

# Le SALON PROFESSIONNEL FUNERAIRE GRAND SUD 2021 maintient son cap

**La quatrième édition du SALON PROFESSIONNEL FUNERAIRE GRAND SUD s'est tenu les 24 et 25 juin derniers au Pavillon du Stade Toulousain, dans le respect des consignes sanitaires en vigueur. L'évènement Occitan, qui s'affirme d'année en année, s'est déroulé dans une atmosphère conviviale faite de moments de partage, de business et d'échanges. Les exposants nous font partager leurs impressions...**



Stand West Memory.

**Quatre questions à Laurence Rivière et Fabrice Huart, dirigeants de West Memory**



**Résonance :** Dans ce contexte si particulier avec en toile de fond une crise sanitaire qui perdure, quelles sont les principales raisons et/ou motivations qui vous ont amenés à participer à cette nouvelle édition du SALON PROFESSIONNEL FUNERAIRE GRAND SUD (SPFGS) Toulouse ?

**Laurence Rivière et Fabrice Huart :** Justement, c'est dans ce contexte si particulier qu'il faut redoubler d'énergie, s'organiser pour travailler plus ; par notre présence, nous souhaitons montrer à nos partenaires que nous les accompagnons et soutenons.

Depuis sa première édition, ce salon est une occasion d'avoir des échanges très qualitatifs avec nos distributeurs, nous prenons le temps d'échanger sur le développement de nos articles du souvenir, nous présentons nos nouveautés, nous prenons en compte les remarques sur les différents prototypes que nous avons créés pendant l'année. C'est aussi et à chaque fois l'occasion de développer notre réseau de partenaires. Sans oublier que ce salon est un excellent rendez-vous pour échanger avec les différents exposants, acteurs de la profession.

**R :** Quel a été votre ressenti vis-à-vis de ce quatrième millésime ?

**LR FH :** Le SPFGS continue d'être un salon très convivial, les visiteurs prennent le temps d'échanger, leurs retours d'expériences sont essentiels pour nous. Ils nous permettent d'adapter, de valider notre stratégie de développement avec cette envie d'être, depuis la création de West Memory, à l'écoute du marché et des demandes des familles. Cette année, la fréquentation a été régulière, et nous pouvons dire que cela a été un excellent millésime.

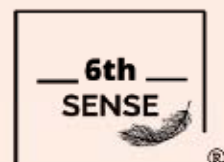
**R :** D'un point de vue commercial, ce salon vous a-t-il permis d'atteindre de nouveaux clients, et a-t-il été apporteur d'affaires pour votre entreprise ?

**LR FH :** Tous nos objectifs ont été atteints. Notre réseau de partenaires s'est développé et les commandes ont été enregistrées.

**R :** Pour conclure, auriez-vous des attentes particulières pour la prochaine édition ?

**LR FH :** Dans ce contexte, les organisateurs (et nous profitons ici pour les remercier chaleureusement pour leur travail et leur professionnalisme) n'ont pas pu organiser le jeudi soir une nocturne, alors rendez-vous à l'année prochaine pour y participer.

**Quatre questions à Thomas Herfray, dirigeant de 6TH Sense**



**Résonance :** Dans ce contexte si particulier avec en toile de fond une crise sanitaire qui perdure, quelles sont les principales raisons et/ou motivations qui vous ont amenés à participer à cette nouvelle édition du SPFGSToulouse ?

Notre réseau de partenaires s'est développé et les commandes ont été enregistrées.



Stand 6th Sense.

**Thomas Herfray** : Il s'agissait pour nous de notre premier salon et celui-ci avait une valeur de test primordial. Le contexte sanitaire a fortement pesé lors du développement du projet, et notre participation était un aboutissement pour l'ensemble des efforts que nous avons engagés.

**R** : Quel a été votre ressenti vis-à-vis de ce quatrième millésime ?

**TH** : Nous avons particulièrement apprécié la convivialité des participants et la qualité des échanges que nous avons eus aussi bien avec nos visiteurs qu'avec nos confrères et consœurs entrepreneurs. Nous aurions aimé une fréquentation encore plus importante, cependant, nous comprenons parfaitement qu'il n'est pas aisé de pouvoir se libérer du fait de la charge de travail assumée par les entreprises du funéraire.

