



Sous la pression de la crise, le funéraire passe au low cost

Le secteur baisse ses prix et diversifie ses offres, notamment sur Internet

La loi n'est pas parvenue, en presque vingt ans, à faire chuter le prix des obsèques. La crise économique et Internet pourraient se montrer plus efficaces. Depuis environ un an, le marché du funéraire mute. S'y développe de toutes parts un discours sur les prix, en des termes empruntés à la grande distribution qui semblaient jusqu'ici indécents dans le secteur. « Obsèques low cost », « discount », « à prix cassés »... Apparaît sur ce créneau « premier prix » un nombre croissant d'opérateurs, avec pignon sur rue ou sur Internet ; de sites Web comparateurs de prix qui facilitent la mise en concurrence. Et de familles qui ne peuvent plus, ne veulent plus, faire face à une dépense moyenne de 3 000 à 3 500 euros pour rendre un dernier hommage à leur défunt.

Voilà quasiment vingt ans que le monopole communal des pompes funèbres a été abrogé (loi Sueur de janvier 1993), libéralisant le secteur. La baisse des tarifs attendue ne s'est pas produite. Au contraire : plus nombreuses, les sociétés de

pompes funèbres ont alourdi la facture pour gagner autant en vendant moins. Pourquoi s'en priver ? Dans ce secteur très particulier, le consommateur, jusqu'à présent, comparait peu.

Le prix des funérailles a augmenté d'un tiers en dix ans, relevait à la Toussaint 2011 l'association de consommateurs UFC-Que choisir, qui dénonce inlassablement l'opacité d'un secteur dont le chiffre d'affaires approche les 2 milliards d'euros : « Les obsèques sont un moment douloureux où l'on perd forcément en lucidité. Certains opérateurs funéraires savent en tirer profit. »

La nouveauté de ces derniers mois, c'est que les familles ne suivent plus. Au siège de son association indépendante d'information funéraire (Afif), Michel Kawnik reçoit de plus en plus de ces appels passés par des chômeurs, au RSA, dont le père est décédé sans ressources. « Ils sont dans l'angoisse. S'ils ne peuvent pas payer, qu'est-ce qui va se passer ? La fosse commune ? »

Les entreprises de pompes funèbres témoignent de leur côté de dif-



Les entreprises de pompes funèbres ont de plus en plus de difficultés à se faire payer. SFRASSTIEN EROME POUR «LE MONDE»

ficultés croissantes à se faire payer. «*Même nous qui pratiquons des prix justes, nous avons du mal*», admet Sandrine Thiéfine, présidente de Roc-Eclerc, réseau de franchisés pionnier, depuis 1985, de l'offre funéraire à bas prix. Les clients demandent à régler en plusieurs chèques. Les impayés et le contentieux montent. «*Nous venons de signer un accord avec une filiale de la Société générale pour proposer un crédit sans frais, avec versements en cinq ou dix fois. Et nous expliquons que si le défunt avait une mutuelle, il peut y avoir une prise en charge au moins partielle, que nous essayons d'enclencher*»

Chez Roc-Eclerc, la facture moyenne tourne autour de 3 000

euros pour une inhumation, de 2 500 euros pour une crémation. Et l'entrée de gamme à moins de 2 000 euros est bien mise en avant ces temps-ci... Le réseau de 500 magasins franchisés a doublé en sept ans. «*Nos concurrents s'aperçoivent qu'ils ont facturé trop cher. Il serait temps ! Il y en a eu, des abus !*», triomphe la présidente. Mais Roc-Eclerc est désormais concurrencé par de nouvelles enseignes qui affichent toutes des obsèques à moins de 2 000 euros.

Comme Ecoplus funéraire («*Mourir ne doit plus être un luxe*»), nouvelle chaîne de magasins lancée par Le Choix funéraire, un réseau coopératif d'environ 700 points de vente. Philippe Martineau, son directeur général, a eu la révélation : «*Face à la crise, à la paupérisation, il fallait repenser notre mode d'accompagnement*». D'où l'ouverture dans les grandes villes de six Ecoplus funéraire. Trois de plus sont prévus d'ici à la fin de l'année, cent espérés en cinq ans. Avec une offre de qualité, assure-t-on, mais plus simple, réduite à trois propositions chiffrées : 1 250, 1 990 ou 2 490 euros. «*La demande est forte, cela ressemble à la montée des marques distributeurs dans la grande distribution*», explique M. Martineau.

Même raisonnement chez le parisien Clair Obsèques, ouvert depuis juillet 2011, qui facture les obsèques 1 180 euros. Nicolas Ritter, son fondateur, a perdu sa mère à 24 ans. «*Avec mes frères de 16 et 22 ans, on s'est fait massacrer par les pompes funèbres qui pratiquent des marges colossales sur des gens dans un absolu désarroi. J'ai décidé de lancer cette offre citoyenne parce que je refuse de vendre à 5 000 euros ce que je peux vendre à 1 180*». Comme ceux d'Ecoplus, ses deux magasins de région parisienne sont adossés à un gros site Web

Aux restrictions de budget s'ajoute un changement de mentalités. Davantage de Français tapent le mot «*obsèques*» sur Google. Tandis que les tabous s'érodent, ce dont témoigne la spectaculaire montée des contrats de prévoyance obsèques – qui obligent à parler décès chez son banquier –, l'habitude de consommer malin par le Web n'épargne plus le monde du funéraire. «*Il y a ceux qui ne peuvent plus et ceux qui ne veulent plus*

« Nos concurrents s'aperçoivent qu'ils ont facturé trop cher. Il serait temps ! Il y en a eu, des abus ! »

