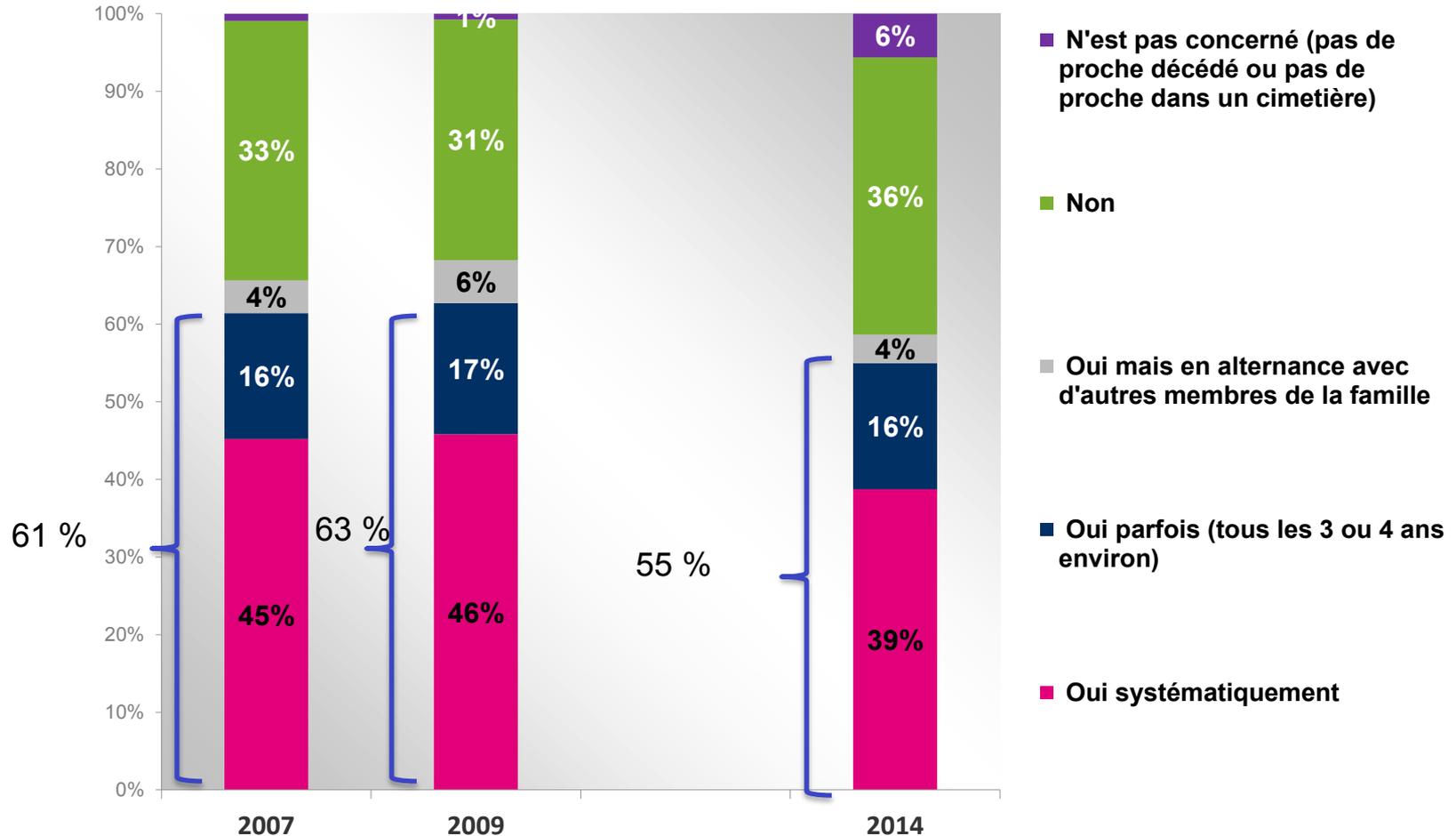


# Moins de visites de cimetières à la Toussaint

A la Toussaint, vous rendez-vous au cimetière où repose un proche (famille, ami) ?

