

FUNESCOPE

**Actualisation du portrait économique de la filière funéraire
et
Résultats de l'enquête auprès des distributeurs de services
funéraires**

**Rapport complet
08 juin 2012**



Après un premier travail d'analyse entrepris avec *Funéraire Magazine*, la CSNAF a souhaité réaliser une étude approfondie de la filière qui porterait sur deux points :

Une analyse de l'économie de la filière funéraire

Une analyse du fonctionnement de la distribution des produits funéraires

Le CREDOC a proposé de réaliser ce FUNESCOPE en deux phases :

Phase 1 : Un portrait statistique et économique de la filière sur la période 2000-2008

Réalisée en 2010 et présentée lors de l'AG de la CSNAF du 11 juin

Actualisée en 2012 (impact de la crise de 2009 sur la filière)

Phase 2 : Une enquête quantitative auprès des opérateurs de Pompes Funèbres permettant de déterminer les attentes et la stratégie des distributeurs de produits funéraires

Réalisée en 2012



PORTRAIT ECONOMIQUE 2008-2010

- Rappel méthodologique
- La filière funéraire face à la crise économique de 2009
- Matrices Forces / Faiblesses / Menaces / Opportunités

ENQUETE AUPRES DES SERVICES FUNERAIRES

- Méthodologie
- Etat des lieux du marché
- Opinion sur l'évolution du marché



Portrait économique 2008-2010

Rappel méthodologique

La filière funéraire face à la crise économique de 2009

Matrices Forces / Faiblesses / Menaces / Opportunités



Rappel des objectifs :

Actualiser les chiffres clés de la filière funéraire

Analyser l'impact de la crise économique de 2009 sur les entreprises du funéraire

Démarche méthodologique :

Analyse des données comptables des entreprises disponibles dans DIANE

Une douzaine d'entretiens auprès de professionnels de la filière interrogés en 2010



Le FUNESCOPE, c'est un portrait statistique des entreprises :
dont les comptes sont disponibles dans DIANE de 2008 à 2010
dont la rubrique "objet", qui définit l'activité de l'entreprise, comprend un des mots suivants : **FUNERAIRE, FUNEBRE, CERCUEIL, CORBILLARD**

Le FUNESCOPE comprend :
les chiffres clés de l'année 2010
l'évolution de l'activité économique des entreprises sur la période 2008-2010

L'échantillon 2008-2010 : 330 fabricants et négociants

124 fabricants et négociants d'articles funéraires (classés dans la catégorie « Producteurs ») : bronze, capiton, cercueil, fleur, monument et plaque

206 marbreries funéraires (classées dans la catégorie « Distributeurs »)

Les entreprises classées dans la catégorie « Autre » (non classées ailleurs) ne sont pas prises en compte dans le portrait économique



Entreprises / Organisation	Activité	Entretien avec	
9 producteurs et négociants :			
STRASSACKER	Bronze	HERMANN	Tom
HYODALL	Capiton	DE MAGNIENVILLE	Aubin
CARLES	Cercueil	DELLAC	Sylvie
LA GENERALE DU GRANIT	Monument	ROBERT	Philippe
CHRISOLA	Plaque & Fleurs	VIGIN	Dominique
DELFOSSÉ	Plaque	ARNAUD	Caroline
ARCHE DIFFUSION	Fleurs	DUBREUIL	Thierry
MANZINI	Vase, Urne	MANZINI	Marc
ED. SOTTILE FUNÉRAIRE	Négociant	SOLTANI	Jean-Paul
4 pompes funèbres privées et publiques :			
PF COTES DE LUMIERES	privée	BORY	Fabrice
PF RIGOULET	privée	RIGOULET	Monsieur
ROC ECLERC	privée	ROSATO	Isabelle
REGIE MUNICIPALE LORIENT	publique	LE MAO	Patricia



Portrait économique 2008-2010

Rappel méthodologique

La filière funéraire face à la crise économique de 2009

Matrices Forces / Faiblesses / Menaces / Opportunités

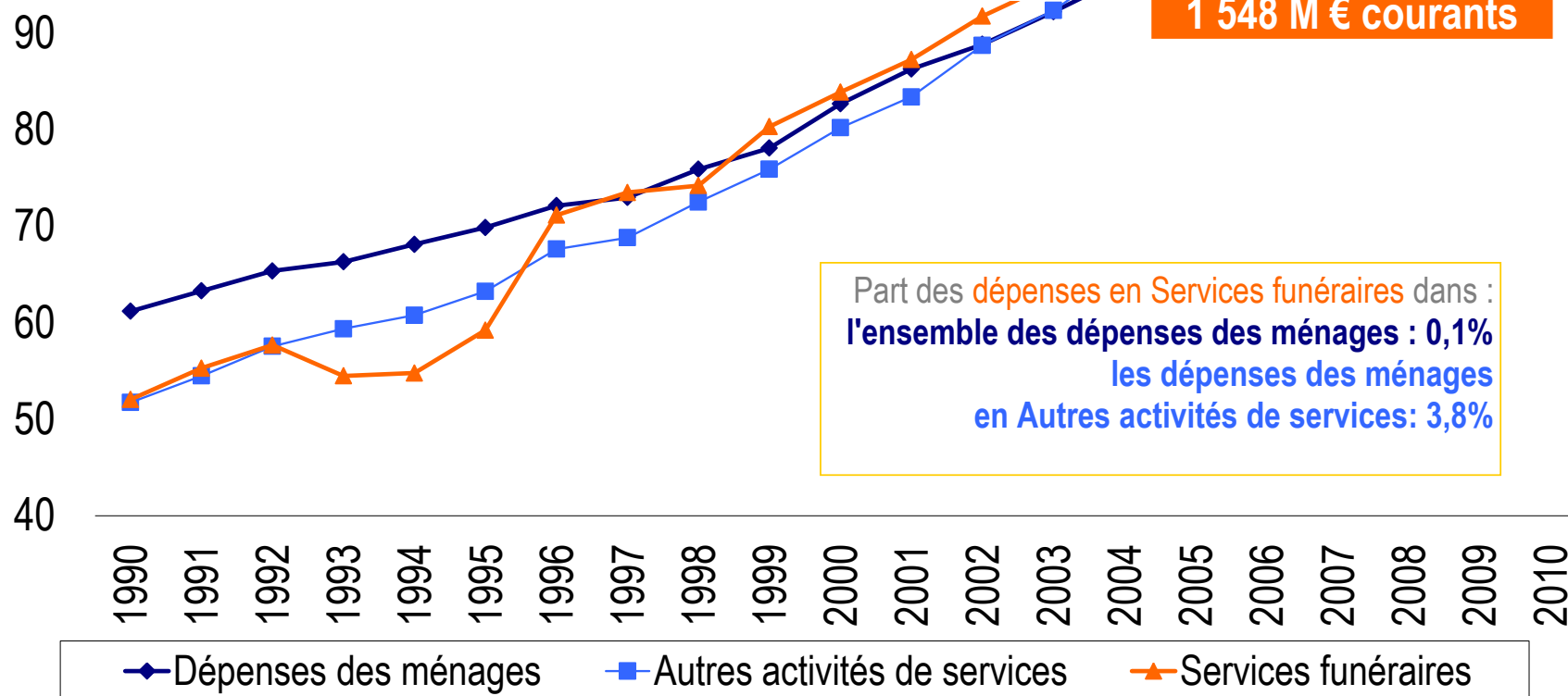


Les dépenses des ménages en services funéraires également affectées par la crise économique

Consommation Effective des Ménages à prix courant (valeur, indice base 100 en 2005)

Evolution annuelle, en %					TCAM	
	2007	2008	2009	2010	1990-2000	2000-2010
Dép. ménages	4,4%	3,2%	-0,6%	2,6%	3,1%	3,3%
Aut. activ. serv.	3,5%	1,5%	-0,6%	3,0%	4,5%	3,4%
Serv. funéraires	2,0%	5,4%	1,9%	1,2%	4,9%	3,0%