Sandrine Thiéfine
présidente de Roc-Eclerc

dépenser autant, résume le directeur d'Ecoplus funéraire. *Ils sont dans une attitude laïque, consumériste, ils veulent de la simplicité.*»

C'est pour cette population que la société Rebillon, qui donne d'habitude dans le «*traditionnel sur mesure*», a lancé fin 2011 le site Internet Pompesfunebres-sparrow.com et ses «*obsèques à prix léger*», soit 1 091 ou 1 250 euros – sans passage par un lieu de culte, en région parisienne uniquement. Six mois plus tard, les services funéraires de la Ville de Paris lui ont emboîté le pas, avec le site Revolution-obsèques.fr, et son offre spectaculaire «*dès 789 euros*» en ne comptant que les prestations obligatoires à coût fixe, plus proche en réalité de 1 400 euros la crémation, de 1 800 euros l'inhumation.

François Michaud Nérard, directeur général des services funéraires parisiens, en a eu l'idée en constatant qu'un grand nombre de qua-

dras ou quinquagénaires organisaient les obsèques par téléphone, mail, Chronopost «*et éprouvaient une grande méfiance à l'égard des opérateurs de pompes funèbres. Ils voulaient être libres de leur choix, éviter de se retrouver face à quelqu'un qui les culpabiliserait de ne pas choisir le cercueil le plus cher*»

En ces circonstances tragiques, les conseillers funéraires demeurent indispensables, lui a-t-on opposé. «*Le même type d'arguments qu'il y a vingt ans pour les agences matrimoniales. Aujourd'hui, les jeunes ne savent même plus ce que c'est !*», rappelle-t-il. Avec le Net, les lignes bougent. Ne serait-ce que parce qu'il devient possible de se faire établir des devis sans s'impliquer personnellement.

Quelques clics et de nouveaux sites comparateurs de prix (Iquié-tis, Comitam...) en fournissent quatre gratuitement en une heure. Précieux devis personnalisés, désormais obligatoires et strictement définis (arrêté d'août 2010), qui permettent de comparer, de discerner l'obligatoire du facultatif. Les enquêteurs de l'UFC-Que choisir, dépêchés en juin 2011 dans mille magasins funéraires, se les étaient vu refuser dans 20 % des cas, et ceux obtenus ne se révélaient pas toujours conformes...

Internet n'est pas l'Eden du consommateur : les demandes exprimées sur les comparateurs de prix sont revendues (jusqu'à 50 euros) aux sociétés de pompes funèbres qui souhaitent y répondre et tenter de gagner un client. Mais comme le low cost s'est emparé du système, les entreprises traditionnelles pourraient être amenées à proposer plus volontiers ces funérailles d'entrée de gamme à 1 400 euros qu'elles assurent avoir toutes en catalogue. ■

PASCAL KRÉMER

M. Kawnik, pourfendeur du « lobby funéraire »

Profil

MICHEL KAWNIK, l'infatigable président-fondateur de l'Association française d'information funéraire (AFIF), œuvre bénévolement depuis vingt ans après avoir été effaré, lors du décès d'un proche, par les méthodes commerciales du secteur. Vingt années de combat contre le « lobby funéraire », d'enquêtes menées en jouant les clients mystère, et même en se faisant embaucher, qui lui ont parfois valu de recevoir par la poste des cercueils en carton...

Chaque jour, le site de ce sexagénaire qui travaille dans l'exportation enregistre 4 000 connexions, son téléphone sonne 20 fois, il tente de convaincre que, oui, un devis préalable est indispensable, et que, non, toutes les prestations proposées ne sont pas nécessaires. « 80 % des sociétés de pompes funèbres agissent sans aucune éthique commerciale spécifique au domaine du funéraire. Leur seule politique est

celle du tiroir-caisse. Tout est fait pour que les obsèques coûtent le plus cher possible », explique-t-il

En cas de décès dans un centre de soins, il y a gratuité d'hébergement du corps pendant trois jours, rappelle-t-il. Un défunt peut également rester jusqu'à six jours à domicile où il est parfaitement possible de réfrigérer le corps.

« Mais les sociétés de pompes funèbres poussent au transfert vers une chambre funéraire parce qu'il faut bien faire tourner véhicules et salariés ! », s'agace-t-il. Ses relevés l'attestent. Entre le nord et le sud de la France, ou la région parisienne, les prix passent du simple au triple. Au sein d'un même secteur géographique, ils fluctuent encore du simple au double.

Les crémations – qui représentent un tiers des funérailles aujourd'hui, après un doublement en une décennie – devraient logiquement revenir 30 % moins cher que les inhumations. Elles sont aussi coûteuses, et même davantage

dans un tiers des cas. « On vend aux familles des cercueils en bois massif alors qu'il en existe de plus légers et moins coûteux pour les crémations, on rajoute constamment des prestations, par exemple 350 euros pour disperser les cendres au cimetière... »

Stratégie commerciale

Et l'on joue l'urgence comme stratégie commerciale. « Nous, nous disons qu'il n'y a plus aucune urgence. Prenez les pages jaunes rubrique pompes funèbres. Téléphonez à trois ou quatre entreprises en posant quelques questions simples. Quel est le premier prix pour un cercueil destiné à la crémation ? Quel est le coût du corbillard, des porteurs, leur nombre ? Si l'entreprise ne veut pas répondre, fuyez ! » Car c'est aux familles de défendre leurs propres intérêts, a compris M. Kawnik. « Ce ne sont pas les sociétés de pompes funèbres qui s'en chargeront. » ■

P. Kr.