FunérArts, Bernier-Probis et FUNICO-Cercueils du Nord
Innovation et savoir-faire au service d'un Cercueil 2.0

Succès incontestable du salon Funexpo 2016, le concept de personnalisation de cercueil développé par FunérArts, filiale du Groupe Mazal, est l'une des plus belles démonstrations de ce que peut apporter l'outil numérique au secteur funéraire. S'appuyant sur un partenariat entre FunérArts, créateur du concept, et les fabricants de cercueils Bernier Probis et FUNICO-Cercueils du Nord, un nouvel outil, baptisé OCP, accessible via le site Internet FunérArts, permet aux familles de choisir l'un des cercueils proposés par les deux fabricants partenaires, et de le personnaliser directement en ligne avant commande. Cristelle Douard, FunérArts, Olivier Bernier, Bernier-Probis, et Jérôme Hego, FUNICO-Cercueils du Nord, nous en disent plus...

Cristelle Douard, directrice de FunérArts.

« ... notre partenariat s'est articulé avec Bernier-Probis et FUNICO, deux entreprises humaines, dynamiques et novatrices »

Résonance : Cristelle, commençons par le concept en lui même... Quelle est sa genèse, et en quoi consiste-t-il ?

Cristelle Douard : Chez FunérArts, nous fabriquons et commercialisons des articles funéraires. Notre leitmotiv est de faire évoluer le monde du funéraire actuel, en y adaptant les nouvelles technologies, tout en garantissant la qualité de nos produits avec une production 100 % réalisée sur le sol français (usine de 4200 m² sur le site de production de Wormhout, dans le Nord).

« ... faire évoluer le monde du funéraire actuel, en y adaptant les nouvelles technologies, tout en garantissant la qualité de nos produits avec une production 100 % réalisée sur le sol français... »

Olivier Bernier,
directeur de Bernier-Probis.

Jérôme Hego,
directeur de FUNICO-Cercueils du Nord.

Le concept des habillages de cercueil est une continuité de notre développement commercial dans le domaine du funéraire (après les plaques funéraires dites "magasin" en 2013, les plaques funéraires personnalisées en 2014, l'OCP en 2015 puis les inters début 2016). Présentés en avant-première à Funexpo 2016, déclinés sur plus de 70 cercueils, répartis entre les modèles adultes et enfants de différentes collections (inhumation, crémation, tombeau, parisien, ...) pour plus de 1 300 thèmes disponibles, les habillages de cercueil FunérArts sont entièrement personnalisables et adaptables sur les cercueils référencés des fabricants Bernier-Probis et FUNICO.

R : Lorsque les équipes de FunérArts vous ont présenté ce procédé, qu'en avez-vous pensé ?

Olivier Bernier : La personnalisation étant dans l'air du temps, FunérArts a su mettre en avant à la fois le côté contemporain, tout en y alliant une qualité d'image des habillages de cercueils qui est à mon sens inégalée aujourd'hui sur le marché. Tout l'intérêt étant d'apporter une valeur ajoutée sur un cercueil en bois massif pouvant se situer sur différents niveaux de la segmentation, qu'il soit en entrée de gamme ou sur des modèles plus prestigieux, sans pour autant recouvrir en totalité celui-ci.

Pour mémoire, la société Bernier était, il y a plus de 20 ans, un précurseur de la personnalisation des cercueils avec "BF2 Concept", avec des panneaux bois à thème interchangeable. FunérArts a mis la barre très haut avec ce nouveau concept, et nous sommes à ce titre très satisfaits d'être l'un de ces deux partenaires.

Jérôme Hego : Chez FUNICO, nous croyons que les cercueils personnalisés feront à l'avenir de plus en plus partie des demandes des familles, c'est une évolution naturelle de notre société et de nos mœurs. Nous développons d'ailleurs nos propres cercueils personnalisables (modèle ardoise, imprimé...) depuis plusieurs années, et naturellement, lorsque FunérArts nous a présenté le concept de l'habillage de cercueils, cela venait logiquement dans la continuité de nos produits.

De plus, ce concept inédit et innovant ouvre des perspectives de personnalisations infinies sans dénaturer le produit cercueil, je dirais même que, dans certains cas, il l'adoucit.
Enfin, notre volonté permanente d'innover toujours autour du produit cercueil – à la fois en modernisant les designs et en accessoirisant différemment – s'est tout à fait retrouvée dans le concept de l'habillage de cercueil.

R : Comment s'est articulé le partenariat entre les trois entreprises, qu'implique-t-il et quels sont vos rôles respectifs ?

CD : Notre concept consiste à équiper des cercueils de différents types et de différentes gammes. Nous avons, en France, plusieurs fabricants de cercueils, et nous ne prétendons pas avoir de compétences dans ce domaine de fabrication ; aussi, notre partenariat s'est articulé avec Bernier-Probis et FUNICO, deux entreprises humaines, dynamiques et novatrices. Nous leur avons présenté un concept complet de cercueil 2.0, production, développement et communication.