Le contenu des conférences était très pertinent, et nous avons pu découvrir certaines innovations dont nous n'avions pas connaissance. Nous avons été surpris par la distance parcourue par certains visiteurs, preuve de l'ancrage un peu plus important d'année en année de ce salon.

**R** : D'un point de vue commercial, ce salon vous a-t-il permis d'atteindre de nouveaux clients et a-t-il été apporteur d'affaires pour votre entreprise ?

**TH** : Nos prospects et visiteurs ont pu découvrir nos réalisations. Notre sentiment est que celles-ci ont été très appréciées, ce qui récompense le travail accompli. D'un point de vue com-

mercial, nous avons pu nouer quelques partenariats auprès de professionnels du secteur. Le bilan est pour nous très positif.

**R** : Pour conclure, auriez-vous des attentes particulières pour la prochaine édition ?

**TH** : En dehors d'une fréquentation accrue, comme je l'ai déjà dit, nous avons surtout ressenti l'attente de nos partenaires quant à nos produits. Elle est particulièrement sensible pour les matériaux d'extérieur liés aux monuments funéraires. Nous allons donc continuer à développer notre gamme dans ce sens, et nous aurons plaisir à revenir pour l'édition 2022, accompagnés de nos nouveautés.

### RIVAUD : quatre questions à Benjamin Rivaud



**Résonance** : Dans ce contexte si particulier avec en toile de fond une crise sanitaire qui perdure, quelles sont les principales raisons et/ou motivations qui vous ont amenés à participer à cette nouvelle édition du SPFGS Toulouse ?

**Benjamin Rivaud** : Nous sommes chaque année au RDV du Salon de Toulouse depuis sa création. C'est le seul événement qui nous permet d'aller à la rencontre de nos clients du Sud. De plus, l'ambiance conviviale nous plaît particulièrement, donc toutes les conditions sont réunies pour nous faire traverser la France.

**R** : Quel a été votre ressenti vis-à-vis de ce quatrième millésime ?

**BR** : Les exposants et les visiteurs sont, chaque année, de plus en plus nombreux. À cause de la situation sanitaire

... nous avons pu nouer quelques partenariats auprès de professionnels du secteur. Le bilan est pour nous très positif.



Stand Rivaud.

Nous avons [...] rencontré de nouveaux clients, mais nous avons surtout dû faire face à une situation inédite [...], nous avons vendu sur place tous les véhicules que nous avons présentés...



REJOIGNEZ UN RÉSEAU D'INDÉPENDANTS  
QUI VOUS RESSEMBLE ET QUI NOUS UNIT.

**FUNERIS**  
Les professionnels du funéraire  
www.funeris.com

et de l'annulation du salon de Lyon, nous les avons sentis particulièrement intéressés par tous les domaines du funéraire.

**R :** D'un point de vue commercial, ce salon vous a-t-il permis d'atteindre de nouveaux clients et a-t-il été apporteur d'affaires pour votre entreprise ?

**BR :** Nous avons effectivement rencontré de nouveaux clients, mais nous avons surtout dû faire face à une situation inédite, car pour la première fois nous avons vendu sur place tous les véhicules que nous avons présentés sur le salon. Nous avons donc dû louer une voiture pour pouvoir rentrer en Alsace avec notre matériel.

**R :** Pour conclure, auriez-vous des attentes particulières pour la prochaine édition ?

**BR :** Juste qu'elle n'ait pas lieu en même temps que la finale du Championnat de France de rugby, car ce jour-là, il était évident qu'il y avait plus de monde devant la télé que dans les allées du salon.

**R :** D'un point de vue commercial, ce salon vous a-t-il permis d'atteindre de nouveaux clients et a-t-il été apporteur d'affaires pour votre entreprise ?

