



MÉMOIRE TECHNIQUE

Développement commercial du service

2.3

DÉVELOPPEMENT COMMERCIAL



SOMMAIRE

Table des matières

1 – Ambition de développement du service	3
2 - Les actions de communication et de promotion du service	5
2.1 Communication auprès du grand public	5
2.2 Communication auprès des professionnels de pompes funèbres.....	5
2.3 Communication auprès des familles	6
2.4 Communication auprès des établissements de soins	6
2.5 La plaquette de présentation du crématorium.....	6
2.6 Création d'un site internet dédié au crématorium et à ses services	7
2.7 Renfort de la neutralité.....	9
2.8 Qualité d'accueil et certification	9
2.8.1 Être le maillon indispensable de la chaîne d'organisation des obsèques.....	10
2.8.2 Accessibilité au site funéraire	10
2.8.3. Plaquette du crématorium	10
2.8.4 Plaquette des salles de retrouvailles	10
2.8.5 Certification environnementale ISO 14001 dans un crématorium	11
3 - Le développement de la location des salles de retrouvailles	13
3.1 Fonctionnement de réservation	13
3.2 Un service traiteur	15
4 - Moments partagés... « Comité d'éthique » « Journée Portes Ouvertes » « Temps de Mémoire » « Commémoration Covid-19 »	17
4.1 Le comité d'éthique	17
4.2 Création d'une journée portes ouvertes	18
4.3 Le temps de mémoire	18
4.4 Création d'un temps des décès de la période du Covid-19.....	19
4.5 Une fleur une crémation	19
5 – Tarification des activités commerciales associées	21



Cette note correspond à l'Annexe 17 du contrat de DSP

L'ambition principale du Groupe OGF aux côtés de Dijon Métropole est de développer la fréquentation du crématorium tout en proposant une qualité de service exemplaire pour les familles et les opérateurs funéraires.

Pour cela, OGF souhaite s'appuyer sur son expérience de gestion de crématoriums, sur l'accompagnement des familles endeuillées aux côtés de Dijon Métropole. Nous devons avoir la faculté quotidienne de répondre précisément à chaque besoin des familles.

Afin de développer les services du crématorium, et renforcer l'identité du crématorium de Dijon Métropole, il sera mis en place plusieurs actions de communication et de promotion.

1 – Ambition de développement du service

La mise en place du nouveau contrat sera accompagnée d'une démarche de **communication « globale »** qui permettra, en accord avec Dijon Métropole, de promouvoir les évolutions immédiates au crématorium.

Choix d'un nom et d'une identité de marque :

A chaque renouvellement de DSP, le crématorium de Dijon Métropole change de nom. Nous avons accentué nos réflexions afin qu'un nom devienne une identité de marque pour le crématorium. Un des facteurs clé de succès d'une bonne communication est une identité comprenant un nom et un logo. Cette marque doit être porteuse de valeurs humaines en créant une notoriété régionale et national à travers une image qualitative d'un service public exemplaire.

Des pistes de recherches et de recommandations ont été argumentées par l'agence de communication TempsRéel.

Le travail en collaboration avec TempsRéel a mis en avant de nouveaux enjeux vecteurs de communication permettant :

- De valoriser un équipement public se présentant sous un nouveau jour au terme d'un important chantier d'extension et de rénovation,
- D'accompagner l'évolution des pratiques funéraires en améliorant la communication auprès des familles et des opérateurs funéraires,
- De mettre en avant des valeurs fortes, partagées par les équipes du crématorium, pour l'accompagnement du deuil des vivants,

- De renforcer l'opportunité pour Dijon Métropole d'explorer l'idée d'un nom de marque, générateur de visibilité et de transparence. Aujourd'hui peu de crématorium en France portent un nom de marque. La plupart sont désignés sous l'appellation : *Crématorium de + Nom de la ville ou du territoire*

Une approche juridique a été réalisée par l'accompagnement du cabinet JURISPATENT, conseillé en propriété industrielle et spécialiste des noms des marques.

Ainsi, suite à un travail commun nous avons choisi le nom suivant :

Odyssey

« Odysée » faisant référence au voyage et « is » aux services

L'identité visuelle choisie pour Odyssey :



Ce nom, cette marque, le nom de domaine déposé, tous ces outils associés seront propriété de Dijon Métropole et considérés comme biens de retour à la fin de cette délégation de service public.