Source : Insee

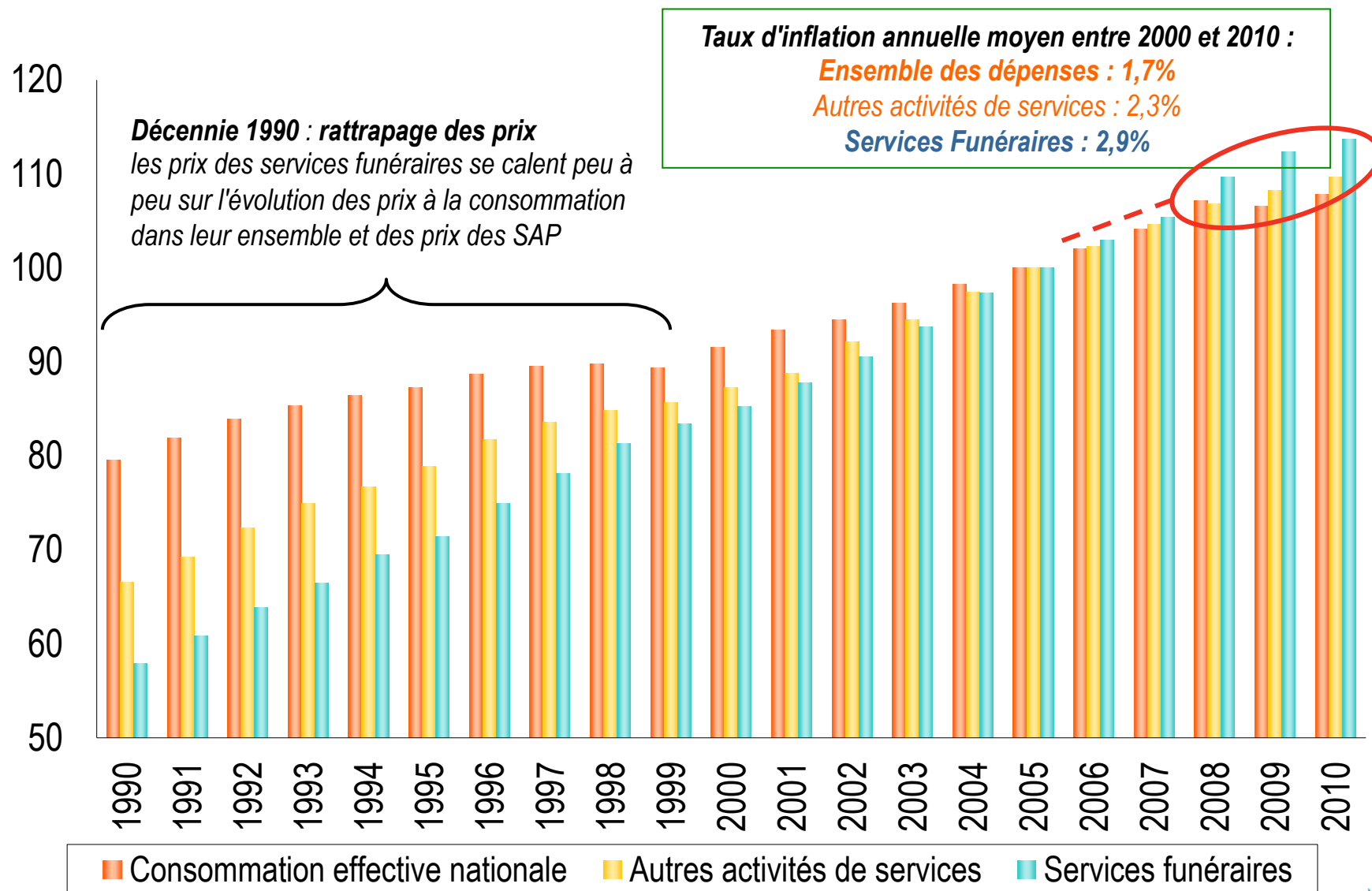


Source : INSEE



La croissance de la consommation en services funéraires est portée par un effet prix favorable ...

Indices de prix de la consommation effective des ménages (base 100 en 2005)

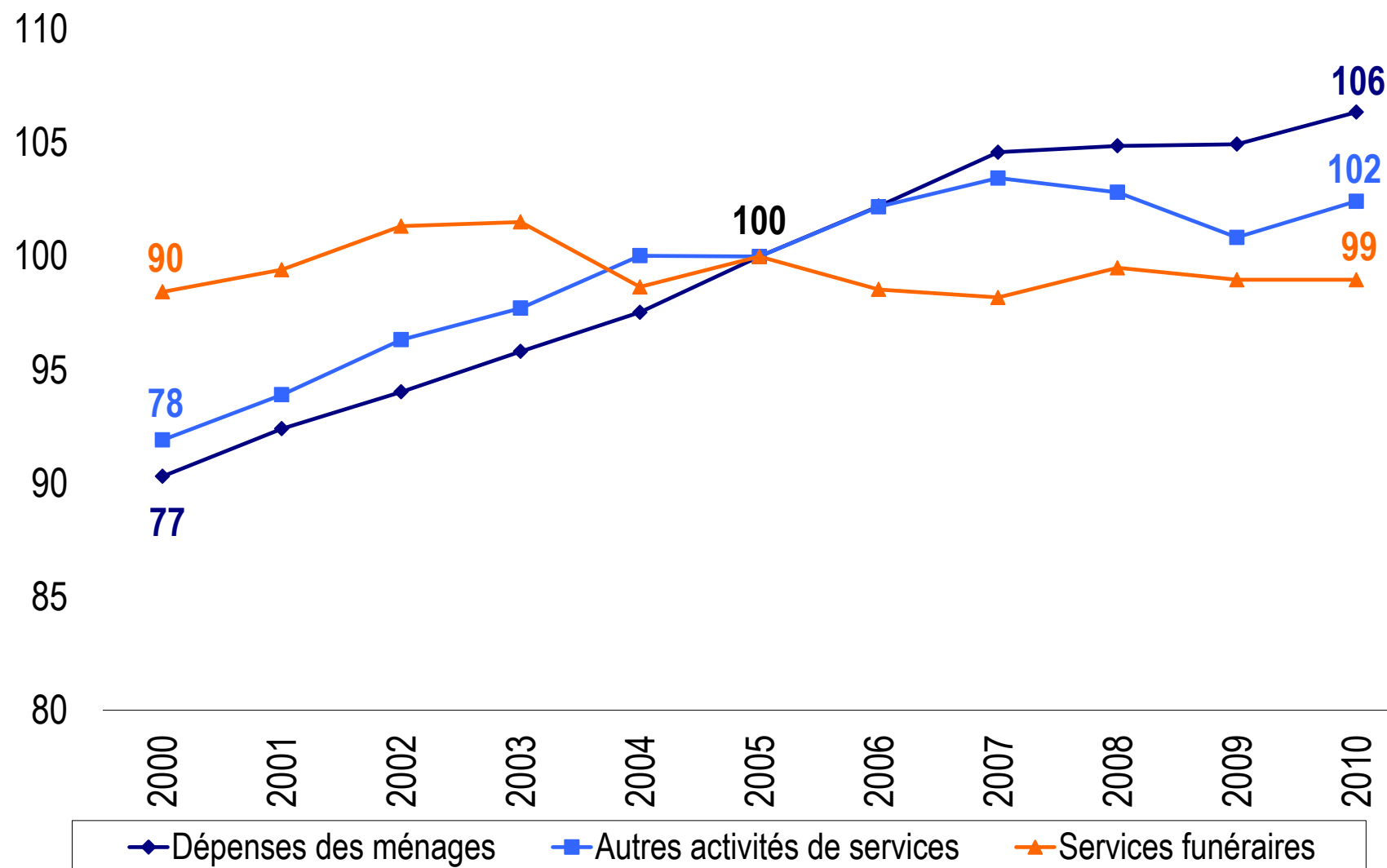


Source : INSEE



... mais hors effet prix les dépenses en services funéraires sont globalement stables depuis 2000