**CB :** Oui, avec des signatures de devis, des prises de contacts positifs et beaucoup d'intérêt pour nos cercueils.

**R :** Pour conclure, auriez-vous des attentes particulières pour la prochaine édition ?

**CB :** Qu'elle soit aussi bien que la dernière, organisation au top, salon familial, échanges cordiaux et motivants.

## Decorte Graphics : quatre questions à Frédéric Decorte



**Résonance :** Dans ce contexte si particulier avec en toile de fond une crise sanitaire qui perdure, quelles sont les principales raisons et/ou motivations qui vous ont amenés à participer à cette nouvelle édition du SPFGS Toulouse ?

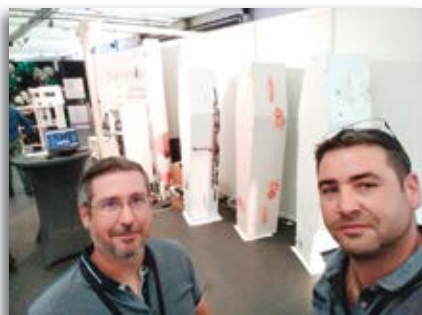
**Frédéric Decorte :** Sortir pour rencontrer. Le client est notre priorité. C'est un petit événement, mais le contact avec le professionnel nous est cher. C'est nos clients qui nous inspirent et nous donnent l'oxygène pour créer. À la fois, c'était également l'occasion de montrer nos nouveautés.

**Résonance :** Quel a été votre ressenti vis-à-vis de ce quatrième millésime ?

**FD :** Positif. Des exposants bien équilibrés et un visitorat comme les autres éditions. Au niveau des exposants, il manque encore quelques secteurs d'activité. En ce qui concerne les visiteurs, il y a toujours du progrès possible. Bien que ce soit un salon régional, il y a des innovations et nouveautés à découvrir... et des affaires possibles.

**Résonance :** D'un point de vue commercial, ce salon vous a-t-il permis d'atteindre de nouveaux clients et a-t-il été apporteur d'affaires pour votre entreprise ?

**FD :** Certes, nous avons accueilli de nouveaux professionnels, et nous travaillons pour en récolter les fruits dans les prochaines semaines.



Stand CJ créations funéraires.

## CJ créations funéraires : quatre questions à Christophe Bouchenoire



**Résonance :** Dans ce contexte si particulier avec en toile de fond une crise sanitaire qui perdure, quelles sont les principales raisons et/ou motivations qui vous ont amenés à participer à cette nouvelle édition du SPFGS Toulouse ?

**Christophe Bouchenoire :** L'envie de nous faire connaître, d'échanger avec des acteurs du secteur, présenter nos produits à un plus grand nombre de professionnels.

**R :** Quel a été votre ressenti vis-à-vis de ce quatrième millésime ?

**CB :** Nous concernant, nous avons eu beaucoup de visites sur notre stand, nous avons fait de belles rencontres avec d'autres exposants, ce qui fut très enrichissant.

... des signatures de devis, des prises de contacts positifs et beaucoup d'intérêt pour nos cercueils.



Stand Decorte Graphics.

C'est une équipe qui met tout en œuvre pour que le salon soit une réussite.

**Résonance :** Pour conclure, auriez-vous des attentes particulières pour la prochaine édition ?

**FD :** Bravo à l'organisation. C'est une équipe qui met tout en œuvre pour que le salon soit une réussite. Et je pense que cette équipe fera tout pour faire progresser cet événement. Plus d'exposants et plus de visiteurs, c'est possible, car Toulouse est au centre de l'Occitanie et du Sud de l'Aquitaine.

### AJA Confection : quatre questions à Alexandre Pigache



**Résonance :** Dans ce contexte si particulier avec en toile de fond une crise sanitaire qui perdure, quelles sont les principales raisons et/ou motivations qui vous ont amenés à participer à cette nouvelle édition du Salon Professionnel Funéraire Grand Sud (SPFGS) Toulouse ?

**Alexandre Pigache :** Notre motivation est portée sur l'aspect convivial de ce salon, c'est la troisième édition à laquelle nous participons. L'événement est devenu pour AJA Confection un indispensable, il nous permet de retrouver nos clients et de faire des nouveaux contacts.