2 - Les actions de communication et de promotion du service

Afin de développer les services du crématorium de Dijon Métropole, OGF envisage les opérations de communication ci-dessous.

2.1 Communication auprès du grand public

Un communiqué de presse sera préparé, conjointement avec le service presse de Dijon Métropole, afin de promouvoir les nouveaux enjeux du crématorium, son nom et ses services associés.

Cette communication permettra une information plus générale aux habitants de Dijon Métropole.

Nous encourageons le délégant d'appuyer cette communication en passant également par le service presse interne pour une information dans le magazine, Dijon Métropole.

2.2 Communication auprès des professionnels de pompes funèbres

Dès le mois de janvier 2022, une présentation aux professionnels du funéraire sera réalisée en soirée afin de permettre à ces derniers de pouvoir se libérer de leurs obligations professionnelles.

À cette occasion, les changements leurs seront présentés et un échange de questions-réponses aura lieu.

Un dossier complet comprenant les numéros de téléphones utiles (réservations, permanences, etc.), le règlement intérieur, les horaires disponibles, les tarifs et une fiche de réservation sera remis à chaque professionnel. L'information leur sera donnée sur la création de deux nouvelles plaquettes. La plaquette du crématorium, mais aussi la plaquette spécialisée sur les services traités proposés au crématorium. Ces derniers documents pourront être remis directement à la famille qui pourra appeler elle-même le crématorium au minimum 48 heures avant le jour de la crémation.

Cette action pourra être reconduite si besoin de clarifier certaines actions.

Par ailleurs, les opérateurs funéraires seront sollicités pour s'associer, s'ils le souhaitent, aux "journées du souvenir" (Temps de Mémoire), et au "Comité d'éthique", décrits ci-



après dans le plan de communication pendant les cinq années de la durée de cette nouvelle délégation de service public du crématorium.

2.3 Communication auprès des familles

La communication auprès des familles passera dans un premier temps par les articles de presse. Malgré une communication par toujours facile, il est primordial de communiquer sur les services qu'offrira le crématorium de Dijon Métropole à compter de janvier 2022. Tous les habitants, tels qu'ils soient, doivent connaître l'intérêt que porte les élus mais aussi le personnel de Dijon Métropole dans le choix de leur délégataire afin qu'en découlent des services et des bâtiments de très hautes qualités.

2.4 Communication auprès des établissements de soins

La communication auprès des hôpitaux, cliniques privées, mais aussi des Ephaad peuvent être un atout pour faire découvrir le site funéraire dans son ensemble. Nous proposons, conjointement avec Dijon Métropole de nous rapprocher de ces instances de soins afin que les familles appréhendent les derniers moments plus sereinement, mais aussi que les accompagnants expliquent davantage un lieu qu'ils connaissent.

Un groupe Deuil Périnatal peut être envisagé. Il s'agit de la création d'un groupe autour du deuil périnatal. Que les parents prennent en charge ou non les obsèques d'un bébé mort-né, nous pouvons et nous devons aider ces moments douloureux. Autour d'une table de réunion, lors de la visite d'un site (morgue, crématorium, etc.) se réunissent plusieurs professionnels de santé et associations mais aussi de fin de vie sur un sujet délicat mais portant toute l'attention des personnes présentes « le décès d'un enfant ».

2.5 La plaquette de présentation du crématorium

La mise à disposition de plaquettes qui présentent les services proposés au crématorium et les différents choix offerts aux familles quant à la destination des cendres et à la réservation des salles de retrouvailles.

Une présentation des salles de cérémonies et de ses espaces configurés mis à la disposition des familles sera intégrée dans la plaquette du crématorium.

Cette plaquette qui a pour but de répondre au besoin d'information des familles sera destinée bien entendu aux familles, mais aussi aux entreprises mandataires des familles.

Enfin, elle comportera le plan d'accès au crématorium, ce qui contribuera à faire connaître utilement le site.

La plaquette sera créée à l'effigie de la charte graphique de la société dédiée, assortie à la plaquette de la salle de retrouvailles mais aussi au site internet dédié du crématorium.

2.6 Création d'un site internet dédié au crématorium et à ses services

La recherche d'informations sur Internet évolue à mesure que les moteurs de recherche se perfectionnent, se diversifient, offrent de nouvelles fonctionnalités, etc.

Internet est également devenu une vitrine, un outil permettant la promotion de l'activité même pour les établissements publics.