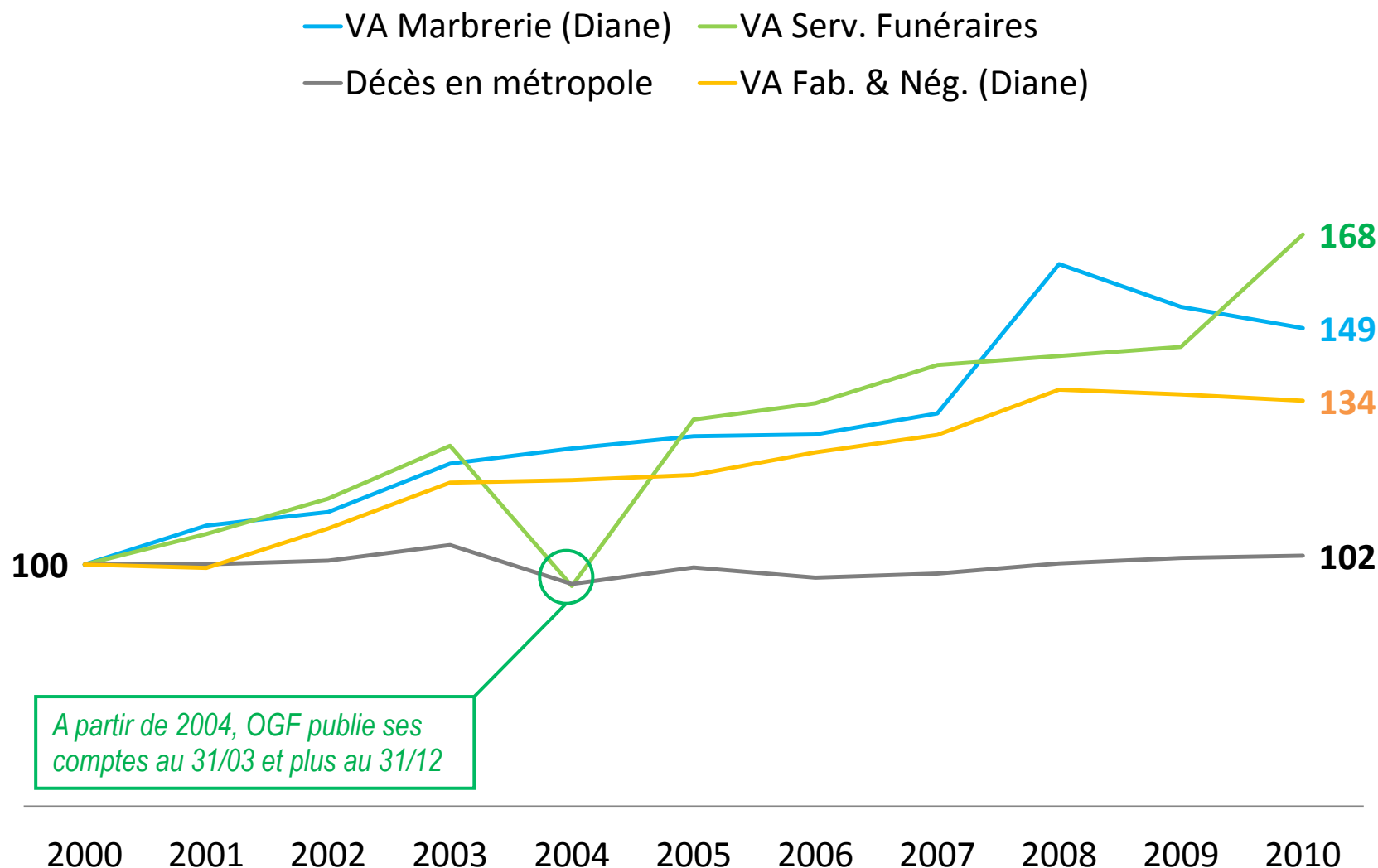
Consommation Effective des Ménages à prix constant (volume, indice base 100 en 2005)



Source : INSEE



Evolution de la valeur ajoutée des acteurs de la filière funéraire (valeur, indice base 100 en 2000) et du nombre de décès

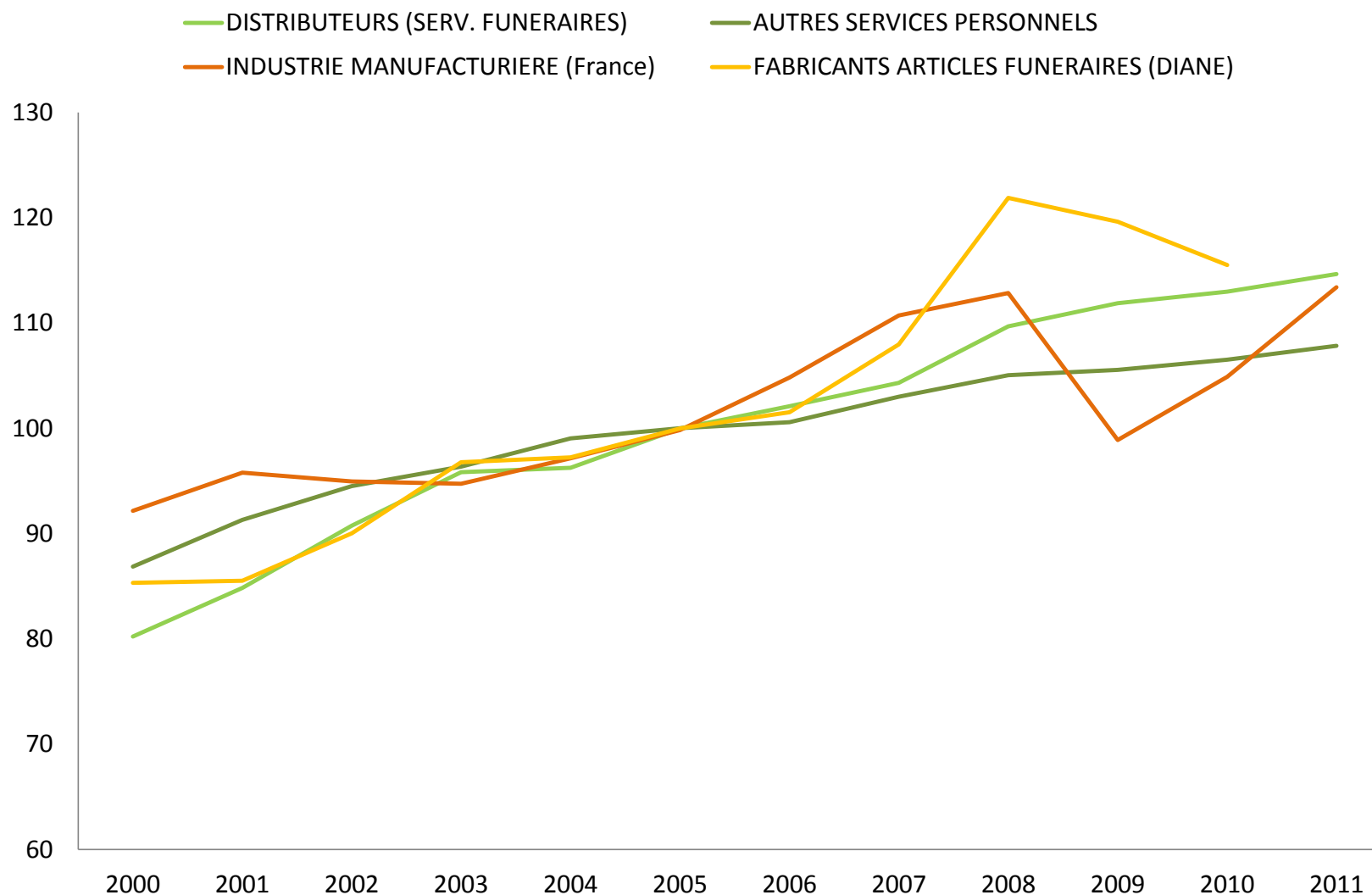


Sources : INSEE EAE et ESANE ; CREDOC à partir de DIANE



Les producteurs d'articles funéraires ont été plus affectés par la crise que les distributeurs

Indice de chiffre d'affaires (en valeur, cvs, base 100 en 2005)