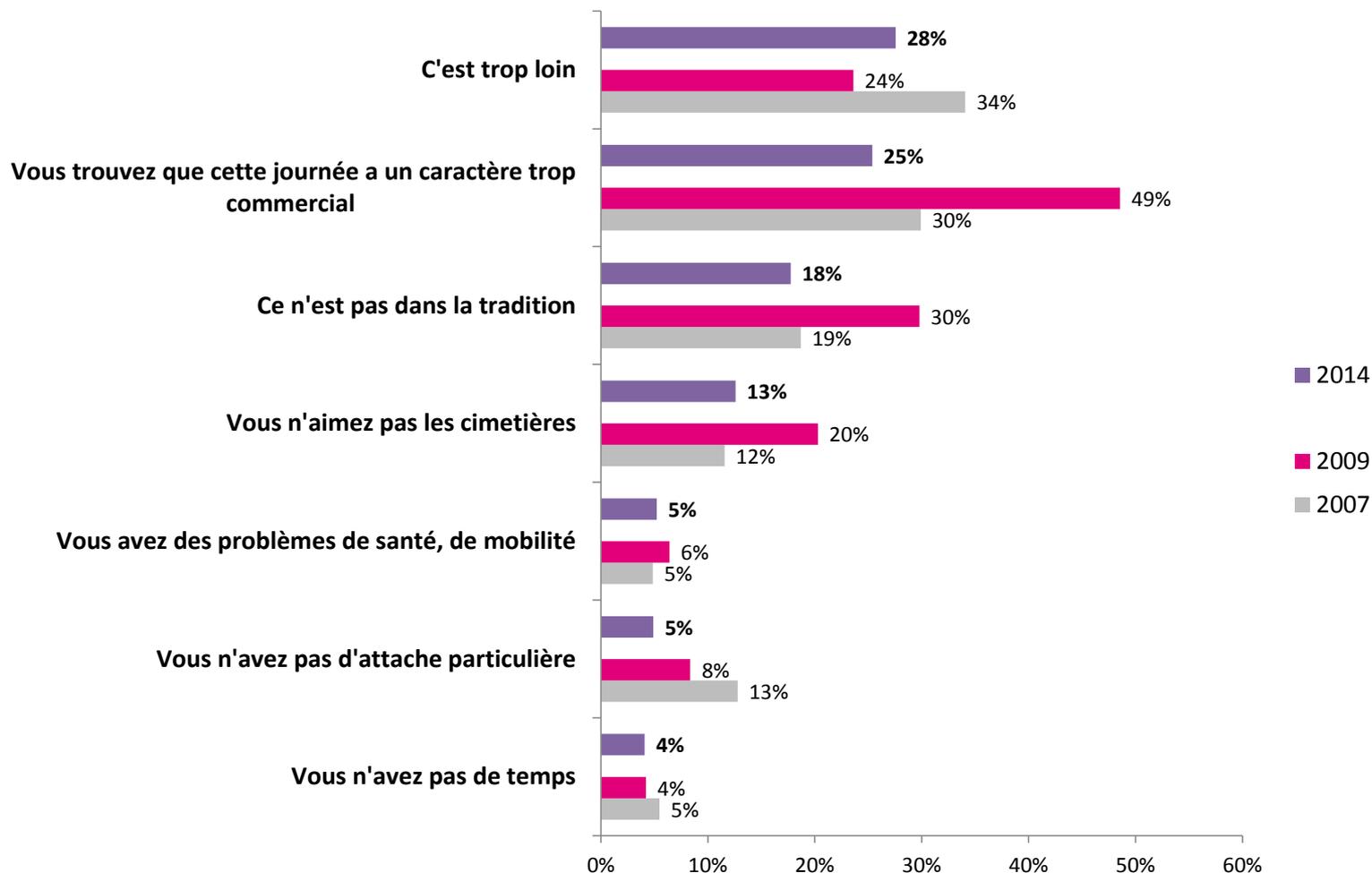
Base 2013 : 1029 individus



# La distance redevient le premier frein à la visite d'un cimetière

## Pourquoi ? est-ce parce que...

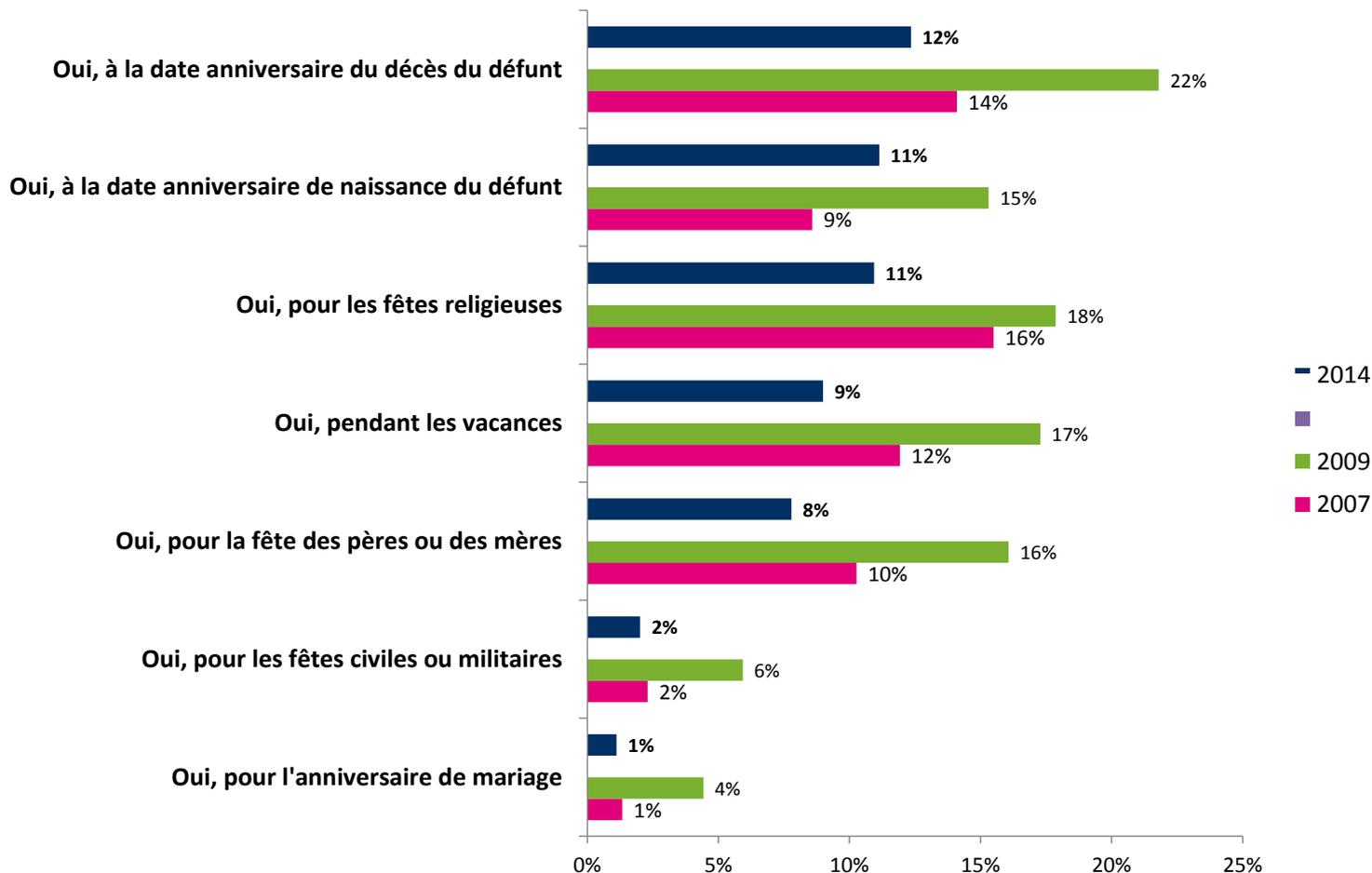
Base 2013 : 368 individus concernés par le décès d'un proche mais ne rendant pas dans un cimetière à la Toussaint



# La date d'anniversaire du défunt reste le moment privilégié pour rendre visite à un défunt

En dehors "de la Toussaint", y a-t-il d'autres périodes fixes dans l'année où vous vous rendez au cimetière ?