En effet, bien au-delà de la fabrication des habillages de cercueils, et de l'apport d'outils individuels de présentation, nous avons créé un logiciel dédié et décliné pour chacun des 2 fabricants (OCP), permettant, dans la gamme des cercueils référencés, la commande et la personnalisation en temps réel des plaques. Nous avons complété cet outil d'un album interactif de plus de 1 300 modèles d'habillages.

OB : Nous avons fait un travail en totale transparence avec FunérArts, car les prises de mesure des éléments qui constituent un cercueil ont directement été faites sur notre site de St-Jory, ceci afin de pouvoir ensuite étudier et concevoir les habillages aux mesures de nos produits dans les ateliers de FunérArts. Malgré tout, FunérArts reste la tête pensante, l'unique concepteur, et surtout le distributeur de ces produits.

JH : L'idée et la conception reviennent à FunérArts, notre rôle a surtout été technique, car chaque cercueil a son propre habillage c'est-à-dire qu'il a fallu définir la gamme des cercueils à habiller. Cette gamme est basée sur les modèles les plus "populaires" auprès des familles. Puis nous sommes rentrés dans la phase de conception, pendant laquelle nous avons calculé toutes les mesures des habillages,

> « ... FunérArts reste la tête pensante, l'unique concepteur, et surtout le distributeur de ces produits »

> « Nous avons développé une application qui permet à nos clients de présenter aux familles les cercueils et accessoires sur support numérique. Les cercueils sont présentés en 3D, avec des images haute qualité »

Encart pub : 1/8

> Grâce au numérique, ces procédés et ces techniques sont devenus beaucoup plus abordables

> … la multitude de thèmes proposés est une vraie valeur ajoutée pour notre marché français, qui est demandeur d'innovation

afin que FunérArts puisse réaliser un gabarit spécifique adapté à chaque modèle. Enfin, il y a eu une phase test de présentation auprès d'un échantillon de clients, et le retour a fait l'unanimité !

R : Depuis peu, l'OCP - Outil de Création et de Personnalisation - est à la disposition des familles. Que propose-t-il, comment s'utilise-t-il, et est-il accessible en direct ou faut-il passer par l'intermédiaire d'un opérateur funéraire ?

CD : L'OCP a été présenté lors du salon Funéraire Paris 2015, et vient de fêter son 1er anniversaire. Fort de son succès, l'OCP compte à ce jour 2 850 "Relais Funéraires" en France, pour plus de 9 300 utilisateurs. L'outil se décline en 3 catégories d'articles funéraires : les plaques, les inters et bien sûr les habillages de cercueils. Le développement pour la partie des habillages de cercueil a été très complexe, car les cercueils référencés ont chacun leurs propres caractéristiques, et l'outil en tient compte à chaque étape.

La 1re étape consiste à sélectionner son fabricant de cercueils (FUNICO ou Bernier-Probis), ensuite vient la 2e étape : le choix de la gamme du cercueil (inhumation, crémation, écologique, enfance...), puis le choix du cercueil (modèle, finition, taille).
Une fois le cercueil choisi, vient l'étape 3, avec la sélection du thème de l'habillage (plus de 1 300 modèles d'habillages classés par thème et par ordre alphabétique (ex. : chasse, fleurs, animaux, villes, etc.).

La partie la plus novatrice dans la personnalisation des habillages de cercueils se situe à l'étape 4, avec la personnalisation des 5 éléments (changement du fond, import d'un fond personnalisé, ajout d'un portrait, ajout de texte...), avec prévisualisation immédiate de la maquette réalisée. S'ensuit, bien sûr, la partie devis, avec le prix de vente public conseillé.

L'OCP est accessible aux professionnels du funéraire et au grand public, mais le particulier souhaitant commander à la pompe funèbre ("Relais Funéraire") de son choix, via l'outil, doit impérativement prendre contact avec ce dernier pour valider sa commande d'habillage de cercueil. En effet, les pompes funèbres doivent être en possession ou être en capacité de se faire livrer le cercueil correspondant. Un OCP individuel est aussi déployé pour chacun des 2 fabricants de cercueils.

R : Sur quels critères vous êtes-vous appuyés pour le choix des cercueils ? Existait-il des contraintes techniques et/ou d'utilisation ?

JH : Comme je le disais précédemment, nous avons travaillé sur les cercueils les plus demandés par les familles. Les habillages sont adaptés à chaque cercueil, c'est-à-dire que vous ne pouvez pas utiliser un habillage sur un cercueil qui n'est pas dans la gamme prédéfinie. Donc, effectivement, les moulures spécifiques à chaque cercueil ou la taille des plinthes ou l'emplacement des rainurages... tout cela impose des contraintes techniques, et chaque habillage en tient compte.

