés directe-

ment ou indirectement au parcours de Michel Leclerc.

Cette erreur est d'autant plus facile que le parcours de Philippe Gentil y prédispose mais celui-ci nous le précise d'emblée : la page est tournée sur le passé.

Si une parole seule ne peut suffire pour nous convaincre, l'exposé du «business-plan» apporte en revanche des éléments allant dans ce sens : *«Le réseau s'attachera au concept d'accompagnement pointu, qualifié, expérimenté. Mais il saura aussi écouter et s'adapter. Notre développement intervient comme une réponse à de nouvelles problématiques de métier où des tensions sur les prix se développent... »*



Philippe Gentil.

Quatre pistes pour progresser

Philippe Gentil poursuit ses explications : «Nous allons compartimenter l'évolution du réseau en quatre départements de

compétence :

- *La gestion de marque. Il faut que l'enseigne soit porteuse d'image. Une enquête de notoriété place notre marque à un excellent niveau. Nous améliorerons celle-ci avec des campagnes de communication. Rappelons que Pascal Leclerc a gagné de haute lutte judiciaire le droit d'exploiter son nom en pompes funèbres.*

- *Une puissance d'achat. La marque sera exploitée sur deux piliers, par concessionnaires ou par entreprises intégrées (rachetées par les actionnaires).*

D'ores et déjà, nous représentons en novembre 2010 une puissance d'achat correspondant aux besoins de 6 000 funérailles par an.

Mais ce n'est pas tout. Notre centrale procédera à des achats-revente de marchandises auprès des enseignes du réseau.

En outre, nous allons mettre en place des magasins-pilote et une véritable centrale d'achat qui simplifieront en parallèle les conditions de livraison par les fournisseurs.

- *Un département crémation qui*

soumissionnera à chaque marché de délégation de service public de crématorium et qui agira sur le plan du financement d'établissement.

- *Un département prévoyance qui mettra au point de bonnes formules s'adressant à un public très large de souscripteurs potentiels».*

Une équipe et un management spécifique

L'une des caractéristiques nouvelles du réseau, constatée à l'occasion de Funexpo, c'est la personnification concrète des investisseurs qui se sont joints à Pascal Leclerc, ce dernier restant membre du conseil de surveillance du réseau.

L'apport financier ayant rejoint Pascal Leclerc a un nom : Ophiliam Management, un groupe implanté sur Paris et dirigé par trois associés : Xavier Thoumieux, Thierry Gisserot et Laurent Strichard, tous trois présents à Funexpo cette année pour prendre un contact concret avec les professionnels.

Laurent Strichard étant plus particulièrement en charge des activités immobilières, c'est essentiellement ses deux associés qui s'investissent dans le funéraire et qui, signalons-le au passage, ont suivi le cursus des heures réglementaires de formation funéraire (avec 40 heures de formation comptable...).

Président du réseau en 2010, Luc Béhra passera Directeur Général



Thierry Gisserot, Xavier Thoumieux et Luc Béhra.

Adjoint chargé du développement de l'enseigne et de la zone Sud, Laurent Combas restant responsable de la maison du même nom. Luc Béhra sera principalement basé à Toulon. Philippe Gentil sera basé à Paris, auprès d'Ophiliam, coordonnant avec l'ensemble des associés la stratégie opérationnelle de l'ensemble.

De fait, notre contact avec les responsables associés d'Ophiliam, tant sur le stand qu'en soirée du vendredi lors de l'apéritif qu'ils ont organisé en marge du salon, s'est placé sous le signe de la simplicité sympathique. Nous relevons aussi, sur le site Internet d'Ophiliam, l'affirmation d'une identité d'investisseur proche des réalités humaines et professionnelles des entreprises rachetées.

Bienvenue donc à Xavier Thoumieux et Thierry Gisserot dans le métier et bon retour également à Philippe Gentil, l'ambiance du stand à Funexpo témoignant d'une véritable cohésion d'équipe autour du couple Pascal Leclerc...