Avec un taux de crémation national en nette évolution, dire que la crémation est devenue un mode de sépulture incontournable pour les Français est une évidence. Malgré cela, les interrogations les plus fréquentes sur la crémation ne sont pas toujours satisfaites.

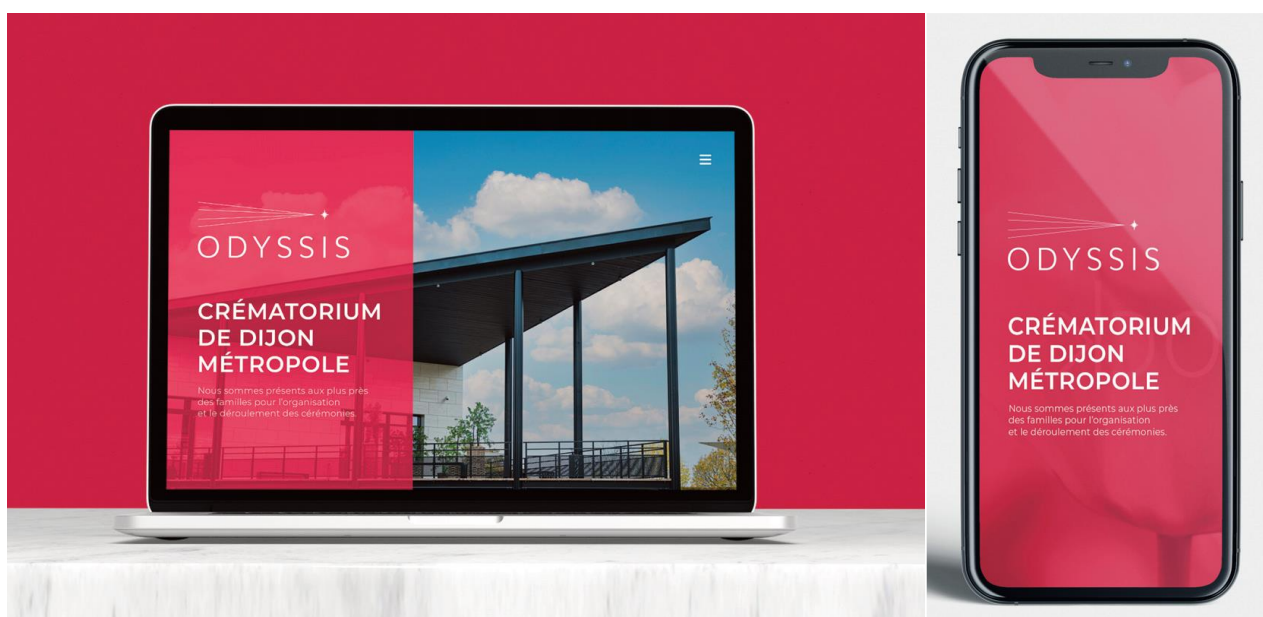
Pour répondre entre autres à ces points, le Groupe OGF propose de créer un site Internet entièrement dédié au crématorium de Dijon Métropole.

Ce site sera accessible par tous les moteurs de recherche et recensera la plupart des points utiles, à savoir :

- La visite interactive des locaux intérieurs ;
- Les informations pratiques tels que les horaires, le plan d'accès, la plaquette du crématorium, les tarifs, le règlement intérieur ;
- La liste des pompes funèbres habilitées ;
- Les documents obligatoires à l'affichage au crématorium ;
- Des informations sur la réalisation des cérémonies : le déroulement, ainsi qu'un choix de textes, de morceaux de musiques ou de passages vidéo ;
- Des informations sur la destination des cendres ;
- L'actualité du crématorium, comme les dates du Temps de Mémoire ;
- La bibliothèque et sa liste de livres à consulter ou à acheter pour aider les familles endeuillées ;
- Le Temps de Mémoire en explication et en image ;
- Des données sur la crémation en France
- La législation funéraire au sujet des crématoriums ;
- La transversalité avec l'autorité délégante, lien entre les deux sites internet ;

- Des liens partenaires, tels que des associations crématises, d'accompagnement au deuil, certaines institutions, le site de Dijon Métropole.

Enfin, le site internet, dédié **uniquement** au crématorium du Grand Dijon garantie une exposition supplémentaire comparé aux autres crématoriums des alentours non équipés de site internet.