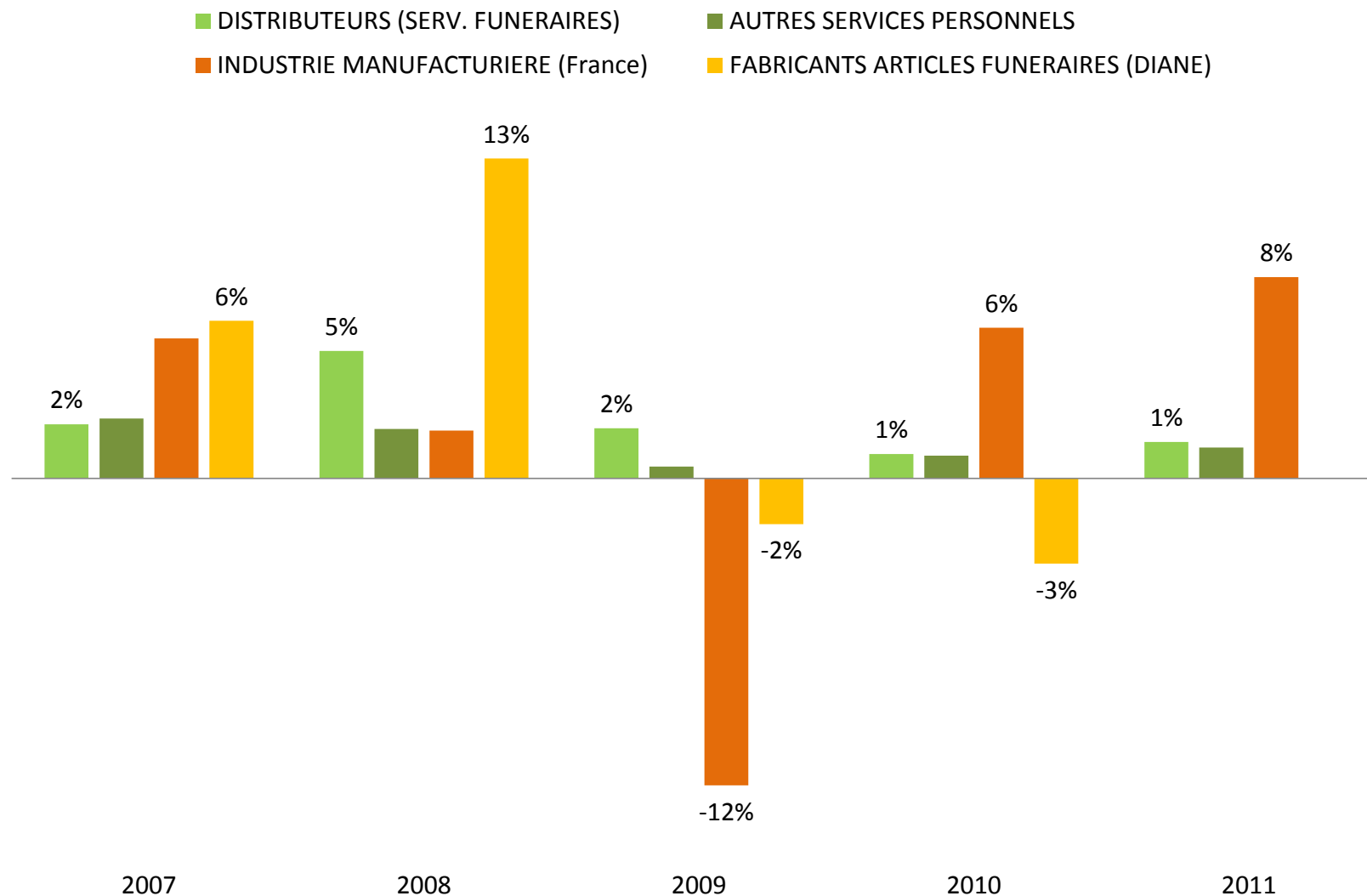


Sources : INSEE ; CREDOC à partir de DIANE



Selon les données de l'échantillon, les producteurs enregistreraient deux années de repli de leur activité

Taux de croissance annuelle de l'indice de chiffre d'affaires (en valeur, cvs)



Sources : INSEE ; CREDOC à partir de DIANE



Evolution de l'indice de chiffre d'affaires : en valeur pour l'industrie et le commerce de gros (CVS-CJO, à l'exception des fabricants d'articles funéraires) et en volume pour les services funéraires et les autres services personnels (CVS-CJO)

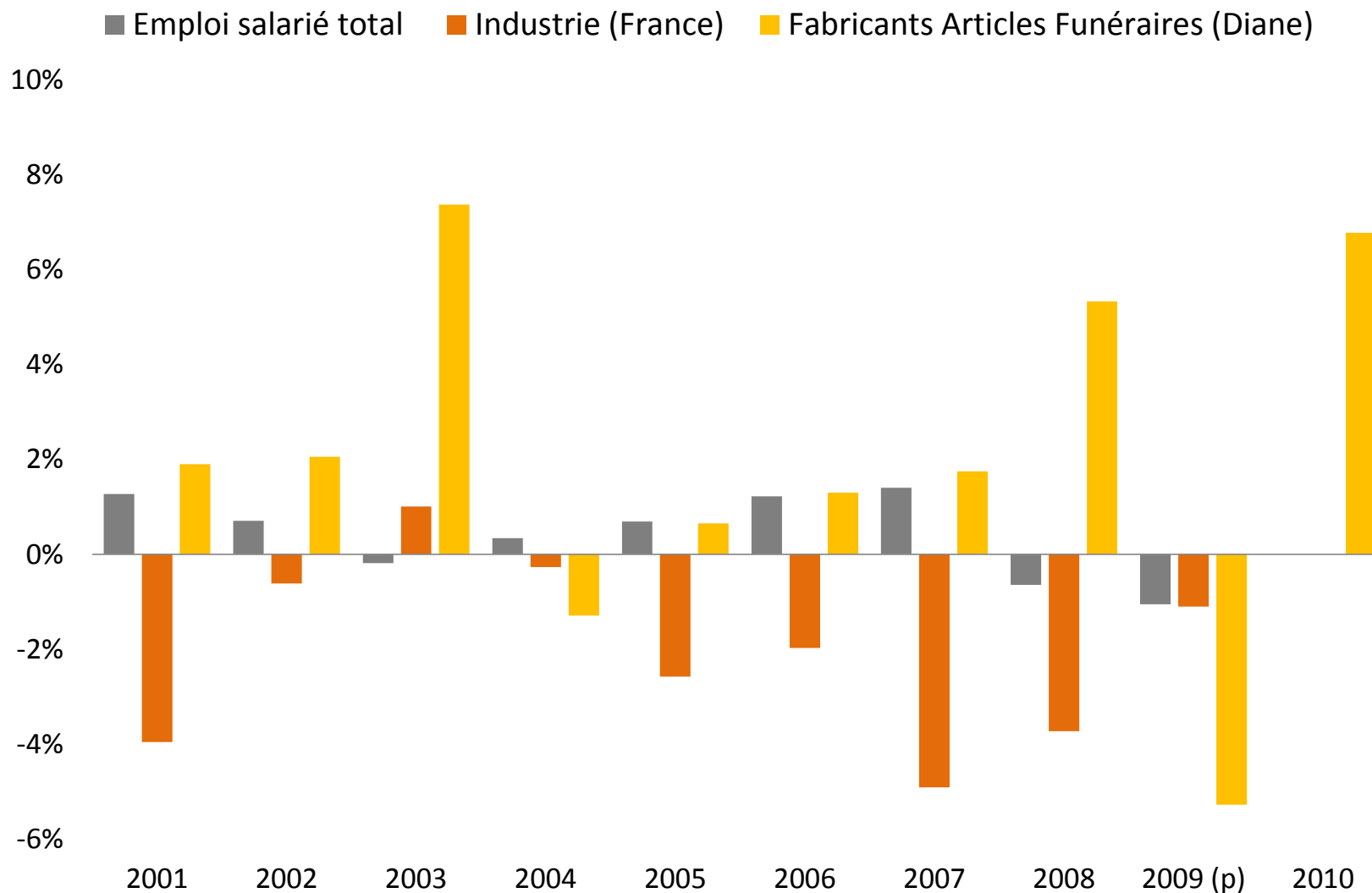
Chiffre d'affaires en valeur, évolution annuelle en %	2007	2008	2009	2010	2011
Fabricants Articles Funéraires	6%	13%	-2%	-3%	nd
<i>Industrie manufacturière</i>	6%	2%	-12%	6%	8%
<i>Commerce de gros</i>	5%	5%	-11%	5%	8%
Distributeurs - Services funéraires	2%	5%	2%	1%	1%
<i>Autres services personnels</i>	2%	2%	0%	1%	1%

