

# Memorio donne une seconde vie aux monuments funéraires

*L'entreprise Memorio a émergé en mai 2022 avec deux entrepreneurs et amis d'enfance à sa tête, Pierre Hilligot et Hadrien Castaing. Avec 657 000 personnes décédées en 2021, un chiffre en constante évolution en France.*

Temps de lecture : minute

---

1 août 2022

Résultat, de nombreuses startups s'y engouffrent. Memorio est la première marketplace de monuments et objets funéraires d'occasion. L'objectif de Memorio ? Offrir une seconde vie aux monuments en fin de concession et permettre aux particuliers d'acheter un monument à un prix plus abordable.

## Comment est née l'idée de Memorio ?

Alors qu'il vient rendre visite à son grand-oncle Roger et sa grande-tante Françoise au cimetière, Pierre se rend compte que la pierre tombale n'est plus là. Ce qui aurait pu ressembler à une mauvaise blague devient le point de départ d'une aventure entrepreneuriale. La concession étant arrivée à son terme, le monument funéraire avait en fait été vendu par la mairie. Une pratique tout à fait courante et légale en France, lorsqu'une famille ne prend plus en charge les frais d'une concession ou que celle-ci arrive à son terme. Le marché des monuments funéraires d'occasion existe donc depuis un certain temps, mais il n'avait jusqu'à présent jamais été structuré. En effet, le processus de vente de ces monuments funéraires d'occasion n'est pas normé et se fait au bon-vouloir de chaque commune. Dans la réalité, beaucoup de monuments sont stockés et

détruits, et quand les collectivités vendent, c'est pour les acquéreurs que se posent les difficultés. Pour les plus déterminés, la tâche n'est pas mince, ils doivent entreprendre eux-mêmes les démarches auprès des communes et s'occuper de trouver, transporter, personnaliser et repositionner le monument.

## Quelle est la solution ?

Memorio propose de normaliser ce marché, grâce à une plateforme digitale mettant en relation les collectivités ou entreprises souhaitant proposer des monuments et objets funéraires en fin de concession et les personnes à la recherche de monuments ou d'objets de seconde main. Grâce à un filtre de géolocalisation, les acheteurs ont la possibilité de choisir un monument à proximité. Avec une moyenne de 1600 décès par jour en France en 2020 (INSEE 2021), la demande de monuments funéraires est importante, mais représente malheureusement un investissement trop important pour de nombreuses familles françaises.

Selon Memorio, un monument funéraire neuf peut coûter entre 5000 et 10000 euros quand la plateforme en propose à 2000 euros tout compris. La startup propose une offre complète incluant le transport à prix négocié au niveau national et une offre de personnalisation via un réseau de marbriers partenaires. Pour les collectivités les bénéfices sont aussi multiples : un gain de place et des rentrées d'argent.



À lire aussi

Des robots-prêtres lancés pour faire baisser le prix des funérailles

## Quel est votre business model ?

Les collectivités fixent le prix de vente et Memorio ajoute une commission fixe. Pas d'impact donc sur les revenus des collectivités, qui plutôt que d'envisager Memorio comme un concurrent, peuvent le considérer comme un canal supplémentaire pour multiplier les chances de vendre. La plateforme ne demande pas l'exclusivité. Contrairement à des ventes en direct sur des sites comme le bon coin, ici, les acheteurs sont assurés de la provenance du monument et bénéficient des services d'enlèvement, de transport et de personnalisation.

## Comment se faire sa place dans un secteur si

## particulier ?

Malgré leur jeune âge, Pierre et Hadrien n'en sont pas à leur premier coup d'essai. Néophytes du funéraire, ils découvrent dans ce secteur un monde bienveillant et peu défriché. Avant le lancement de la marketplace, ils mettent toute leur énergie à comprendre et appréhender le fonctionnement et les différents enjeux. Ils doivent se faire connaître des collectivités, et assistent donc à des événements comme le salon des maires. S'appuyant sur une marketplace classique, ils ne jouent pas sur l'innovation produit mais sur l'innovation d'usage : les gens ne savent pas qu'on peut acheter des pierres tombales de seconde main.

## What's next ?

Après avoir été incubée chez 1kubator, la startup nantaise a intégré il y a 3 mois l'accélérateur Novapuls, qui les accompagnera notamment pour une levée de fonds prévue pour le premier semestre 2023. En attendant, Pierre, Hadrien et leur équipe se concentrent sur leur produit, pour en améliorer les fonctionnalités d'après leurs retours clients, notamment sur la personnalisation.