Plan de communication

- Amélioration continue de notre qualité de service,
- Prise en compte chaque interlocuteur, les familles mais aussi les professionnels du funéraire,
- Création d'un site internet dédié au crématorium et à ses services,
- Création de plaquettes,
- Temps de mémoire,
- Journée Portes ouvertes
- Création d'une commémoration Covid-19

La promotion du service permet une identification forte des valeurs d'un Service Public de référence.

Le plan de communication proposé ci-dessus, sera validé entre le délégant et le délégataire. Ces outils, ce nom de marque et les produits associés feront intégralement partie des biens de retour à Dijon Métropole.

2.7 Renfort de la neutralité

Les opérateurs funéraires qui sont amenés à organiser les obsèques seront écoutés puis rencontrés par le responsable du crématorium afin de leur présenter les services qui leurs sont apportés. Leur fidélisation, permettra de garantir une activité toujours soutenue au crématorium en leur apportant notamment les services suivants :

- Libre choix de réaliser les cérémonies ou bien d'en confier l'organisation au crématorium en respectant scrupuleusement la neutralité ;
- Mise à disposition d'un maître de cérémonie ;
- Choix du créneau horaire de crémation disponible (égalité de traitement), tous les opérateurs funéraires pouvant avoir accès en temps réel au planning du crématorium.

2.8 Qualité d'accueil et certification

La qualité d'accueil et des cérémonies permet d'assurer la notoriété de l'établissement et c'est notamment la raison pour laquelle la Certification de services Qualicert® est si importante. De même, les actions de mesure de la qualité et de la satisfaction des familles (questionnaires enquêtes de satisfaction INIT, Comité d'éthique auquel pourront participer les opérateurs funéraires) permettent une amélioration constante. Afin de compléter le dispositif pour les opérateurs funéraires, un questionnaire de satisfaction spécifique leur sera envoyé.



2.8.1 Être le maillon indispensable de la chaîne d'organisation des obsèques

Le responsable du crématorium aura, dans ces missions, la promotion du crématorium auprès des professionnels de la santé, des techniciens et cadres administratifs des services municipaux, des représentants du culte, des associations...

2.8.2 Accessibilité au site funéraire

Après les efforts effectués par Dijon Métropole sur l'accessibilité au site funéraire, grâce à son nouveau carrefour, à sa nouvelle adresse, 100 rue Pierre de Coubertin, et à ses aménagements de parking, OGF souhaite s'inscrire dans ce suivi de fonctionnement. Nous faciliterons la venue des familles au crématorium grâce au nouveau site internet dédié, une page sera consacrée à l'itinéraire permettant d'y accéder, à l'aide d'un plan, d'indications d'itinéraires selon les provenances et des coordonnées GPS. Un lien hypertexte permettra de se rendre sur un site de cartographie.

2.8.3. Plaquette du crématorium

Les informations principales seront inscrites sur les « plaquettes d'information » qui seront mises à disposition des opérateurs funéraires et des familles.

2.8.4 Plaquette des salles de retrouvailles

Les informations indispensables pour toute réservation seront mentionnées sur la plaquette d'information des salles de retrouvailles. Elles seront mises à disposition des opérateurs funéraires, des familles et d'associations aidantes au cheminement du deuil et à l'accompagnement de fin de vie.

2.8.5 Certification environnementale ISO 14001 dans un crématorium

La démarche de certification ISO 14001 s'articule autour d'une série d'exigences visant à limiter et à maîtriser les impacts d'une activité sur l'environnement par la construction d'un système de management environnemental (SME). Le principe repose sur le processus d'amélioration continue qui assure une maîtrise des impacts environnementaux du crématorium à long terme en améliorant continuellement ses performances environnementales. C'est une norme internationale dont l'application est mise en œuvre dans le cadre d'une démarche volontaire.

Les crématoriums ont un impact sur l'environnement par l'énergie consommée, les déchets générés et leurs rejets atmosphériques. Bien que des actions soient mises en place pour limiter ces impacts, la crémation reste considérée, à tort, comme une activité polluante. La mise en place d'une démarche de certification ISO 14001 va permettre de mettre en cohérence ces actions, de sensibiliser l'ensemble des collaborateurs et des parties prenantes que sont les opérateurs funéraires, les prestataires et plus largement tout usager de l'établissement, et ainsi initier un système de gestion de l'environnement efficace.