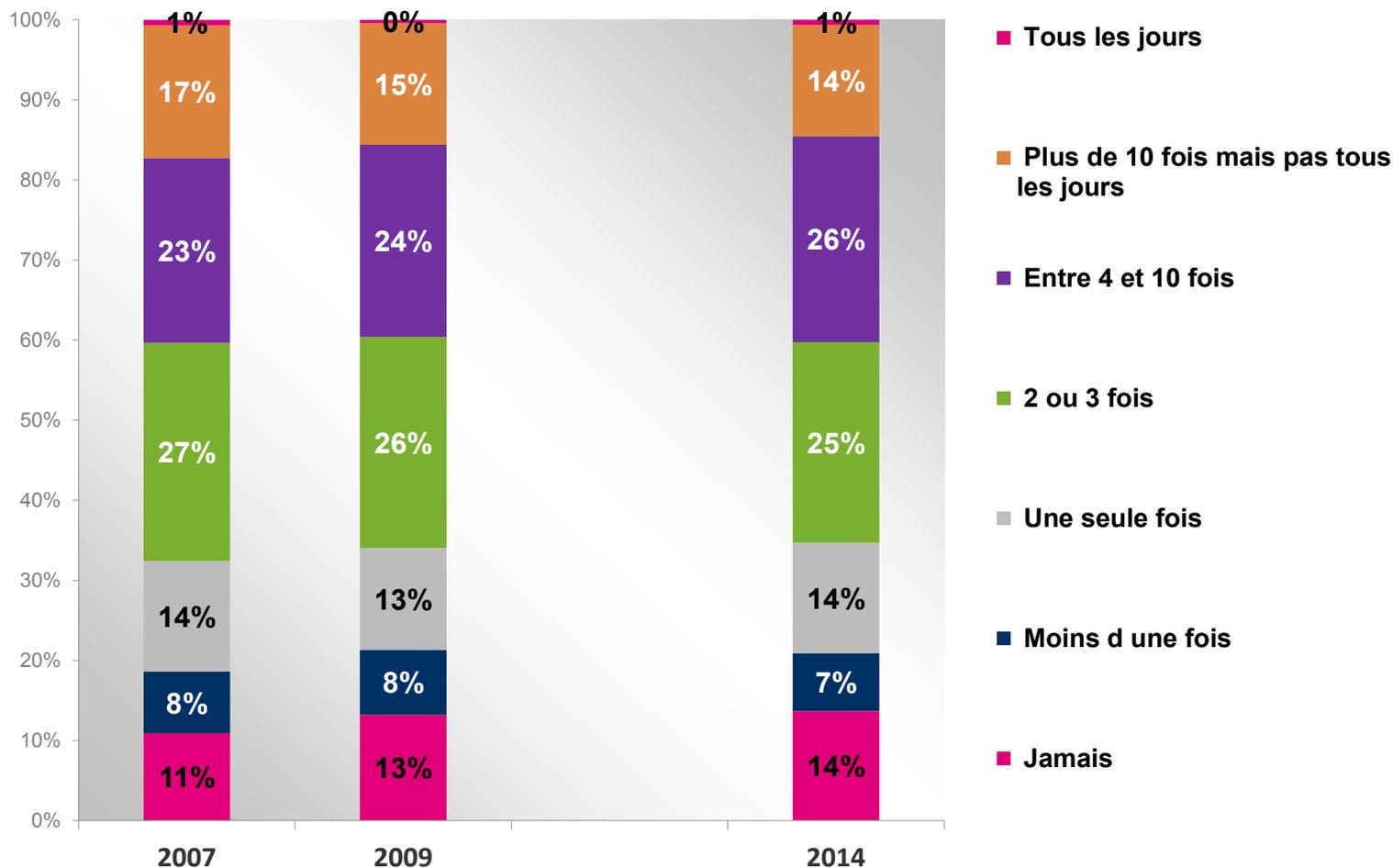
Base 2013 : 1029 individus



# Stabilité de la fréquence des visites de cimetières

Au final, combien de fois par an vous rendez-vous dans un cimetière ?

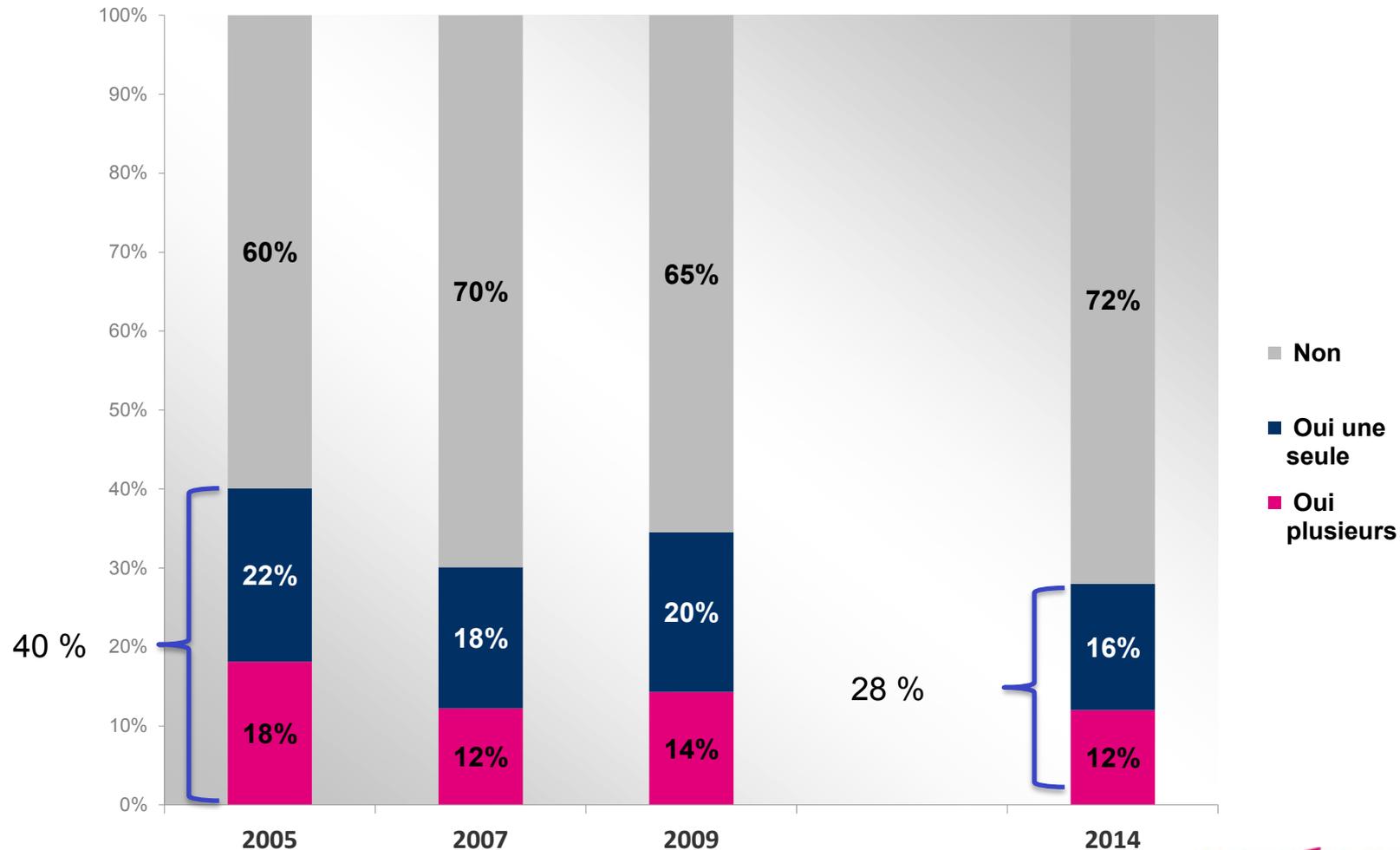
Base 2013 : 971 individus concerné par le décès d'un proche



# Tendanciellemeent : moins de personnes en charge directement de l'entretien d'un monument funéraire

Avez-vous personnellement en charge l'entretien d'un monument funéraire (tombe, monument cinéraire, case de columbarium) ?