Sources : INSEE ; CREDOC à partir de DIANE



En 2009, l'emploi aurait reculé de 4% chez les fabricants d'articles funéraires

Taux de croissance annuelle de l'effectif salarié (en %)



Sources : INSEE ; CREDOC à partir de DIANE



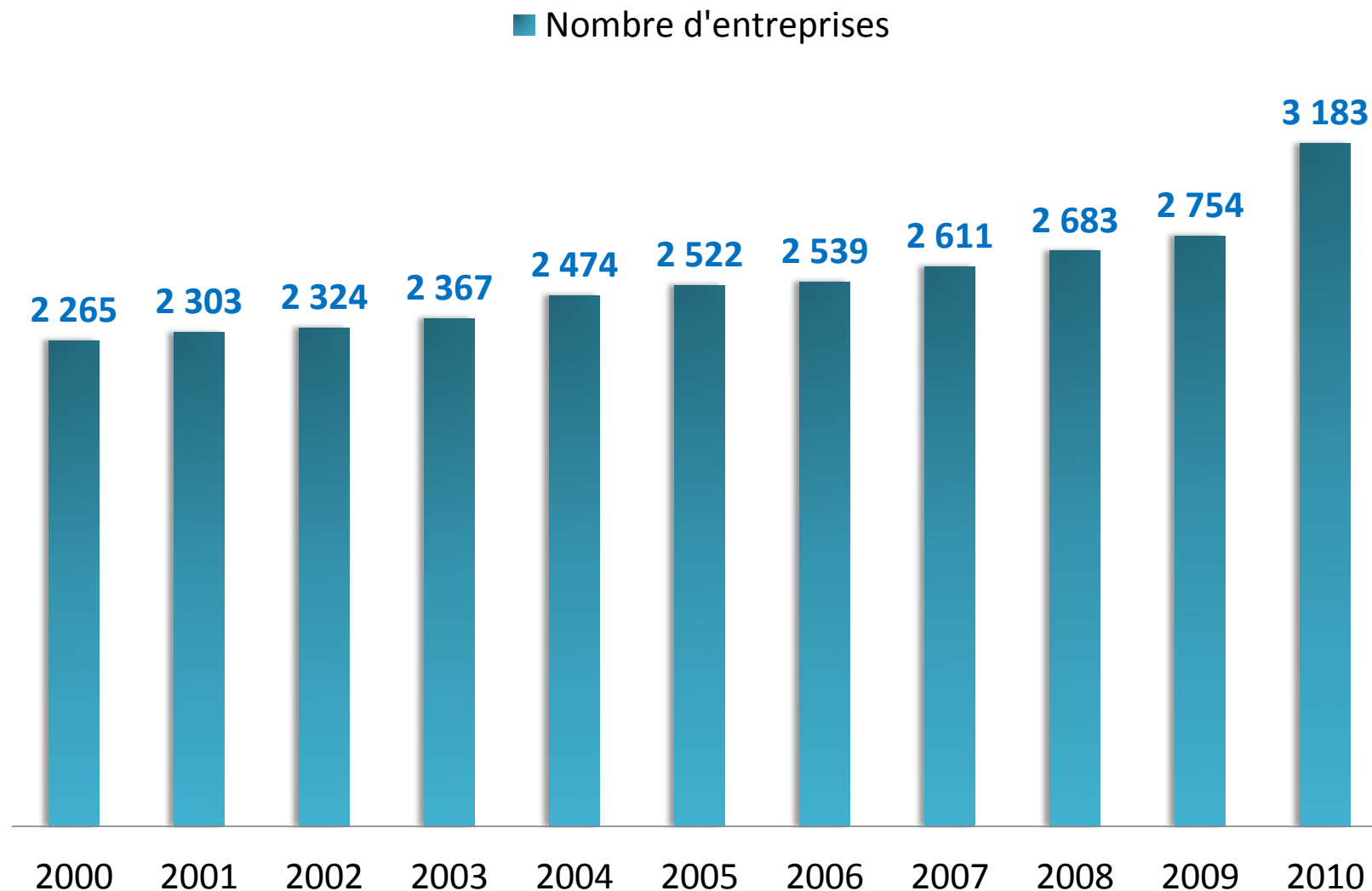
Chiffres clés du secteur des services funéraires (code APE 9603Z)

	Nombre d'entreprises	Chiffre d'affaires (M €)	Valeur ajoutée (M €)	Effectifs salariés (au 31/12)
2009	2 754	1 981	968	21 577
2010	3 183	2 315	1 123	21 898
Variation en %	16%	17%	16%	1%

Source : INSEE ESANE 2009 et 2010



Evolution du nombre d'entreprises des services funéraires (code APE 9603Z)