**R :** Quel a été votre ressenti vis-à-vis de ce quatrième millésime ?

**AP :** Une légère augmentation des exposants nous laisse penser que ce salon deviendra, espérons-le, "un incontournable".

**R :** D'un point de vue commercial, ce salon vous a-t-il permis d'atteindre de nouveaux clients et a-t-il été apporteur d'affaires pour votre entreprise ?

**AP :** Nous ne mettons jamais la barre très haut, donc, oui, objectifs atteints. Nous avons présenté notre nouvelle commerciale sur le secteur Sud-Ouest et établi de nouveaux contacts.

**R :** Pour conclure, auriez-vous des attentes particulières pour la prochaine édition ?

**AP :** Voir une augmentation des fournisseurs pour la prochaine édition serait apporteur de nouveaux clients. De plus, choisir les dates de salon en fonction de la finale du top 14 afin d'assister au départ des joueurs du stade toulousain serait encore plus formidable !

### Tanquillite.fr : quatre questions à Teddy Bredelet

tranquillite.fr

Apporte de la sérénité à votre famille

**Résonance :** Dans ce contexte si particulier avec en toile de fond une crise sanitaire qui perdure, quelles sont les principales raisons et/ou motivations qui vous ont amenés à participer à cette nouvelle édition du SPFGS Toulouse ?

**Teddy Bredelet :** tranquillite.fr fête son premier anniversaire, quoi de mieux que de participer à un salon pour fêter cet événement. Ce fut l'occasion de rencontrer plusieurs professionnels et partenaires en vrai... Du fait de la Covid-19, tous nos échanges ont eu lieu par visioconférence ou téléphone.

**R :** Quel a été votre ressenti vis-à-vis de ce quatrième millésime ?

**TB :** Je suis heureux d'avoir participé à cette 4<sup>e</sup> édition. L'ambiance y est familiale et les échanges chaleureux. J'ai pu prendre le temps de vraiment échanger avec les visiteurs, de faire connaissance et de partager mon parcours et mon histoire qui est à l'origine de mes projets, que ce soit tranquillite.fr ou mon podcast nommé VIVANT.

**R :** D'un point de vue commercial, ce salon vous a-t-il permis d'atteindre de nouveaux clients et a-t-il été apporteur d'affaires pour votre entreprise ?

**TB :** Oui, en effet, de nombreux partenariats ont été signés dans les jours qui

... objectifs atteints.  
Nous avons présenté notre nouvelle commerciale sur le secteur Sud-Ouest et établi de nouveaux contacts.

Stand AJA Confection.



... de nombreux partenariats ont été signés dans les jours qui ont suivi ce salon, et quelques-uns sont encore à venir.



Stand Capitonages de l'Ouest.

Nous sommes  
très satisfaits  
de la qualité des échanges  
que nous avons eus  
avec les visiteurs.

ont suivi ce salon, et quelques-uns sont encore à venir. L'humain est au cœur de notre métier et je suis heureux de partager ces valeurs avec ces nouveaux partenaires.

**R :** Pour conclure, auriez-vous des attentes particulières pour la prochaine édition ?

**TB :** Je dirais que j'ai simplement hâte de participer à la prochaine édition.

## Capitonage de l'Ouest : quatre questions à Nelly Leclerc



### CAPITONNAGES DE L'OUEST

**Résonance :** Dans ce contexte si particulier avec en toile de fond une crise sanitaire qui perdure, quelles sont les principales raisons et/ou motivations qui vous ont amenés à participer à cette nouvelle édition du SPFGS Toulouse ?

**Nelly Leclerc :** Nous devons y participer pour renouer le contact avec les professionnels et encourager des salons régionaux. Il était important pour nous de présenter nos nouveaux produits et d'en discuter de vive voix, le salon de Toulouse nous a tous rassemblés entre exposants et visiteurs et nous en avons bien besoin.