Base 2013 : 969 individus



- *METHODOLOGIE*
- *CONTEXTE*
- *ANTICIPER SES FUNERAILLES*
  - ▶ Instructions établies (proches et contrats obsèques)
  - ▶ Choix de sépulture (crémation, inhumation et cérémonie)
- *ORGANISER DES FUNERAILLES*
  - ▶ Image des pompes funèbres
  - ▶ Critères d'achat
- *SE RECUEILLIR*
  - ▶ La visite des cimetières
  - ▶ L'entretien du souvenir



# Près d'une tombe, on se recueille, fleurit et nettoie le monument funéraire

## Que faites-vous lorsque vous vous rendez au cimetière ?

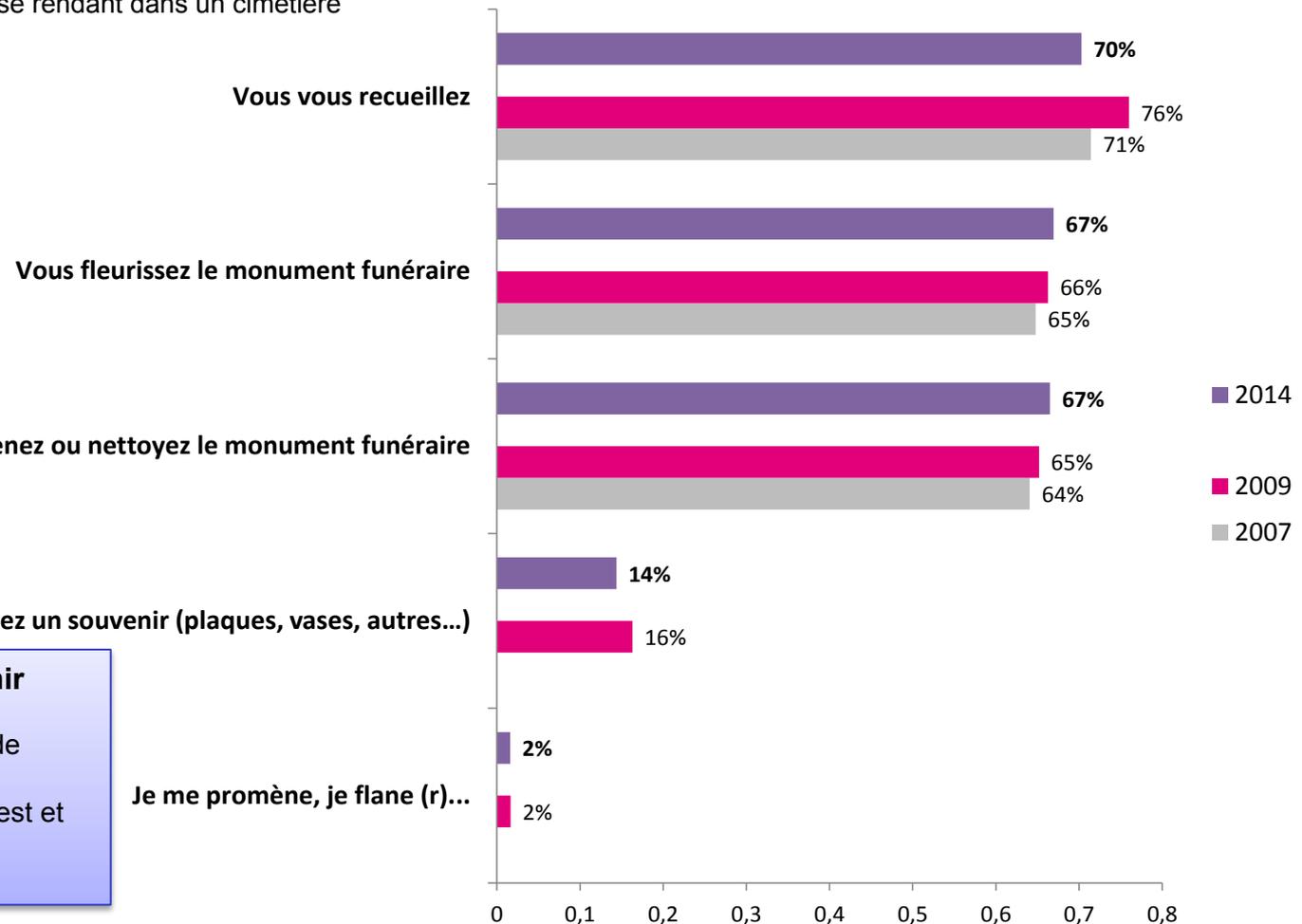
Base 2013 : 838 individus se rendant dans un cimetière