Les enjeux sont multiples car, en plus de diminuer les impacts environnementaux de l'activité, cette démarche est un outil d'aide à la décision qui débouche sur une amélioration de l'environnement de travail et, bien souvent, sur une réduction des coûts. C'est aussi un avantage stratégique puisque le choix des familles et des opérateurs funéraires tend à s'orienter vers des établissements plus vertueux. Aussi, dans son volet « situations d'urgence », la norme couvre indirectement certaines exigences du domaine de la sécurité, prévenant et limitant ainsi les accidents qui pourraient avoir un impact sur la santé humaine en de l'environnement. Enfin, la norme ISO 14001 exige l'assurance d'une veille constante de la réglementation environnementale.

Ainsi, les premières actions sont orientées vers une réduction des pollutions, un état des lieux de la réglementation environnementale en vigueur (locale, nationale, européenne), une amélioration de la gestion des déchets, une optimisation de la consommation énergétique et une sensibilisation accrue du personnel afin qu'il puisse participer et s'impliquer plus facilement.

La mise en place d'une telle démarche est mobilisatrice de temps, de moyens humains et financiers. En effet, sur une année de déploiement, ½ ETC est dédié à cette mission, en plus de l'implication au quotidien de l'ensemble de l'équipe locale et de leur manager. La construction du SME se divise ainsi en 3 grandes étapes :

- Une analyse environnementale détaillée des impacts et des exigences légales débouchant sur des objectifs et cibles listés dans un Programme de Management Environnemental (3 mois),

- La mise en œuvre du programme en parallèle des formations du personnel, de la communication et de la maîtrise opérationnelle et documentaire (6 mois),
- La vérification qui passe par une surveillance et un suivi des impacts, les réponses aux non-conformités ainsi que les vagues d'audits annuels (3 mois).

Un accompagnement par un organisme spécialisé est nécessaire lors du déploiement. Au terme de ce dernier, le crématorium peut alors prétendre à obtenir sa certification ISO 14001 au travers d'un audit réalisé par un organisme accrédité.

MISE EN PLACE DE LA DÉMARCHE DE CERTIFICATION ISO 14001 DANS UN CRÉMATORIUM



$$\text{Année 1} = \frac{1}{2} \text{ ETC} + 10.000 \text{ €} + 6.100 \text{ €}$$

$$\text{Années 2 \& 3 (7 \& 8 \dots)} = \frac{1}{2} \text{ ETC} + 4.700 \text{ €}$$

$$\text{Années 5 \& 6 (9 \& 10 \dots)} = \frac{1}{2} \text{ ETC} + 6.100 \text{ €}$$

Développement du service

- Neutralité de fonctionnement ISO 14001
- de présentation du crématorium et des salles de retrouvailles

3 - Le développement de la location des salles de retrouvailles

En partenariat avec Dijon Métropole, nous allons promouvoir la location des salles de retrouvailles. Ce développement passe par la plaquette d'informations, d'une information systématique auprès des opérateurs funéraires. Notre objectif est que d'ici quelques années, une famille sur deux, profite de ce moment convivial auprès de ses proches à l'issue de la cérémonie d'adieu. Ces réservations doivent entrer dans les habitudes et le rituel de la crémation au crématorium de Dijon Métropole.

Pour accentuer ce développement nous proposerons une plaquette et un site internet appuyés sur une bonne communication. Notre objectif premier dans cette délégation est de doubler le nombre de locations de ces salles.

Le responsable du crématorium a dans ses missions principales le développement de la location de ces salles de retrouvailles. Accompagné de son équipe, mais aussi des managers du Groupe, il devra tout mettre en œuvre pour garantir d'attractivité de ces salles mais aussi faire connaître ce nouveau service qualitatif proposé sur le site funéraire de Dijon Métropole.

3.1 Fonctionnement de réservation

Location de salle seule en fonction des critères ci-après :

Temps/salles	½ salle Romarin	½ salle Romarin	Salle entière Romarin
	Romarin 60 pers maxi	Romarin 90 pers maxi	Romarin 180 pers maxi
45 mn			
60 mn			
90 mn			

Le temps de réservation inscrit dans le planning ci-dessus est à titre indicatif le temps écoulé par la famille sur place. Le nettoyage avant et après ces locations sera effectué par le personnel du crématorium.