OB : Effectivement, les formes de cercueils les plus représentatives sur le marché français sont le Parisien et le Tombeau, avec évidement quelques contraintes techniques qui ne nous ont pas échappé, telles que des galbes, des rapports de moulure... Les habillages sont spécialement étudiés en tenant compte de toutes ces spécificités.

R : Outre les possibilités de personnalisation, l'outil numérique permet également une réduction des délais. Qu'en est-il dans le cas présent ?

CD : Grâce aux nombreux modèles de thèmes disponibles sur l'OCP et à la prévisualisation de l'habillage personnalisé de cercueil en temps réel, la famille du défunt peut immédiatement valider sa maquette. Pour toute commande dont la maquette est validée avant 12 h, la livraison s'effectue en J+2 (48h) ; et pour toute commande dont la maquette est validée après 12 h, la livraison s'effectue en J+3 (72h) (jours ouvrés du lundi au vendredi, sur la France métropolitaine, hors îles et Corse).

R : Numéro "Spécial numérique" oblige, côté fabricants, toutes les prises de commandes et autres gestions de stocks ont pu également être optimisés grâce aux apports des nouvelles technologies, vous pouvez nous en dire quelques mots ?

OB : Nous avons développé une application qui permet à nos clients de présenter aux familles les cercueils et accessoires sur support numérique.

Les cercueils sont présentés en 3D, avec des images haute qualité. Nous pouvons aujourd'hui considérer que nous sommes les seuls à proposer cet outil utilisable sur PC, tablette et TV.

JH : C'est vrai, nous devons en permanence évoluer avec le numérique, pour exemple, nous travaillons actuellement à la mise en place de notre nouveau site Web, qui sera opérationnel en fin d'année et qui permettra à nos clients, entre autres, de passer leurs commandes en ligne ou de réaliser leurs brochures personnalisées via leurs espaces sécurisés. À l'avenir, nous piloterons nos dépôts à distance grâce à nos nouveaux outils de gestion de stocks.

R : De fait, lorsque la famille, accompagnée de l'opérateur funéraire, passe sa commande sur l'OCP, si, d'aventure, le cercueil choisi n'est pas disponible chez les pompes funèbres, l'outil gère-t-il en parallèle la commande du cercueil chez l'un des fabricants partenaires ? Si non, est-ce une évolution envisagée pour le futur ?

CD : L'outil informe nos partenaires du modèle du cercueil choisi par la famille (finition et taille), mais ne remplace pas la commande du cercueil auprès du fabricant (les modalités de commande et les contraintes de livraison restant internes à chaque fabricant de cercueils).

R : Inserts, plaques, cercueils... le numérique offre de nombreuses possibilités aux familles. Pensez-vous qu'il s'agit là d'un effet de mode ou d'une vraie révolution dans la façon de rendre hommage au défunt, d'une pratique qui va s'inscrire dans la durée ?

CD : Il ne s'agit pas d'une révolution, mais juste d'une démocratisation ; en effet, il y a quelques années, quand une famille voulait rendre hommage à un défunt de manière plus particulière, cela engendrait des coûts et des délais assez importants. Grâce au numérique, ces procédés et ces techniques sont devenus beaucoup plus abordables. L'OCP s'appuie sur ces nouvelles technologies, il fut un gros investissement, mais une très belle réussite dans la créativité et la simplicité d'utilisation, nous permettant de produire instantanément toute commande passée sur l'outil.

OB : Depuis le salon de Lyon, de nombreux clients reviennent vers nous afin d'en savoir un peu plus sur les habillages de cercueil FunérArts. Le marché français n'avait jusqu'à présent pas d'offre cohérente en matière de personnalisation, c'est la raison pour laquelle la multitude de thèmes proposés est une vraie valeur ajoutée pour notre marché français, qui est demandeur d'innovation.

JH : Chez FUNICO, nous constatons une demande croissante des produits personnalisés. Cela est vrai sur notre marché français, mais c'est également très marqué chez nos voisins belges, hollandais, ou encore sur le marché anglais. Cela semble être une tendance de fond, et nous pensons que cela va s'amplifier aussi en France.

R : Pour conclure, le partenariat va-t-il rester tripartite, ou bien va-t-il s'étendre à d'autres fournisseurs ?

CD : À trois, on est bien ... Une chose est sûre, nous avons développé plus que de simples affinités professionnelles avec nos deux partenaires. Au-delà de l'aspect business, il s'agit d'une aventure humaine, où chacun a trouvé ses marques.
La société FUNICO et la société Bernier nous ont accordé leur confiance, nous ont accompagnés dans le développement de notre projet, cela afin de permettre aux pompes funèbres de pouvoir proposer à leur clientèle une évolution dans cet axe du funéraire, associant tradition et modernité.

Steve La Richarderie

> « ... permettre aux pompes funèbres de pouvoir proposer à leur clientèle une évolution dans cet axe du funéraire, associant tradition et modernité »

Encart pub : 1/8