Le Club de Mediapart
Participez au débat

Une Chose Commune

Collectif pour une Sécurité Sociale de la Mort

Abonné·e de Mediapart
BILLET DE BLOG 16 SEPT. 2022

Le marché de la mort - Une Chose Commune, 1/5

Pour les 30 ans de la loi qui libéralisa le monde funéraire, nous publions jusqu'à la Toussaint un article en 5 parties qui détaille notre but : une branche Mort de la Sécu, gérée par les agents et les citoyens. Financée par cotisation, son but est de libérer ce service universel de la logique de profit. Nous débutons par un tabou : le coût financier des obsèques.

Ce blog est personnel, la rédaction n'est pas à l'origine de ses contenus.

"Il est des biens et des services qui doivent être placés en dehors du marché." - M. Emmanuel Macron, 12 mars 2020

La mort est notre horizon commun, parce que nos proches et nous, mourrons tous un jour. Pourtant, c'est un aspect de notre existence auquel nous aimerions bien ne pas trop penser. Ainsi, la question funéraire demeure largement méconnue du grand public.

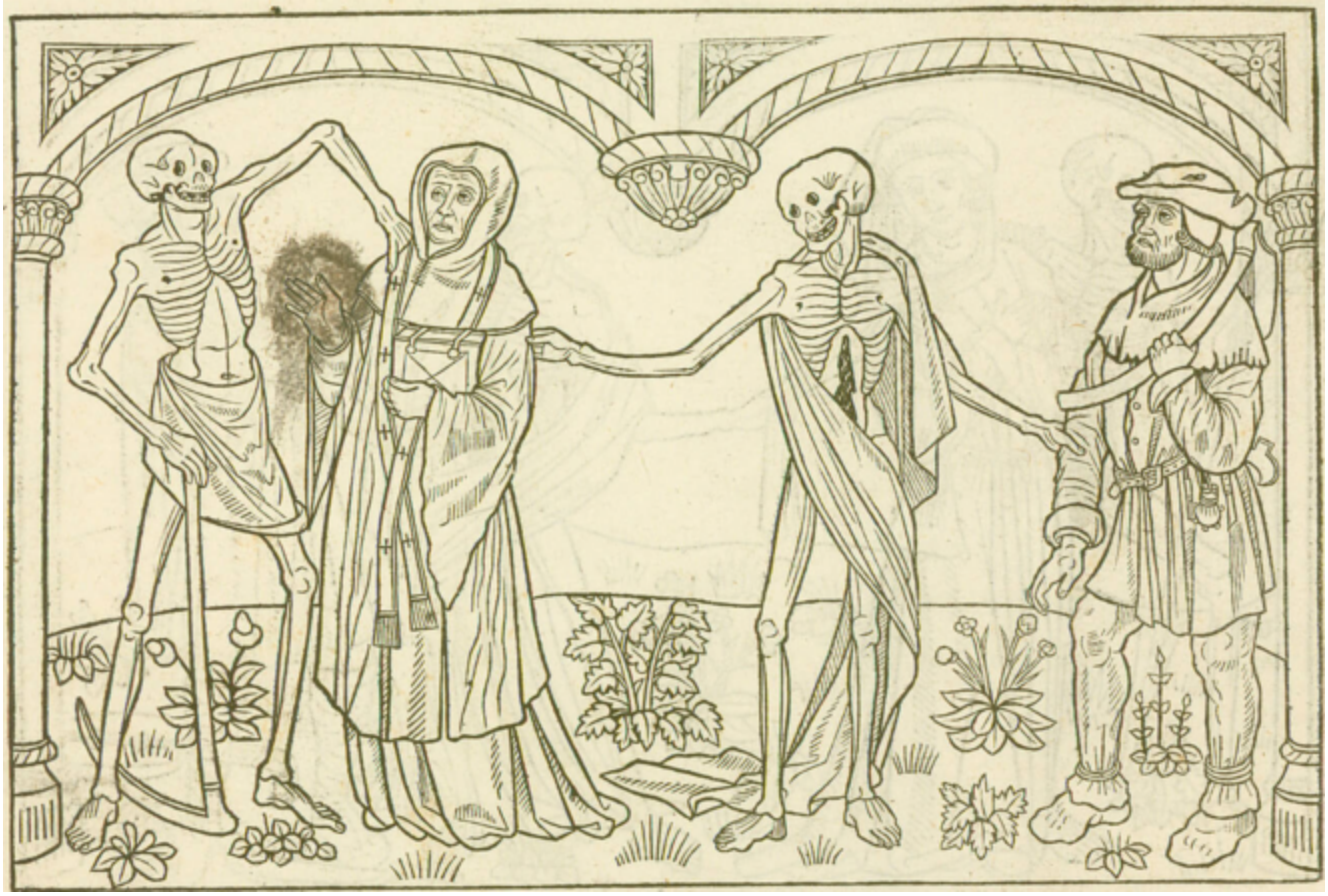
On paierait n'importe quoi pour assurer une sépulture et une cérémonie dignes à un proche : regarder à la dépense et chercher le bon rapport qualité/prix est jugé indécent. Nous nous proposons pourtant de nous prêter à cet exercice.