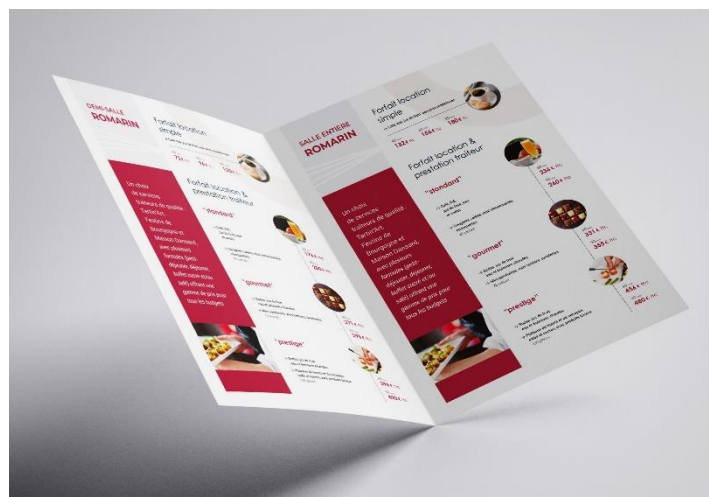
Les ½ salles Romarin peuvent être occupées en simultané par deux familles. Ces locations de salles faisant suite aux cérémonies sur le site, nous organiserons les entrées en décalage afin de limiter le croisement des familles.

Nos équipes accompagnées de près par leurs managers, sont aptes à prendre les réservations, expliquer, vendre le service, accueillir, conduire et accompagner les familles avec ou sans traiteur, en simultané dans les salles de convivialité.

Nous confirmons que la réservation de la salle complète sera un réel atout de prestance et de qualité pour les familles.

La location de salle simple, correspond à la prestation détaillée suivante :

- Accueil en salle par un membre du personnel du crématorium,
- Visite des lieux et explication à la personne responsable de la famille,
- La fin du temps de location sera donné délicatement, par l'agent du crématorium si ce dernier s'aperçoit que la famille ne se prépare pas à quitter les lieux 10 mn avant l'horaire de fin de prestation. Nos Maîtres de cérémonies sont formés afin de gérer le temps des obsèques à la place des familles qui doivent pouvoir profiter pleinement du temps de retrouvaille avec leurs proches.
- Boissons chaudes composées de café et thé gratuits,
- Boissons fraîches composées de jus de fruits et eau gratuits,
- Des madeleines en encas simple gratuites,
- Le nettoyage entre chaque famille, effectué par le personnel du crématorium ainsi que la remise en place de la salle.



3.2 Un service traiteur

Un service traiteur sera déployé afin que les familles aient un service clé en main. Trois traiteurs ont été retenus pour entrer en négociation avec le délégataire afin d'offrir aux familles diverses formules :

- TARTIN'ART
- FESTINS DE BOURGOGNE
- MAISON DANSARD

Retrouvez nos formules sur une pré-plaquette qui permettra aux familles de se repérer dans un contexte particulier. Notre personnel sera particulièrement à l'écoute du public, mais aussi accompagnera les familles dans leur choix grâce à des conseils très professionnels.

L'un des objectifs de la nouvelle responsable du crématorium est le développement de ces prestations de retrouvailles pour les familles.

Un projet de plaquettes de présentation des services proposés aux familles est annexé à ce dossier afin de mettre en avant des propositions qui se concrétiseront après de nouvelles négociations avec les traiteurs.

TARTIN'ART
boulangerie & gastronomie nomade

Festins



Une plaquette de présentation des services proposés aux familles est annexée à ce dossier afin de mettre en avant des propositions qui se concrétiseront après de nouvelles négociations avec les traiteurs.

Quatre solutions sont proposées aux familles :

- Location simple
- Prestation Standard
- Prestation Gourmet
- Prestation Prestige

Les prestations plus détaillées seront dans la plaquette en pièce jointe à cette note mais également dans un tableau en fin de dossier.

Une attention particulière sera développée sur les réservations des salles de retrouvailles

2 possibilités de location :

- Location salle seule,
- Prestation traiteur avec en sus la location de la salle

3 gammes de prestations traiteurs :

- Standard
 - Gourmet
 - Prestige
-

4 - Moments partagés... « Comité d'éthique » « Journée Portes Ouvertes » « Temps de Mémoire » « Commémoration Covid-19 »

4.1 Le comité d'éthique

Son organisation... Le comité d'éthique est normalement organisé par le délégant, il est composé de représentants de l'autorité délégante, de représentants des associations crématisistes et de responsables du Groupe OGF en tant que délégataire du crématorium. Cette commission est souvent élargie aux représentants des cultes, aux responsables d'associations familiales, aux personnels soignants et à des entreprises de pompes funèbres.