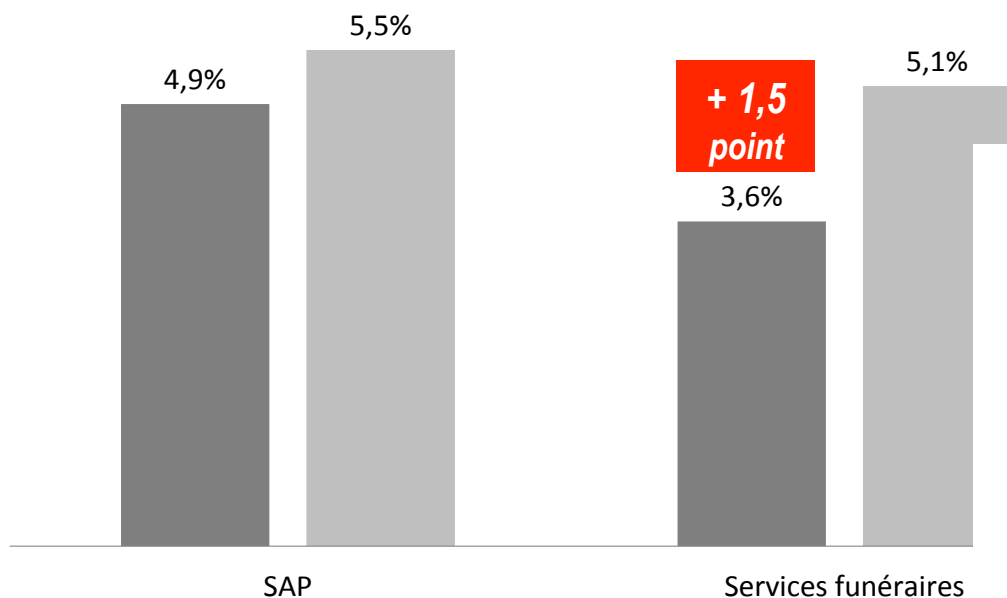
Source : INSEE



Taux de croissance annuelle moyen de l'activité par secteur, en valeur

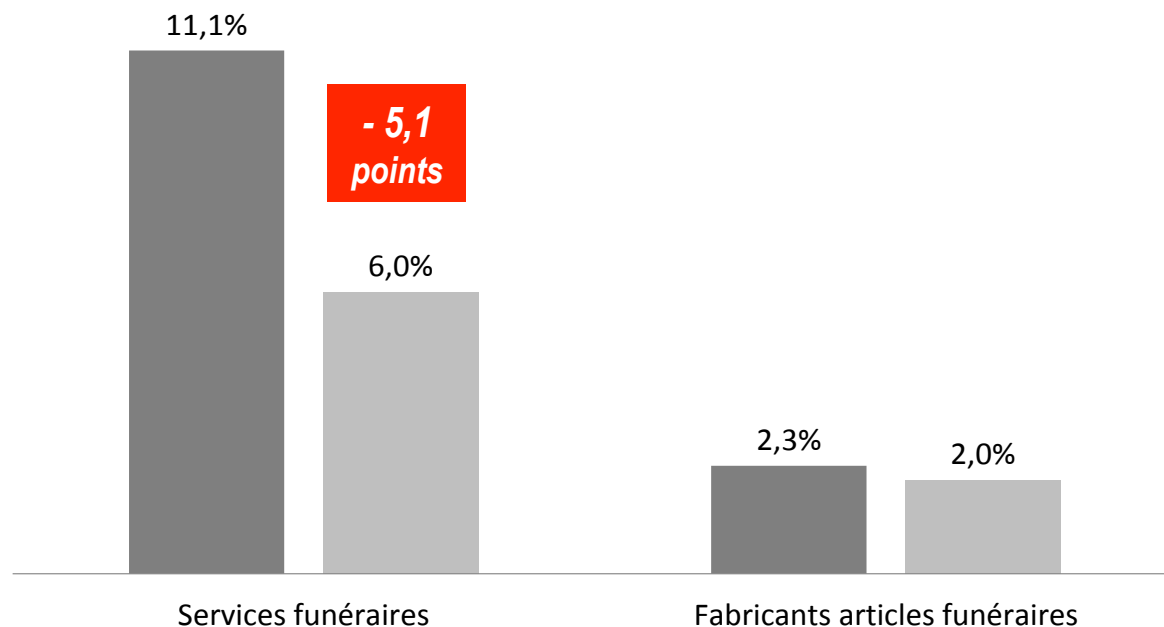
TCAM 2000-2007

■ CA ■ VA



TCAM 2007-2010

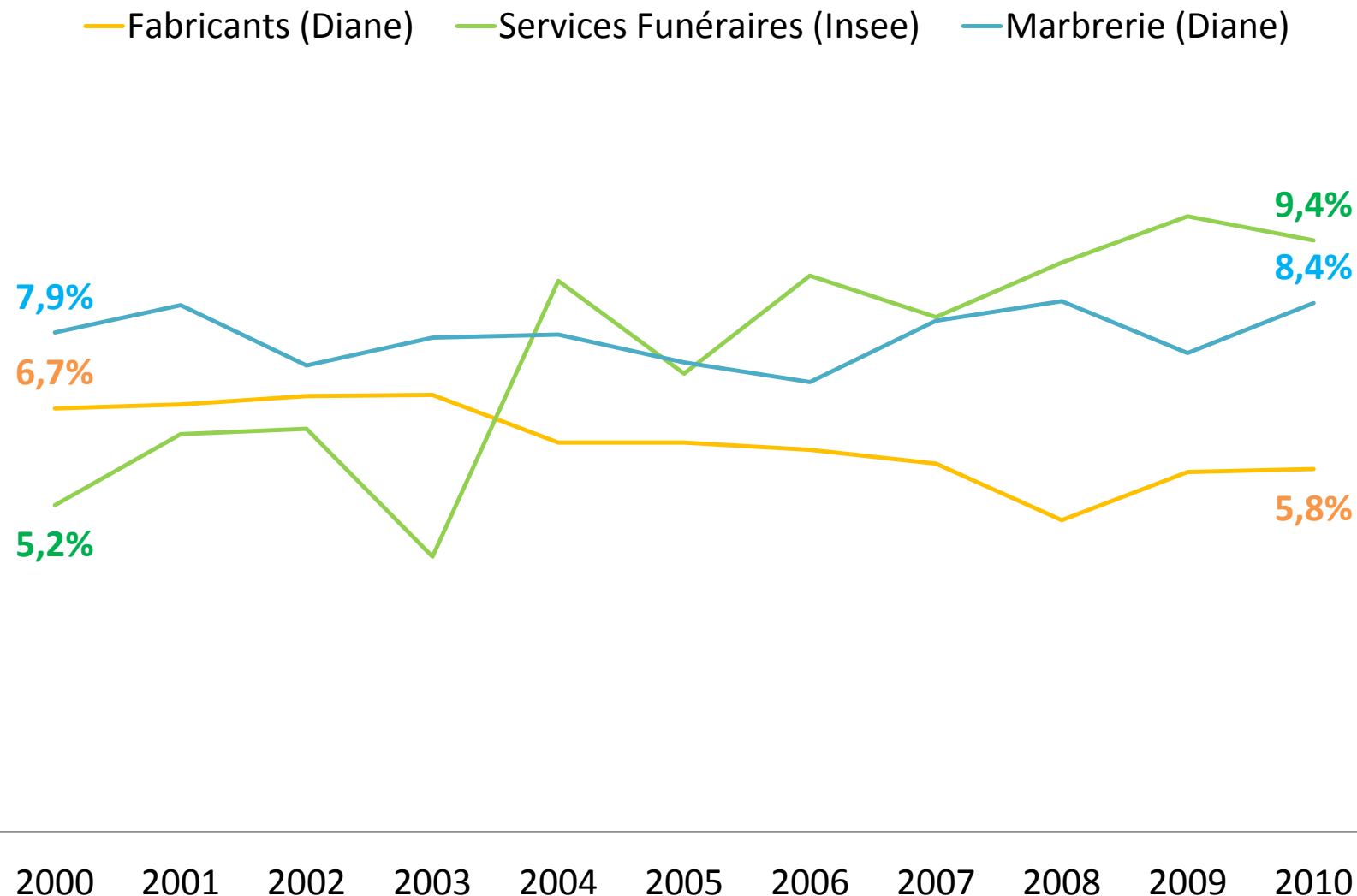
■ CA ■ VA



Sources : INSEE ; CREDOC à partir de DIANE



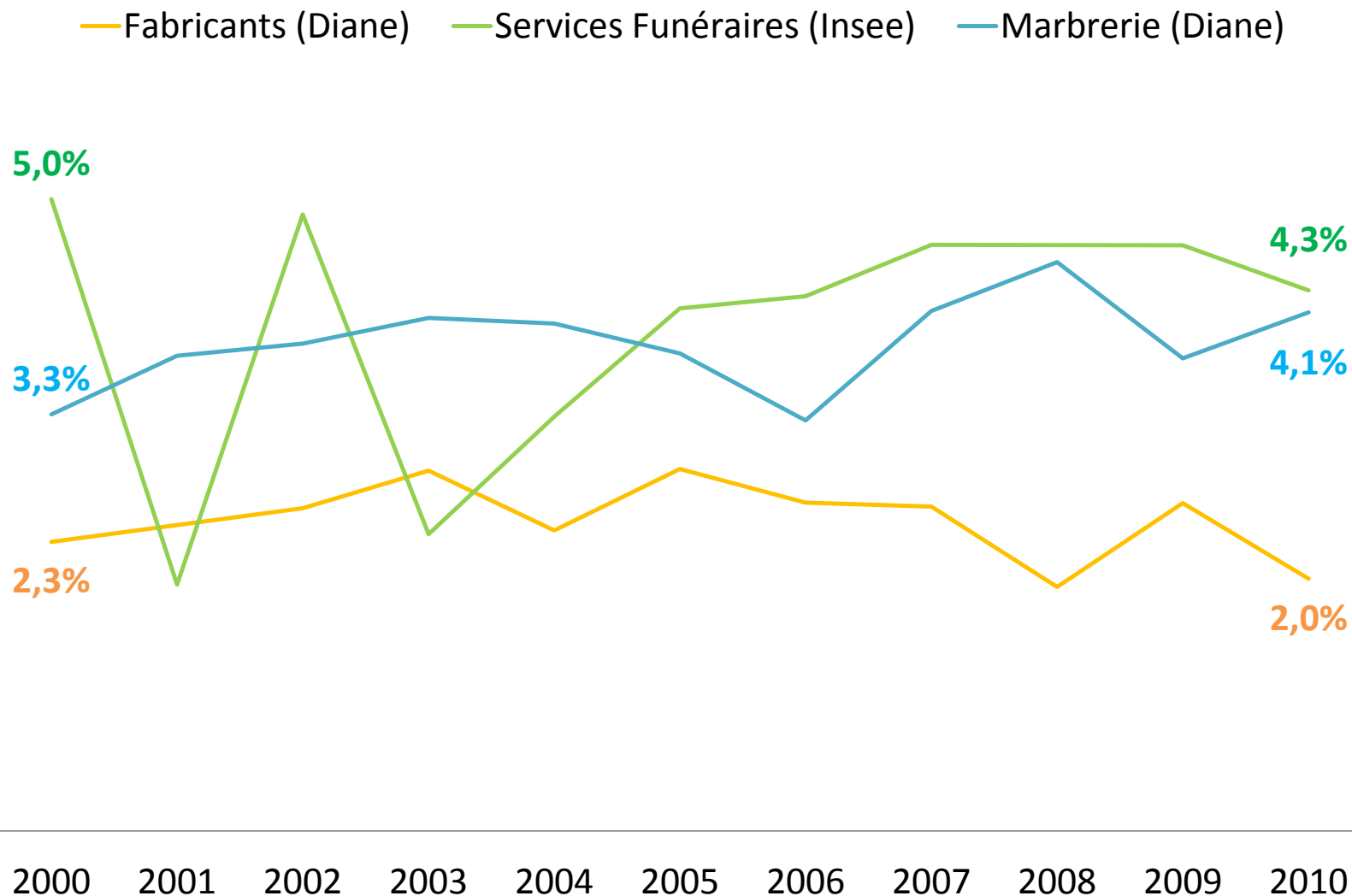
Evolution du taux de marge brute (EBE/CA), en valeur