### 67 % Vous fleurissez

82 % chez ceux en charge de l'entretien d'une tombe  
82 % chez les « grands » visiteurs de cimetières  
76 % chez les femmes  
75 % chez les 70-79 ans  
31 % chez les athées

### 14 % Vous apportez un souvenir

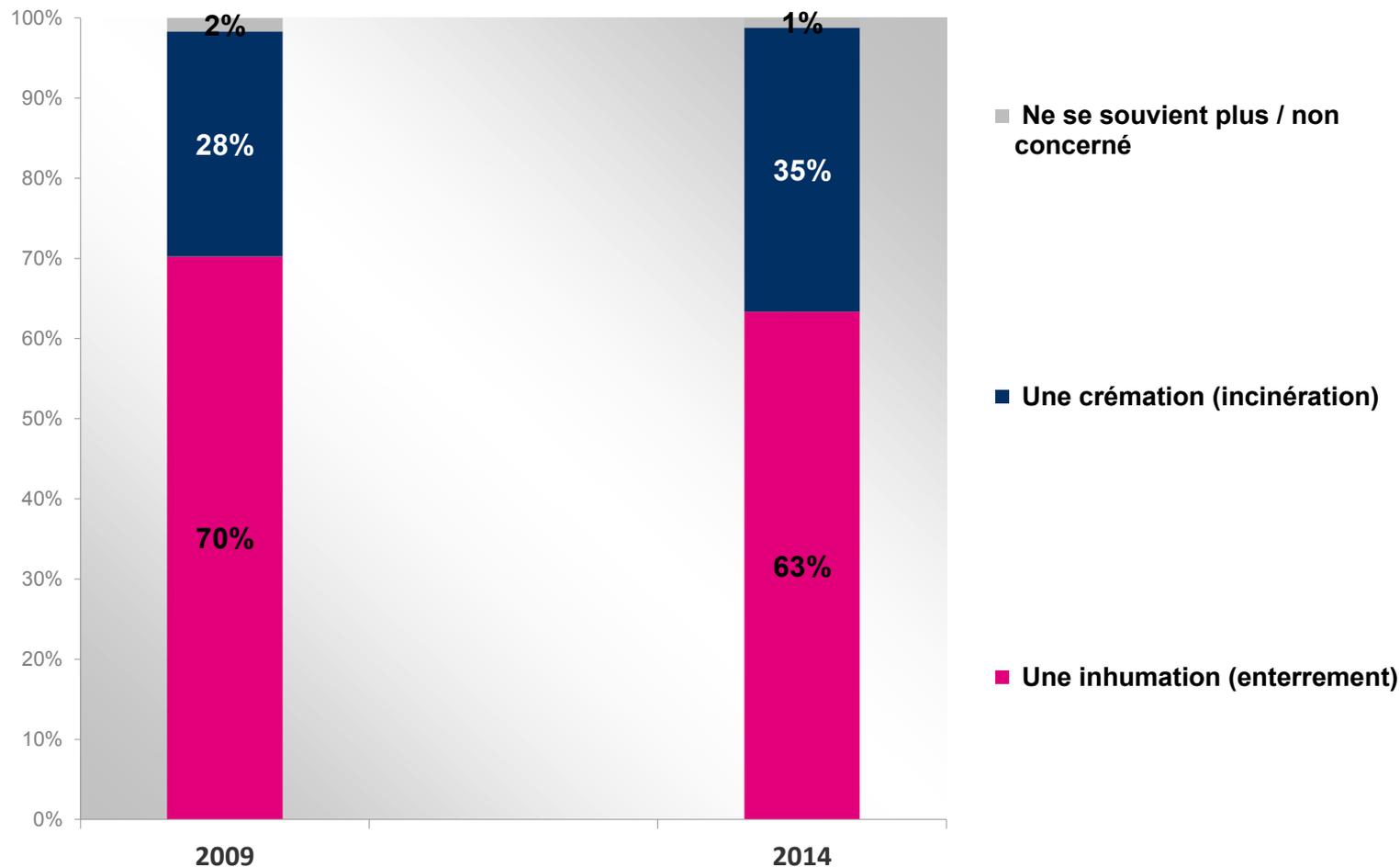
23 % chez les « grands » visiteurs de cimetières  
22 % chez les résidents du Sud-Ouest et  
22 % chez ceux du centre-Est  
8 % chez les athées



# Plus de Français ont assisté à une crémation

La dernière cérémonie d'un proche à laquelle vous avez assisté était...