À la fin d'un documentaire de 2013 pour M6 (1), il est déclaré que "*durant sa vie, un Français ne franchit en moyenne que trois fois la porte d'une boutique funéraire*". Deux fois au cours de sa vie, pour ses parents par exemple, la troisième, en tant que défunt. Événement exceptionnel dans une vie, le passage aux pompes funèbres est universel, plus que le recours à n'importe quel autre service. Le questionnement sur son fonctionnement économique est donc tout à fait légitime.

Quel est le coût d'un enterrement ? Paie-t-on plus cher qu'il y a dix ou vingt ans ? Quel est le chiffre d'affaires du marché funéraire ? Une conception éthique de la mort peut-elle coexister avec les politiques des grandes entreprises du secteur ?

N'importe quel opérateur de pompes funèbres est intrinsèquement guidé par la recherche de rentabilité, non à cause de mauvaises intentions mais parce que tout le secteur est bloqué dans un modèle concurrentiel. Vulnérable, on ne paie pas seulement l'enterrement de ses proches, on est aussi poussé à anticiper sa propre mort via des

“contrats prévoyance” consistant à payer pour ses obsèques tout au long de sa vie. Il s’agit de ne pas être un poids pour sa famille et de se libérer l’esprit pour pouvoir penser à autre chose. Nous sommes ainsi réduits à la condition de clients captifs.



Les endeuillés captifs des prix

Le prix des obsèques est élevé : 3815 € pour une inhumation et 3986 € pour une crémation en moyenne (2) . Est-il juste ? D’après un rapport de la Cour des Comptes publié en 2019, 66% des devis pour l’organisation d’obsèques comportent des irrégularités graves. On estime la marge de rentabilité réalisée sur chaque enterrement à 20 % chez les leaders du secteur (3), comme les Pompes Funèbres Générales (PFG-OGF), ou le groupe Funecap. Selon UFC-Que-Choisir (Union Fédérale des Consommateurs), entre 2014 et 2019, le coût moyen d’une inhumation a augmenté 3,6 fois plus rapidement que les autres biens de consommation. Celui d’une crémation, 2,6 fois plus vite. De plus, il y a des écarts de prix spectaculaires pour les mêmes prestations selon les devis : les démarches administratives coûtent de 59 € à 840 € et les frais liés au crématorium vont de 297 € à 1185 €. Cette situation est connue publiquement. Le Conseil National des Opérations Funéraires (CNOF), composé d’acteurs variés du secteur - familles, professionnels, collectivités, État - publie régulièrement des rapports décrivant cette déconnexion entre les prix des pompes funèbres et l’inflation qui touche tous les foyers français. Pour autant, il ne propose pas de solution pour y remédier.

Pourquoi les endeuillés ne réagissent-ils pas face à de tels prix ? Pour le savoir, il faut s’intéresser à leur condition, différente de celle de clients d’autres secteurs, décrite par la sociologue Pascale Trompette. En effet, l’arrivée sur le marché funéraire est imprévue, douloureuse, et contrainte - 6 jours maximum entre le décès et l’enterrement en France, ce qui est culturel : les Suédois ont par exemple moins d’attachement matériel au corps, laissant le corps

sans sépulture parfois jusqu'à un mois avant les obsèques. Au moment où le deuil commence, les clients sont désorientés et leur consentement est obscurci. Ils délèguent une partie de leurs décisions et se laissent guider. Par exemple, on peut s'intéresser au cas des décès en structures de santé. Aujourd'hui, 73% des décès ont lieu dans un établissement de santé (EHPAD ou hôpitaux). Il existe des chambres mortuaires, gratuites, obligatoires pour les structures de santé qui atteignent 200 décès par an minimum. Mais leur gestion est parfois déléguée à une entreprise funéraire privée. Dans ce cas de figure, lorsque les défunts sont amenés en chambre, les familles deviennent captives de la société de pompes funèbres gestionnaire du lieu : les proches s'adressent logiquement à celle-ci pour l'organisation de l'entièreté des obsèques. Pour les endeuillés, la liberté de choisir son opérateur funéraire reste donc théorique. Cette opacité entre chambres mortuaires publiques et déléguées au privé est volontairement entretenue par les professionnels du secteur. Pressés par le temps, captés au sein d'un cadre contraint et inconnu, les familles ne maîtrisent pas l'environnement dans lequel elles évoluent. Elles se retrouvent coincées sur ce que Mme Pascale Trompette appelle un "sentier de dépendance" : la mainmise des entreprises est totale, amenant à une confusion entre public et privé.