Sa fréquence... Annuelle ou semestrielle, selon les sujets.

Son objectif... Ces réunions encouragent chacun des acteurs de la crémation à réfléchir sur l'amélioration de la qualité du service délivré aux familles.

Les axes de travail de cette commission sont nombreux.

Ces réunions sont l'occasion pour le gestionnaire d'établir le bilan qualitatif de l'activité du crématorium en présentant notamment chacune des observations formulées par les familles au cours de la période écoulée ou les difficultés rencontrées lors de l'exécution du service. Les réponses apportées aux familles et les solutions à mettre en place seront étudiées collégalement.

L'amélioration de la qualité du service rendu aux familles doit être au cœur des réflexions. La multiplicité des approches (personnel soignant, religieux...) rassemblées dans ce comité devrait permettre de répondre aux attentes des familles en partageant l'expérience de chacun.

4.2 Création d'une journée portes ouvertes

Son organisation... Elle permettrait de démystifier la mort, la crémation, de faire découvrir le respect d'entretien des locaux et par le délégant et par le délégataire, qui permet aux familles de marquer le respect qui est apporté aux défunts. Cela permettrait de démontrer que l'inversion de cendres ne peut pas avoir lieu, etc.

Sa fréquence... Annuelle, la date serait à définir, mais pourrait être en même temps que les portes ouvertes des cimetières, weekend de Pentecôte ?

Son objectif... Cette journée viserait les visites du grand public du crématorium. Nous pourrions l'accompagner d'une conférence à titre indicatif.

4.3 Le temps de mémoire

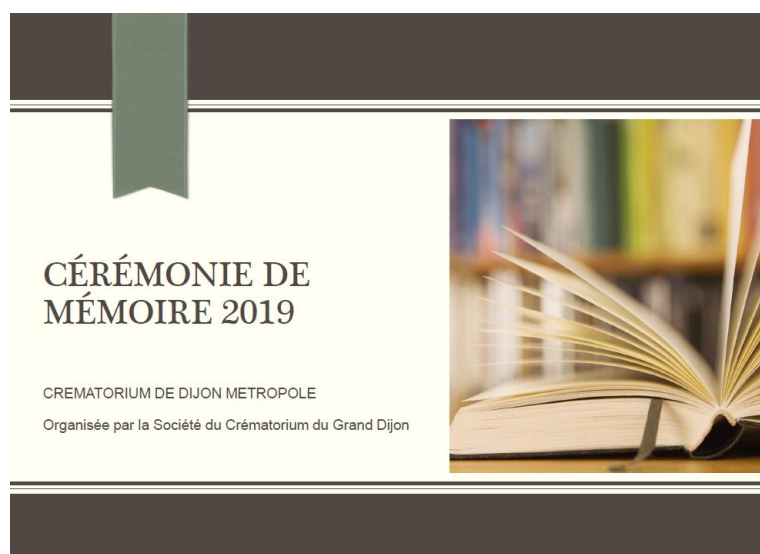
Son organisation... Le temps de mémoire est une cérémonie laïque en mémoire des défunts disparus dans l'année. Entre 200 et 300 personnes répondent présentes tous les ans, et certaines familles reviennent régulièrement.

Quelques morceaux de musique joués entre des textes, des intervenants, des discours d'association, sans oublier la présence des représentants de Dijon Métropole. Parfois un chanteur ou chanteuse, fait du bien aux personnes présentes, dans le choix des textes, mais aussi des témoignages. Un thème peut être choisi et un livret peut être remis à la demande des familles en souvenir de ce moment de partage et d'écoute. Un geste fort et réconfortant est tous les ans préparés afin que chaque personne présente puisse mettre selon sa volonté, un mot, un texte, un prénom...

Un livret peut être édité afin de suivre le cérémonial, mais aussi de conserver ce souvenir qui nous rapproche moralement de nos proches disparus.

Sa fréquence... Annuelle, 2^{ème} weekend de novembre est la date proposée.

Son objectif... La création d'un moment de recueillement en mémoire d'une personne proche décédée dans l'année. Ce moment permet de se regrouper en famille, de venir seul, ou de faire des rencontres autour d'un même évènement, lors du verre de l'amitié partagé en fin de cérémonie.



4.4 Création d'un temps des décès de la période du Covid-19

Cette idée est venue suite au manque de célébration ou d'absences de personnes aux obsèques pendant toute la durée de la pandémie Covid-19. Ce moment pourrait venir en aide à toutes ces familles. Un réel soutien ? Une attente des familles ? Nous pourrions avoir une réflexion à ce sujet lors du premier Comité d'éthique par exemple.