Base 2013 : 628 individus ayant assisté à une cérémonie depuis 2009



# La visite de la tombe redevient la première façon d'entretenir le souvenir du défunt inhumé

Comment entretenez-vous aujourd'hui le souvenir de ce proche [inhumation]? Cité  
En premier

Base 2013 : 398 individus ayant assisté à une inhumation

## 43 % Se rend sur la tombe

63 % chez ceux qui sont en charge de plusieurs PT

61 % chez les résidents région Nord

59 % chez les résidents de ville moyenne

52 % chez es moins diplômés

49 % chez les catholiques

## 37 % Ne se recueille pas

75 % chez ceux qui ne vont jamais au cimetière

64 % chez les athées

51 % chez les plus diplômés

45 % chez les résidents région Ouest

43 % chez les Franciliens

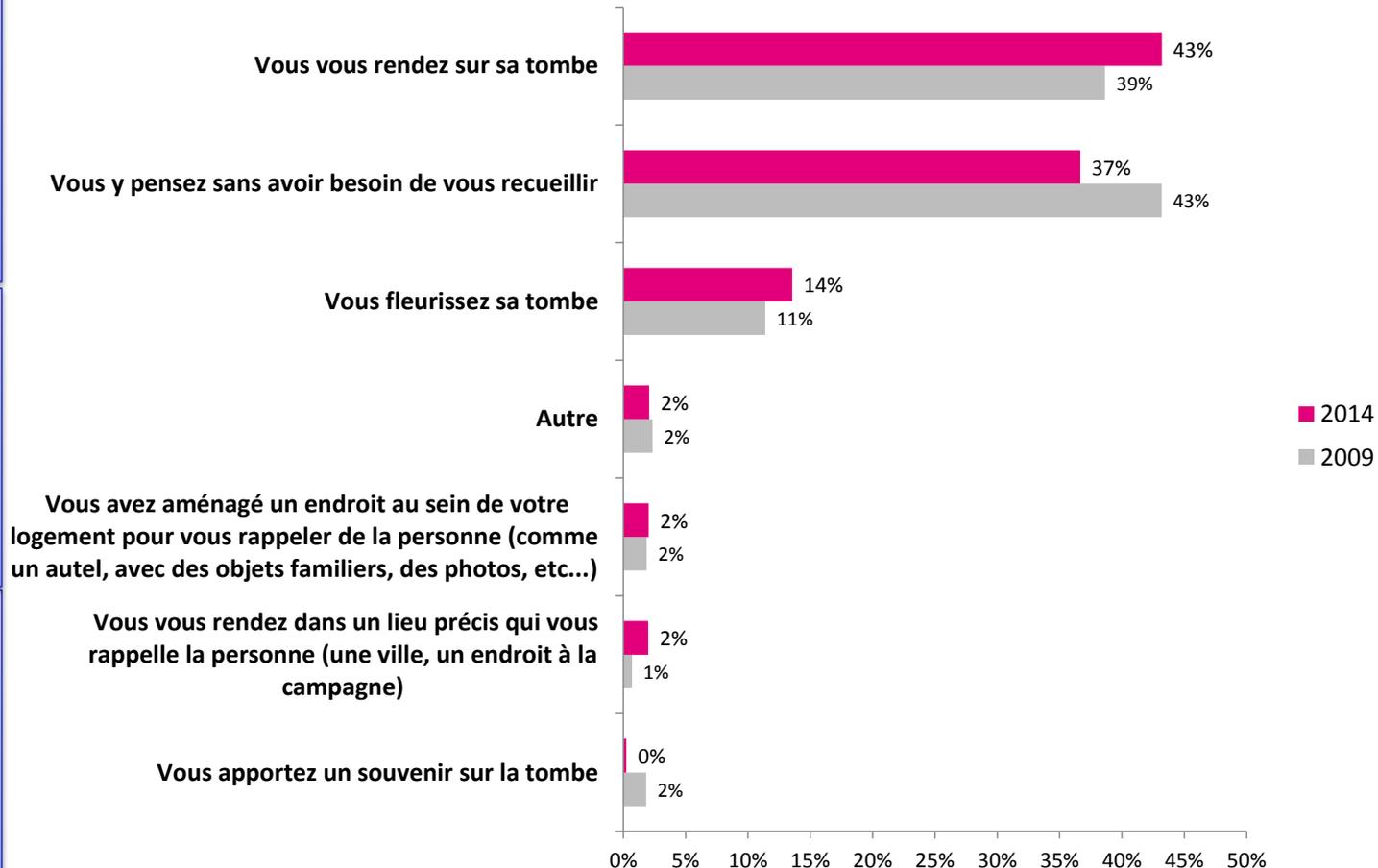
## 14 % Fleurit la tombe

23 % chez les « grands » visiteurs de cimetière

23 % chez ceux qui sont en charge d'une seule pierre tombale

18 % chez les résidents de commune rurale

18 % chez les résidents Est

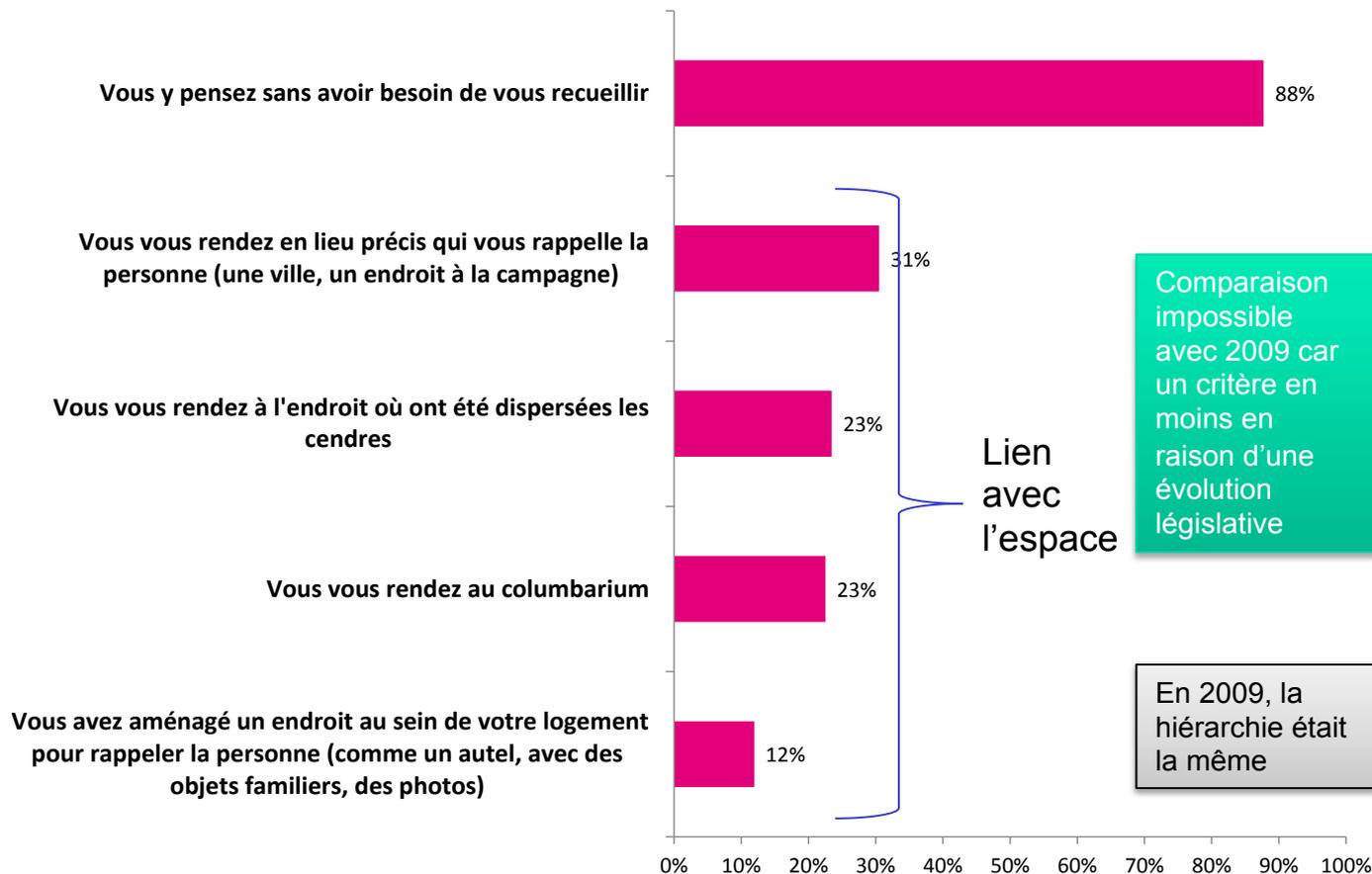


# Par rapport au défunt inhumé, le souvenir du défunt crématisé est moins lié à l'espace et à sa trace

Comment entretenez-vous aujourd'hui le souvenir de ce proche [crémation] ?  