Sources : INSEE ; CREDOC à partir de DIANE



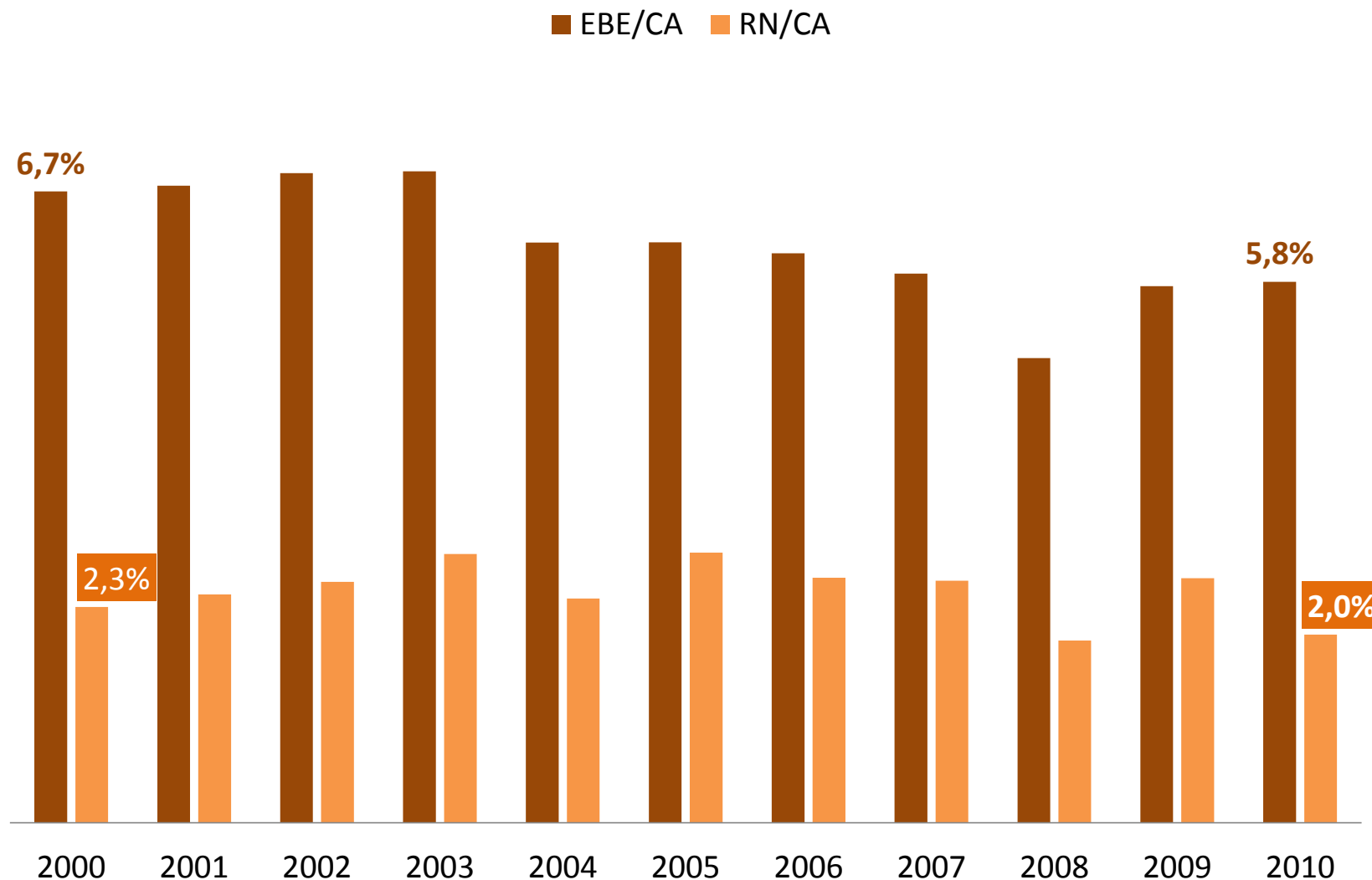
Evolution du taux de marge nette (Résultat net/CA), en valeur



Sources : INSEE ; CREDOC à partir de DIANE



Evolution du taux de marge brut (EBE/CA) et du taux de marge nette (Résultat net/CA), en valeur

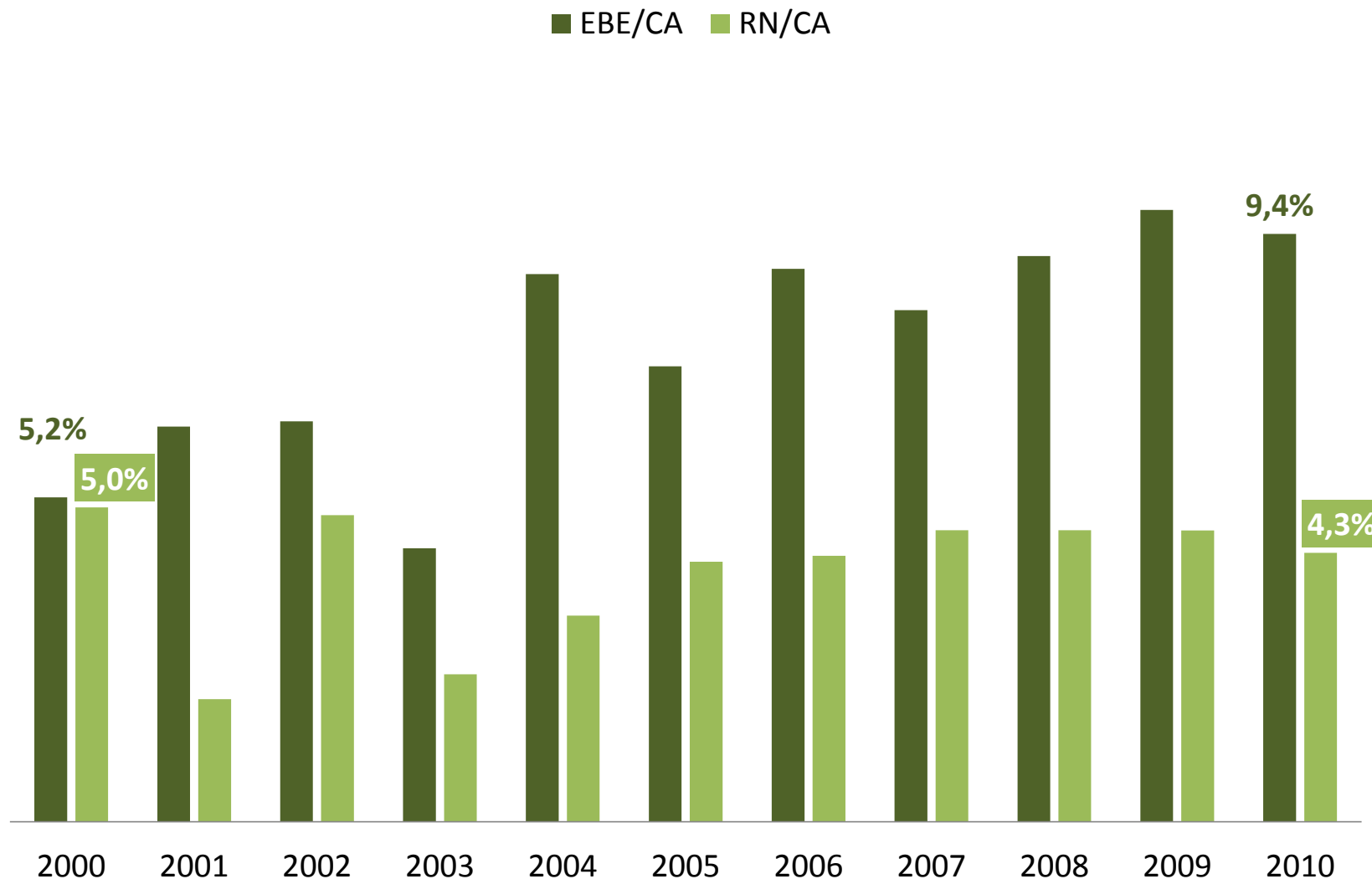


Sources : INSEE ; CREDOC à partir de DIANE



Les entreprises de services funéraires peinent à maintenir leur rentabilité nette sur la période