Son organisation... Il serait presque identique au temps de mémoire, et une œuvre pourrait être érigée à cette intention.

Sa fréquence... Annuelle. Il resterait à définir une date, mars ? mois du premier confinement, mai ? date des portes ouvertes dans les cimetières, autre proposition...

Son objectif... Le regroupement de familles ayant souffert d'avoir perdu un proche pendant cette dure période ou les cérémonies d'obsèques ont été restreintes et/ou impossibles.

4.5 Une fleur une crémation

Depuis octobre 2015, les familles Dijonnaise ayant enregistré une naissance dans l'année sont invités à planter un arbre sur le site du plateau de la Cras, à Plombières-lès – Dijon. 600 arbres ont été plantés et chaque année le dispositif est renouvelé.

Nous pensons que cette idée pourrait être retenue pour les défunts passés en crémation au crématorium de Dijon Métropole.

Après des calculs, des recherches et nos échanges avec le Jardin des Sciences cette étude nous a démontré qu'il n'était pas envisageable de procéder à la même gestuelle symbolique de plantation d'un arbre à chaque crémation. Par conséquent, souhaitant conserver un geste symbolique auprès des familles, nous proposons, en lien avec les familles du cimetière métropolitain, la plantation de fleurs sur une zone définie ensemble. Un accompagnement du Jardin des Sciences sera privilégié pour allier nos connaissances et expériences.



5 – Tarification des activités commerciales associées

Dépenses envisagées Groupe OGF	Dépenses (HT €)
MATERIEL	
Salles des retrouvailles Matériel à fournir : 2 machines à café Nespresso professionnelles, 2 réfrigérateurs professionnels fermer à clé (1 par 1/2 salle), une étuve	5 000.00 €
Site internet, plaquettes du site + plaquettes traiteur, QR Code...	18 000.00 €
Fauteuils roulants (x6)	4 000.00 €
SERVICE	
Retransmission en direct des cérémonies	10 000.00 €
Une fleur = Une crémation en partenariat avec Jardin des sciences	3 000.00 €
Wifi gratuit	3 000.00 €
TRAVAUX	
Travaux petite salle de cérémonie	80 000.00 €
Salle de pause OPF	800.00 €
Ecrans/Sono des 2 salles de cérémonies	30 000.00 €
Création de 2 auvents sur la partie technique + peinture des 3 portes extérieures	18 000.00 €
Création de 2 locaux extérieurs pour le stockage des réactifs	10 000.00 €
Création d'un SAS entre le hall et partie technique (porte)	2 000.00 €
MONTANT TOTAL	183 800.00 €



Salles des retrouvailles – tarifs

Poste	Location petite salle de convivialité			Location grande salle de convivialité			Commentaire
	45 min	60 min	90 min	45 min	60 min	90 min	
Location de la salle de convivialité € TTC	72.00 €	96.00 €	120.00 €	132.00 €	156.00 €	180.00 €	Chiffre d'Affaires OGF
Forfaits Traiteur Standard (40 pièces)	NA	80.00 €	80.00 €	NA	80.00 €	80.00 €	Règlement directement par la famille
Total € TTC Famille	72.00 €	176.00 €	200.00 €	132.00 €	236.00 €	260.00 €	Règlement directement par la famille
Forfaits Traiteur Gourmet (70 pièces)	NA	175.00 €	175.00 €	NA	175.00 €	175.00 €	Règlement directement par la famille
Total € TTC Famille	72.00 €	271.00 €	295.00 €	132.00 €	331.00 €	355.00 €	Règlement directement par la famille
Forfaits Traiteur Prestige (100 pièces)	NA	300.00 €	300.00 €	NA	300.00 €	300.00 €	Règlement directement par la famille
Total € TTC Famille	72.00 €	396.00 €	420.00 €	132.00 €	456.00 €	480.00 €	Règlement directement par la famille

Les propositions ci-dessus permettent aux familles de connaître le montant exact qu'elles auront à régler. Ces propositions sont adaptables en fonction des demandes des familles et de la taille de l'assistance.

En fin de première année d'exploitation, un bilan sera réalisé avec la Métropole et des évolutions des services pourront être mises en œuvre pour toujours s'adapter aux besoins et aux demandes des familles.