Ce n'est pas tout, en important une innovation des États-Unis, l'entreprise des PFG-OGF a initié à proximité des hôpitaux français le principe des chambres funéraires, payantes, pour accueillir les morts avant les obsèques. Ils deviennent le seul recours pour les petites structures ne disposant pas de chambre mortuaire. C'est encore un coût supplémentaire pour les clients captifs.

Un système libéral inégalitaire

Les inégalités sociales aggravent cette vulnérabilité. Familles riches et pauvres habitent les mêmes cimetières, sans que cela ne les rapproche : tous les mécanismes de distinction sociale se reproduisent ici. Il faut être prêt, pour les plus modestes, à hisser leur proche décédé au-dessus de sa classe sociale pour ne pas faire pâle figure : les conventions impliquent un sacrifice financier. La tombe constitue un bien positionnel. Le cimetière est le lieu d'une comparaison entre familles, de manière très ostentatoire au vu de l'aspect monumental de certaines sépultures. Ces inégalités post-mortem ont ainsi été constatées par la juriste Mme Lisa Carayon entre les différents cimetières de la région parisienne. À l'origine de ces mécanismes, on trouve la nature même du rite funéraire. En effet, la cérémonie, l'entretien de la concession et les décorations qui vont avec matérialisent l'amour et le respect portés au défunt. Tout ceci a un prix, ce qui fait partie du rituel, la valeur de l'objet renvoyant à celle de l'amour porté à l'être aimé. Encore faut-il avoir les moyens.

Une solution pour les familles modestes pourrait être de se tourner vers des pompes funèbres plus abordables. Après tout, l'argument pour l'ouverture du marché funéraire à la concurrence est la liberté du consommateur, même le moins aisé. Cependant, les entreprises à prix discount profitent de la vulnérabilité des familles, puisque leurs tarifs s'alignent sur ceux des opérateurs plus chers. L'entreprise Roc Eclerc n'a ainsi jamais hésité à se montrer brutale et à utiliser une communication agressive, par exemple avec des promotions limitées dans le temps, ce qui tendrait à faire de la mort un poste de consommation ordinaire (4). C'est à se demander s'il faut attendre les soldes de la Toussaint pour mourir. Bien souvent, confrontés à un boulevard d'options difficiles à refuser - les fleurs, la prestation d'un maître de cérémonie, la thanatopraxie, - la note finit inévitablement par enfler pour les plus modestes, "low cost" ou non. Cette situation empire depuis les années 1990, moment décisif de la libéralisation, qui fut notamment impulsée par l'inventeur des pompes funèbres discount en France, M. Michel Leclerc.

Depuis le début du XXème siècle, l'entreprise des Pompes Funèbres Générales (PFG-OGF) occupait une position dominante adossée sur une délégation de service public, obtenue en traitant avec les communes, elles-mêmes

mandatées par l'État pour la gestion des obsèques. Dans les années 1980, de nombreux entrepreneurs contestent l'emprise des PFG, et veulent leur part du gâteau. A la tête de ceux-ci on trouve M. Michel Leclerc, fondateur de Roc-Eclerc. Frère du patron de la chaîne de magasins de grande distribution Leclerc, il décide de s'implanter dans ce secteur en fédérant des entrepreneurs indépendants agacés du monopole séculaire des PFG sur le marché des appels d'offres des communes. Il lance ainsi le "low cost" avec le concept de supermarchés du funéraire, aux titres et slogans à la fois accrocheurs et douteux : "Funérama", "parce que la vie est déjà assez chère"... Il organise des enterrements en semi illégalité et lance un véritable lobbying auprès des politiques et de l'opinion publique pour briser ce qu'il appelle, et bientôt avec lui médias et concurrents, le "monopole des PFG".

Michel Leclerc parvient finalement, grâce à son réseau atteignant à ses dires jusqu'à l'Élysée, à ce qu'une loi acte la fin de la gestion communale. Désormais, c'est à l'endeuillé devenu consommateur de choisir son opérateur parmi un catalogue de prestataires. La loi Sueur de 1993, du nom du sénateur socialiste qui l'a initiée, ouvre ainsi davantage le secteur funéraire à la concurrence en mettant fin à ce que leurs rivaux appellent le "monopole des PFG". L'objectif de la loi est clair : faire baisser mécaniquement les prix par le jeu du marché. Pourtant, depuis 28 ans, l'inverse s'est produit : jamais nos obsèques n'ont coûté aussi cher.