**R :** Quel a été votre ressenti vis-à-vis de ce quatrième millésime ?

**NL :** Les visiteurs sont venus nombreux avec des projets concrets pour 2022, des jeunes créateurs(trices) d'entreprises qui sont venus se renseigner, observer pour développer leur société de pompes funèbres avec une vision un peu différente "d'avant-Covid-19" ; ils réfléchissent à un accueil des familles plus personnalisé et à une gamme de produits très ciblée dans le respect de l'environnement.

**R :** D'un point de vue commercial, ce salon vous a-t-il permis d'atteindre de nouveaux clients et a-t-il été apporteur d'affaires pour votre entreprise ?

**NL :** Nous sommes très satisfaits de la qualité des échanges que nous avons

eus avec les visiteurs. Plusieurs projets vont se concrétiser l'année prochaine, avec cette période, les pompes funèbres restent prudentes pour leurs investissements. Les beaux produits de qualité, fabriqués en Bretagne, par du personnel qualifié, sont un critère auquel les professionnels ont été encore plus sensibles qu'auparavant, nous sommes encouragés dans notre démarche qualitative.

**R :** Pour conclure, auriez-vous des attentes particulières pour la prochaine édition ?

**NL :** Qu'il y ait de plus en plus de visiteurs et d'exposants de toutes régions, j'ai constaté que quelques visiteurs venaient des régions Nord et Est de la France, c'est encourageant pour la prochaine édition.

## Funéprint : quatre questions à Claude Pasquier



**Résonance :** Dans ce contexte si particulier avec en toile de fond une crise sanitaire qui perdure, quelles sont les principales raisons et/ou motivations qui vous ont amenés à participer à cette nouvelle édition du SPFGS Toulouse ?

**Claude Pasquier :** Un salon est un moment d'échange et de découverte, et cela reste le moment privilégié qui permet de pérenniser une relation étroite client/fournisseur. En effet, Funéprint ne vend pas de stocks de registres, de boîtes... mais fait du sur-mesure pour tous ses clients. La pompe funèbre n'achète plus un registre ou un volume, mais crée son registre, son coffret... qui correspondent parfaitement à l'ambiance et à l'image de la pompe funèbre ; le registre devient un outil avec une valeur ajoutée en communication qui permet à nos clients de se différencier de la concurrence... Notre offre est unique et originale, alors notre présence sur un salon nous permet de prendre le temps d'expliquer notre originalité et l'étendue de nos possibilités.

**R :** Quel a été votre ressenti vis-à-vis de ce quatrième millésime ?

**CP :** Nous avons été agréablement surpris lors de notre arrivée par le nombre ainsi que la représentation des exposants... et l'excellente ambiance qui régnait déjà.

## Le Salon Grand Sud a pris ses marques et arrive à maturité.

Prémices d'un bon salon qui s'est confirmé le lendemain avec un déplacement de visiteurs de qualité.

**R :** D'un point de vue commercial, ce salon vous a-t-il permis d'atteindre de nouveaux clients et a-t-il été apporteur d'affaires pour votre entreprise ?

**CP :** Funéprint est une TPE et notre outil, partagé avec nos clients, est notre site Internet, alors c'est avec beaucoup d'impatience que nous attendions un nouveau salon pour mettre des visages sur des prénoms et des voix. Nous étions également quelque peu fébriles, car Funéprint a posé ses locaux en

Occitanie, et c'est avec beaucoup de chaleur et d'intérêt que nous avons été accueillis par nos visiteurs.

Nous avons partagé beaucoup de projets humains, de projets d'entreprises, de logos et de nouvelles lignes graphiques à créer et à projeter pour cette nouvelle édition.

Au pied du stade, essai transformé !

**R :** Pour conclure, auriez-vous des attentes particulières pour la prochaine édition ?

**CP :** Le Salon Grand Sud a pris ses marques et arrive à maturité. C'est une date qui s'ancre sur le calendrier. À l'année prochaine.



Stand Pelmat Est.



Stand Funeral Stores.



Stand IFRES.



Stand ei Groupe Eclipse ISTECS.



Stand Braumat.



Stand Comminges Fleurs.



Stand Les Ateliers de Montredon.