

27/10/2012 06:00:00

Des offres low-cost même pour le dernier voyage (PAPIER D'ANGLE)

Par Séverine ROUBY

PARIS, 26 oct 2012 (AFP) - Des "achats malins" jusque dans la tombe, c'est le pari insolite du numéro deux français des pompes funèbres, mais aussi des services funéraires de la Ville de Paris, un secteur fréquemment critiqué pour l'opacité de ses prix.

"Nous ne sommes pas du tout dans une démarche discount, mais sur une prestation de type low-cost, sur le modèle d'Easyjet", explique François Michaud Nérard, directeur général des services funéraires de la Ville de Paris. "Notre logique, c'est de laisser la main aux clients pour décider de ce qu'ils veulent ou non", poursuit-il.

Lancée en juillet, cette offre, proposée uniquement sur internet, comprend les prestations obligatoires prévues par la loi: un cercueil, une plaque d'identification et un corbillard pour 789 euros. Les démarches administratives et le portage du cercueil sont en option.

S'y ajoutent les taxes locales et les frais d'inhumation ou de crémation, variables d'un cimetière et d'une commune à l'autre, ce qui ramène le prix à environ 1.800 euros, contre une moyenne nationale de 3.000 euros en 2011.

Pour Jean Ruellan, porte-parole du numéro un du secteur OGF (Pompes Funèbres Générales), avec environ un quart des parts du marché français: "Ce n'est pas un vrai service d'obsèques, car personne ne peut avoir accès à des prix pareils".

"On ne peut pas considérer ça comme une offre, c'est contraire à l'éthique et ce n'est pas un service décent", renchérit Philippe Martineau, le directeur général du Choix Funéraire (2e acteur français avec 11% des parts de marché).

M. Martineau a lancé une offre low-cost en 2011, via une enseigne baptisée Eco-Plus Funéraire qu'il compte faire passer de 10 magasins fin 2012 à une centaine d'ici 5 ans.

Le prix d'appel de 1.250 euros comprend les prestations obligatoires et l'inhumation ou la crémation. Son modèle repose sur une réduction des gammes, des surfaces de magasins et du personnel présent.

un marché de niche

=====

"En tant qu'acteur social de proximité, on est inquiets de voir que de plus en plus de familles n'ont plus les moyens d'enterrer un proche", explique-t-il, même si selon lui l'offre n'est pas réservée aux personnes dans le besoin.

"On va aussi avoir une population qui recherche les achats malins, le low-cost correspond à une évolution sociétale et acheter du Chanel n'a jamais empêché d'aller chez Lidl", détaille-t-il.

"Cette offre n'est pas destinée aux personnes qui ont des ressources insuffisantes", confirme M. Michaud Nérard. "Elle s'adresse à des consommateurs avertis pour qui le plus important est de choisir de chez eux sans se faire influencer".

Selon lui, depuis la libéralisation du secteur en 1993, les prix ont augmenté 2,5 fois plus vite que l'inflation, sachant qu'un client de pompes funèbres n'est pas un consommateur comme un autre. Plus fragile, il fait rarement jouer la concurrence.

L'association UFC-Que Choisir a épinglé la profession à plusieurs reprises pour l'opacité de ses prestations et ses différences de prix "injustifiées".

Dans les services funéraires, le low-cost reste toutefois un marché de niche. "La plupart des gens ont besoin d'un contact avec un conseiller funéraire", souligne M. Michaud Nérard.

"Cela correspond aux souhaits de certains, mais c'est quelque chose de très marginal. Nous ne constatons pas de demande caractérisée pour ce type d'offres", estime-t-on chez OGF, qui ne prévoit pas de se lancer sur ce créneau.

Le Choix Funéraire propose aussi une offre baptisée "Indigent", réservée aux communes qui doivent inhumer à leurs frais les personnes dépourvues des ressources suffisantes.

sr/cb/LyS