

Branża funeralna ma swoje trendy

data aktualizacji: 2019.11.12 autor: Justyna Napierała



Łukasz Koperski prowadzi dom pogrzebowy z synami i żoną. (Justyna Napierała)

Branża funeralna przechodzi zmiany, jakie są następstwem między innymi nowych technologii.

- Nasza firma jest duża z długoletnią tradycją jednak wciąż przyglądamy się nowinkom - mówi Łukasz Koperski, który wraz z rodziną prowadzi dom pogrzebowy z oddziałami w Mszczonowie, Żyrardowie, Grodzisku Mazowieckim i Warszawie.

Jakie są nowinki w branży?

Jak każda inna i funeralna przechodzi pewne zmiany.

- Byliśmy na wyjeździe służbowym w Norwegii - mówi Błażej Koperski.

- Okazało się, że tam firmy pogrzebowe nie zarabiają na trumnach, ubraniach czy urnach a na tworzeniu wydarzeń związanych z odejściem człowieka - podkreśla.

Koperscy zdecydowali się nawet wprowadzić usługę w Internecie, która pozwala na tworzenie wspomnień o zmarłym, jest to profil podobny do portalu społecznościowego.

- Na nim można zamówić także na przykład kwiaty z dostarczeniem na pogrzeb - dodaje Błażej Koperski.

W Norwegii dużą wagę przywiązuje się do przygotowania wydarzeń związanych z pożegnaniem zmarłego, są to przyjęcia, wieczorne spotkania, poczęstunek z filmikiem o życiu osoby, która odeszła.

Z pogrzebu można przeprowadzić transmisję w Internecie.

Wiadomo, że często rodzina rozsiana jest po całym świecie, dlatego taki rodzaj uczestnictwa jest dla wielu ważny, z uwagi niemożności wzięcia udziału w ceremonii na miejscu.

- Chcemy wprowadzać dodatkowe usługi - mówi Łukasz Koperski.

Przyznaje, że firma ma swoje kaplice, czyli miejsce pożegnania się ze zmarłym i miejsce modlitwy, gdzie trumna jest otwarta, ma też prosektorium w pełni wyposażone, spełniające wszelkie normy.

- Coraz częściej widzimy, że branża idzie w stronę nie wyłącznie organizacji pogrzebu a wydarzeń związanych ze śmiercią, tak by uczcić zwyczaj i pamięć o bliskiej osobie - dodaje Łukasz Koperski.

Źródło: <https://zyrardow.eglos.pl/aktualnosci/item/33817-branza-funeralna-ma-swoje-trendy>