Aujourd'hui, OGF-PFG n'a plus le quasi monopole des régies communales, et n'effectuent plus la moitié des funérailles à elles seules, mais représentent tout de même encore 25% (5) du chiffre d'affaires total du marché funéraire. Ceci dit, l'augmentation des prix due à la libéralisation ne met pas leurs jours en danger, et ils restent de très loin le premier groupe du secteur. Un siècle de domination a laissé des traces. L'omniprésence de OGF-PFG partout en France contribue à donner à l'entreprise des airs de service public, savamment entretenus par la création d'un numéro "urgence décès", le 30 12, déguisé habilement en numéro vert.

Le réel gagnant de l'ouverture à la concurrence reste le groupe Funecap, qui possède Roc Eclerc depuis les années 2010, et qui pèse aujourd'hui 10% du marché. Funecap est un système complexe d'entreprises offrant des prestations aux tarifs très étalés : attirés par un prix d'appel compétitif, les clients peuvent se diriger vers e-funéraire Pascal Leclerc, l'entreprise discount du groupe. Si la prestation, très rudimentaire, ne leur convient pas, ils sont redirigés vers une entreprise aux services plus coûteux de Funecap, comme Roc-Eclerc, qui a depuis mis de côté sa politique discount. La loi Sueur a largement avantagé les poids lourds du secteur. Les entreprises indépendantes se partagent le reste : certains tentent de s'unir dans des structures en réseau, par exemple, l'Union Diffusion Information Funéraire Européenne (UDIFE) ou des franchises telles Pompes Funèbres de France, et représentent 15% du chiffre d'affaires total, les indépendants non-affiliés 35% et les pompes funèbres publiques, 16% bien que la proportion soit variable (7). Pour Pascale Trompette, il faut prendre en compte l'importance des indépendants dans le nombre d'enterrements. Si le chiffre d'affaires de OGF-PFG ou de Funecap est écrasant, les indépendants font largement leur part en termes de nombre d'obsèques.

En y regardant de plus près, la loi Sueur pourrait présenter un problème constitutionnel. Le préambule de la Constitution de 1946 précise, dans son article 9, que "tout bien, toute entreprise, dont l'exploitation a ou acquiert les caractères d'un service public national ou d'un monopole de fait, doit devenir la propriété de la collectivité." Le choix d'une libéralisation pour briser le monopole de fait (7) sur la gestion des régies communales des PFG, et non d'une nationalisation par exemple, est littéralement contradictoire avec le sens de cet article. Ce préambule issu du Conseil National de la Résistance, n'est pourtant pas une somme de proverbes philosophiques à caractère décoratif. Il est reconnu comme faisant partie du bloc de constitutionnalité, c'est-à-dire de l'ensemble des textes qu'une loi française doit respecter pour être acceptée, depuis 1972.

Si la concurrence a fait augmenter les prix et a fait naître une marchandisation des obsèques, peut-être a-t-elle aussi créé un effet vertueux en termes de qualité de la prestation ? Malheureusement, les dysfonctionnements récents sont nombreux et contribuent à interroger la logique marchande appliquée au secteur funéraire.

Il existe pourtant des fédérations portant un but plus politique que commercial, telles l'Union du Pôle Funéraire Public ou la Fédération Française des Pompes Funèbres, qui essaient tant bien que mal d'affirmer leur mode de fonctionnement alternatif. Elles sont la preuve qu'il existe des acteurs du secteur prêts à défendre une autre vision des obsèques que celle des groupes tentaculaires dominants.

La semaine prochaine nous nous intéresserons aux salariés du funéraire, et à l'engrenage pervers du traitement médiatique des faits divers.

A. Beaudouin & J.-L. De Saint-Phalle

1- F. Monteil, "Pompes funèbres : les coulisses d'un business juteux", M6, 2013. Ces chiffres proviennent d'une étude marketing du cabinet Xerfi.

2- *"Pompes funèbres : des obsèques de plus en plus chères"*, enquête d'UFC-Que-Choisir, 22 octobre 2019 [en ligne]

3- T. Dromard, *"La vérité sur... l'envolée des prix des funérailles",* Challenges, 28 avril 2010 [en ligne]

4- Même en ayant abandonné sa politique 100% discount, l'entreprise continue à utiliser sa politique de communication, comme à Lunel où il était proposé une réduction sur les monuments dans la période de la Toussaint du 1er septembre au 1er novembre 2020. Si la chose s'entend pour l'entretien de la sépulture, ou la pose de fleurs, une promotion sur la tombe en tant que telle pose bien l'enterrement comme un poste de consommation comme un autre.

5- H. Jouanneau, *"A quoi ressemble le marché funéraire ?"* La Gazette des Communes, 31 octobre 2017

6- Idem

7-"Monopole" étant, en tout cas, à l'époque, le terme largement employé par les promoteurs de la libéralisation pour dénoncer les PFG.

Ce blog est personnel, la rédaction n'est pas à l'origine de ses contenus.