

Economie

“LOW COST MAIS PAS CHEAP”

# Des obsèques à prix cassé

Pour beaucoup, les funérailles restent hors de prix. Ecoplus Funéraire propose un service à bas coût qui divise la note par deux, sur un marché en pleine révolution



**J**e viens d'inaugurer un nouveau centre funéraire. Il était situé dans une galerie commerciale, coincé entre le barbier et le coiffeur... » Allure sportive, regard bleu-gris, voix posée, Philippe Martineau, 56 ans, est le patron du premier réseau français de commerçants indépendants du funéraire. « D'habitude, ces magasins se situent près des mairies ou des cliniques, le choix de l'implanter dans un lieu de vie active est tout de même très rare, poursuit-il, mais il va falloir s'y habituer, cela va se développer. » Depuis que cet ancien officier de la marine marchande a fondé, en 1991, Le Choix funéraire (LCF), un groupe mutualiste, qui rassemble 170 sociétaires et 7 000 points de vente, le marché de « la fin de vie » a connu des révolutions. La crémation, rarissime autrefois, représente désormais un tiers des obsèques et même la moitié dans certaines villes, la concurrence s'est exacerbée, le cercueil écolo, à vernis à eau, ou tendance, en carton, a fait son apparition et la vente sur internet s'est développée... Mais le dernier bouleversement en cours dépasse toutes ses espérances : le low cost.

L'an dernier, Le Choix funéraire a

**L'agence Ecoplus Funéraire** ouverte récemment à Nice  
Dix magasins sont prévus cette année

**Philippe Martineau**, directeur général du groupe mutualiste Le Choix funéraire



lancé sa première filiale à prix cassé sous la marque Ecoplus Funéraire. Depuis, la demande ne cesse de croître. « Nous n'avions pas envisagé de toucher un spectre aussi large de la population, confesse Philippe Martineau. Preuve que nos offres ne séduisent pas que pour des raisons économiques. Et qu'acheter du Chanel n'a jamais empêché d'aller chez Lidl. » Cette offre tente de répondre au besoin croissant de la clientèle en sobriété et en transparence dans un marché qui continue singulièrement d'en manquer. En témoigne, à lui seul, le budget moyen des obsèques qui avoisine toujours 3 500 euros, voire 7 000 euros quand on ajoute la marbrerie, le service funéraire et l'emplacement. « Low cost ne veut pas dire cheap », nuance Philippe Martineau. Il s'insurge même contre la multiplication de certains « packages » promotionnels. Exemple, l'offre à 789 euros lancée sur internet par les services de la Ville de Paris l'été dernier. « Cette offre frise l'indécence, selon lui. Il est inadmissible de demander aux familles de faire la toilette du défunt, de porter le cercueil, de s'adapter à des jours et des horaires farfelus pour l'enterrement... »

Prêt à en découdre avec le numéro un OGF (26% du marché) et à ferrailer avec le numéro deux ex aequo avec LCF, Roc-Eclerc, les magasins fondés par Michel Leclerc, Philippe Martineau compte bien s'imposer sur ce segment économique. « Sur les 530 000 décès qui ont lieu chaque année en France, de 20 000 à 25 000 peuvent concerner ce marché, poursuit-il. A terme, d'ici à cinq ans, on peut imaginer que nous en réaliserons de 25 à 30%, contre 11% aujourd'hui. » Le rythme soutenu des ouvertures d'enseignes Ecoplus Funéraire semble pour l'heure lui donner raison. Sept magasins ont en effet déjà vu le jour – dix sont prévus au total cette année – et si tout va bien, une centaine devrait ouvrir d'ici à cinq ans. Avec à la clé, un développement en Espagne et en Belgique.

Pour s'implanter avec succès, la recette du groupe est simple. Une offre déclinée en trois options (1 250, 1 990 et 2 490 euros), une centrale d'achats, des synergies de personnel avec le reste du groupe, ou encore l'approvisionnement en granit moins cher en Asie. « Même si, insiste son patron, nos cercueils en bois sont français, comme 75% de nos produits ! » LCF joue également à fond la carte « solidaire ». « Depuis 2008-2009, nous croisons toujours plus de personnes qui n'ont pas d'argent pour enterrer leurs proches, qui ont honte de ne pas avoir les moyens de faire les choses correctement pour la personne qu'elles ont aimée. » Une problématique qu'il connaît bien en tant qu' élu d'un village breton. Et qui explique ce geste à l'occasion de la Toussaint : une « offre solidaire indigent », à 790 euros. Adressée à 16 000 communes, elle devrait permettre à certains élus d'inhumer décentement cette population sans ressources. A priori, de 250 à 300 personnes sont concernées chaque année...

**MARJORIE CESSAC**