

Une troisième édition du Funétour, en terre bourguignonne, studieuse et chaleureuse

Proche des vignobles de Bourgogne, à proximité de Gevrey-Chambertin, le château de Saulon recevait la troisième édition du Funétour, le 18 avril dernier. Douze entreprises organisatrices – Le Voeu, Funéral Stores, ENAOS, YAMASOFT, Rivaud, France Funéraire, Frima Funéraire, Granits Michel Maffre, FUNICO, Arche Diffusion, FAPE Obsèques, Les Empreintes (1^{re} fois) – accueillèrent plus d'une soixantaine de pompes funèbres venant des quatre coins de la France.

studieuse, consacrée à la réglementation, à l'actualité professionnelle et à l'évolution des métiers, était concrétisée par quatre interventions aux thèmes différents, suivies des traditionnels ateliers des fournisseurs pour des découvertes de produits et des prises de contacts commerciaux. Une deuxième, plus divertissante, avec un moment de partage décontracté autour d'un apéritif qui fut prolongé par une soirée festive et récréative, chaleureuse et conviviale.

Quatre conférences liées aux nouveautés réglementaires et à des sujets très actuels étaient donc au programme. La première fut donnée par Jérôme Hégo, directeur général de FUNICO, qui aborda "la nouvelle réglementation des cercueils", dont les textes sont entrés en application le 1^{er} janvier.

Découvrir la nouvelle législation

Il exposa ainsi à l'assistance attentive les différents changements consécutifs à ceux-ci, et mentionna que c'est l'arrêté du 20 décembre 2018 qui définit désormais les caractéristiques applicables aux cercueils et fixe les modalités de vérification de celles-ci. Ce texte, notamment ses quatre annexes



Totem à l'entrée avec les logos des entreprises participantes.

Tout d'abord, notons que l'organisation et la réussite de ce nouveau Funétour sont à mettre en grande partie au bénéfice de FUNICO – chaque année, c'est l'un des fournisseurs protagonistes qui assume, plus ou moins, la responsabilité d'organiser l'événement – et de Jérôme Hégo, son dirigeant, ainsi que de Céline Hueber, sa représentante commerciale sur la région Est.

Un événement riche d'information professionnelle

Comme lors des années précédentes, cette nouvelle édition commençait en début d'après-midi et se déroulait en deux temps. Une première partie

Jérôme Hégo.



Sylvestre Olgiati.



... quatre interventions aux thèmes différents, suivies des traditionnels ateliers des fournisseurs pour des découvertes de produits et des prises de contacts commerciaux.

... l'importance pour les pompes funèbres de proposer un large éventail de ces objets du souvenir, qui restent, dans l'acte d'achat, de réelles personnalisations...



Gérard Laout.

techniques, s'appuie largement sur les trois parties de la norme NF D 80-001 cercueils - Spécifications de performance pour le contrôle de l'aptitude à l'usage d'un cercueil (voir Résonance numéro spécial - Décembre 2018).

Un contrôle au bénéfice des clients

Ensuite, Gérald Laout, directeur commercial de FAPE Obsèques, présenta "les nouvelles normes ACPR et le parcours client". En France, le contrôle des banques et des assurances est exercé par l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR), qui est également en charge de la protection des clients, notamment de ceux qui souscrivent des contrats obsèques.

Il a ainsi abordé, entre autres, les processus de contrôle dont il a pu suivre le déroulement lors de celui de FAPE Obsèques, et a mis en avant les procédures et les différentes garanties que propose ce spécialiste de la prévoyance obsèques depuis plus de 20 ans (partenaire de 2 000 entreprises de pompes funèbres); et qui est aujourd'hui le leader sur la commercialisation et la gestion des contrats d'assurance prévoyance obsèques.

Un marché créatif pour plus de personnalisation

Après une petite pause, la seconde séquence des exposés fut conduite par Sylvestre Olgiati, dirigeant de France Funéraire, qui proposa à l'assemblée une thématique qui lui est chère et qu'il maîtrise parfaitement : "les articles du funéraire et le marché de l'offre : simples accessoires ou opportunités de différenciation ?".

Traitant bien évidemment du marché de la plaque funéraire, il rappela l'importance de la créativité dans ce secteur, pour alimenter de manière permanente l'offre, et l'importance pour les pompes funèbres de proposer un large éventail de ces objets du souvenir, qui restent, dans l'acte d'achat, de réelles personnalisations de l'hommage rendu au défunt.

Un Internet dédié au funéraire

En conclusion de cette demi-journée d'information, Michel Smeets, fondateur et gérant d'ENAOS, a répondu à sa manière aux questions "Quel Web ? Pour quel funéraire ? Quel deuil ?" avec beaucoup de pertinence, agrémentée d'un certain humour. Profitant de l'expérience acquise avec leur site, il détailla avec à-propos les fonctions utiles et efficaces d'Internet aujourd'hui, et fut suivi avec attention par les professionnels présents.

Comme les éditions précédentes, les échanges qui suivirent, devant les tables montées par les douze fournisseurs organisateurs, furent actifs et enthousiastes, les discussions constructives et commerciales, avec d'évidentes conclusions d'affaires en perspective... Tout cela remettant en avant les rapports humains... a contrario du monde numérique virtuel. Il ne restait alors plus que la belle soirée au château à imaginer, ce qui fut fait, pour le plaisir de tous.

Gil Chauveau

Partie "exposition" du véhicule de Funeral Stores.



Stand RIVAUD.