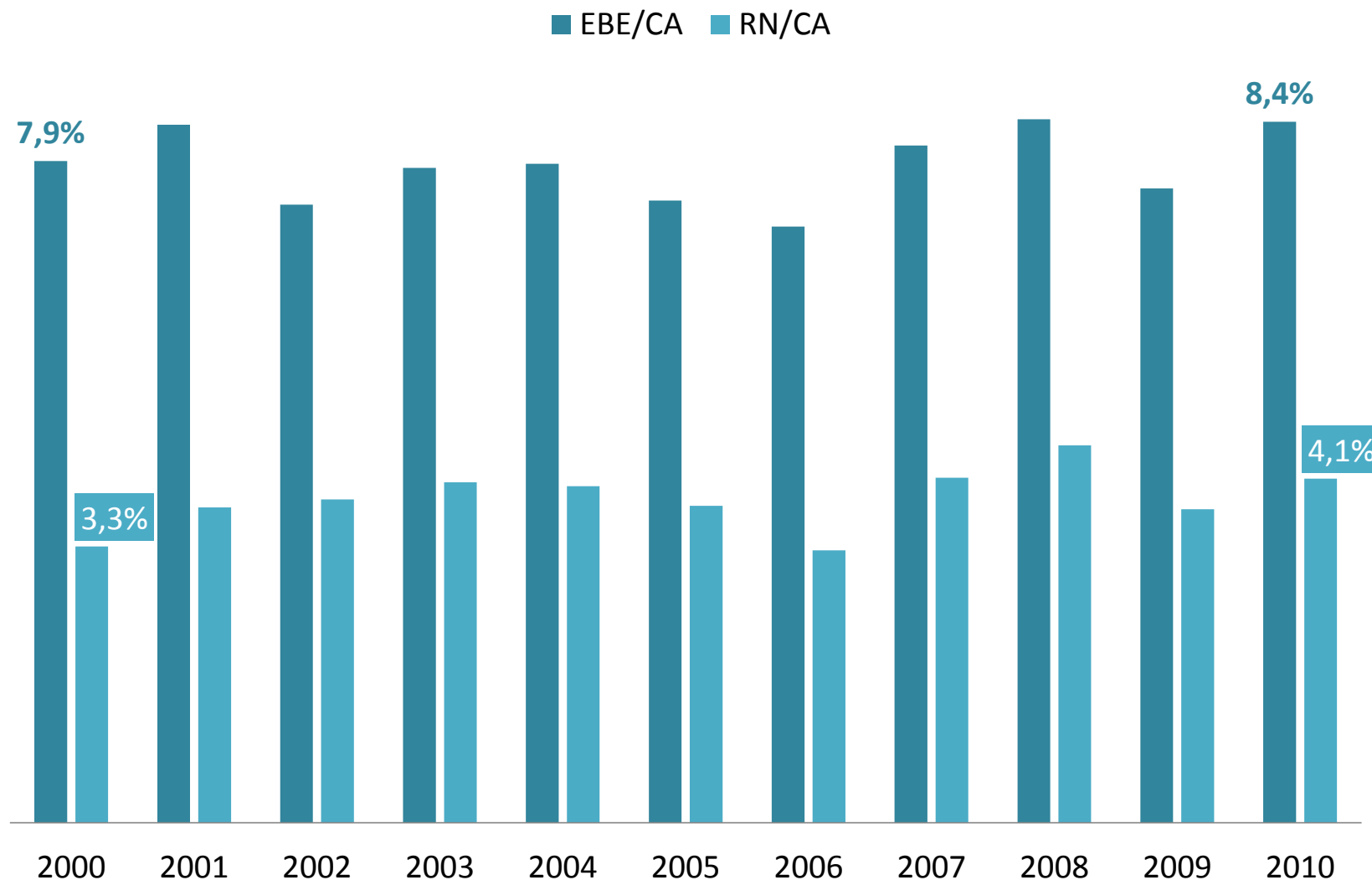
Evolution du taux de marge brute (EBE/CA) et du taux de marge nette (Résultat net/CA), en valeur



Sources : INSEE ; CREDOC à partir de DIANE



Evolution du taux de marge brute (EBE/CA) et du taux de marge nette (Résultat net/CA), en valeur



Sources : INSEE ; CREDOC à partir de DIANE



Portrait économique 2008-2010

Rappel méthodologique

La filière funéraire face à la crise économique de 2009

Matrices Forces / Faiblesses / Menaces / Opportunités



Les atouts

- **Faible sensibilité à la conjoncture économique** (notamment pour les articles de cérémonie)
- **Effort constant de productivité** chez les fabricants
- **Création de valeur par les « marques »**

Et toujours :

- Proximité avec les distributeurs : délais de livraison, gestion des stocks, dépôts vente, diversification de l'offre autour du produit principal...
- Intégration des importations permet de maîtriser les concurrents étrangers
- Savoir-faire technique (qualité artisanale, haut de gamme)
- Spécificité des marchés nationaux et régionaux (niches)

Les points faibles

- **Maintien de surcapacités de production – absence de dynamique de concentration** : concurrence frontale sur certains marchés
- **Coût de la distribution commerciale** (multitude de points de vente)

- Spécificités culturelles et diversité des pratiques du deuil limitent les opportunités d'exportation
- Faible pouvoir de marché face aux distributeurs
- Faible rentabilité (comparativement aux distributeurs)
- « Guerre des prix » (producteurs, importateurs, centrales d'achat)
- Taille des entreprises

Les opportunités

- **Exigence des familles en faveur d'une plus grande transparence dans le rapport qualité / prix des SF** favoriserait les produits moyen / haut de gamme et donc les marges des producteurs
- **Optimisation de la fonction commerciale à partir d'Internet**
- **Accompagner les distributeurs dans leur offre de services aux familles (différenciation)**

- Vers une concentration des acteurs (départs en retraite, cessation d'activité, restructuration des OGF...)
- Inertie des acheteurs (coûts de changement d'un fournisseur)
- Valorisation des savoir-faire et de la qualité *made in France*
- Marché porteur à long terme

Les menaces

- **Hausse tendancielle des prix des matières premières** (bronze, granit, coton, bois...) et tensions sur les approvisionnements au niveau mondial
- **Importations directes** par les fabricants asiatiques
- Concentration des services funéraires (groupes régionaux indépendants, développement des réseaux, nouveaux réseaux)
- Augmentation de la crémation

Source : CRÉDOC-CSNAF / Promo Funéraire, 2012



Les atouts

- **Enrichissement des services** (espace d'accueil «vert », partenariat avec fleuristes...)
- **Renforcement des réseaux et des groupements indépendants**

Et toujours :

- Liberté des prix et pouvoir de marché favorable vis-à-vis des familles et des fournisseurs
- Marges de rentabilité élevées

Les points faibles

- **Image** dégradée de la profession auprès du grand public (prix élevés, « commerce de la mort »)
- **Ressources commerciales** des indépendants insuffisantes pour développer les ventes de contrats prévention obsèque

- Absence de centrale d'achat des services publics
- Politique commerciale qui néglige la valorisation des produits funéraires
- Difficultés de recrutement dans certaines régions

Les opportunités

- Nouvelle **réglementation** sur la formation du personnel

- Marché porteur à long terme
- Contrats obsèques apportent une plus grande visibilité sur l'activité
- Importations (amélioration des marges)

Les menaces

- Renforcement des **exigences des familles** en faveur d'une plus grande transparence dans le rapport qualité / prix des SF

- Nouveaux entrants (Pascal Leclerc, banques, assurances, mutuelles...)
- Surinvestissement dans les crématoriums
- Qualité des produits d'importation

Source : CRÉDOC-CSNAF / Promo Funéraire, 2012