(plusieurs réponses possibles)

Base 2013 : 223 individus ayant assisté à une crémation

**88 % Ne se recueille pas**  
**95 % chez les plus diplômés**  
**91 % chez les 50-59 ans**



# Les fleurs fraîches constituent le produit ayant été acheté (au moins une fois) par le plus de personnes

Avez-vous déjà acheté...

Base 2013 : 813 répondants

Flowers fresh and plants for an ornament

82%

**44% Plaques funéraires**

59 % chez les « grands »  
visiteurs de cimetières  
49 % chez les revenus  
modestes  
49 % chez les 50-59 ans

Plaques funéraires

44%

Flowers artificial ornaments

29%

Vases or decorative planters

24%

**24 % Vases**

51 % chez les « grands »  
visiteurs de cimetières  
46 % chez ceux ayant la  
charge de plusieurs tombes  
28 % chez les catholiques  
28 % chez les plus âgés

Couronnes d'ornements

19%

**19 % Couronnes**

85 % chez les plus jeunes  
26 % chez visiteurs  
« intermédiaires » de  
cimetières (2-3 fois/an)

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90%

**82 % Fleurs fraîches**

94 % chez ceux ayant la charge de  
plusieurs tombes

93 % chez les « grands » visiteurs  
de cimetières

87 % chez les catholiques

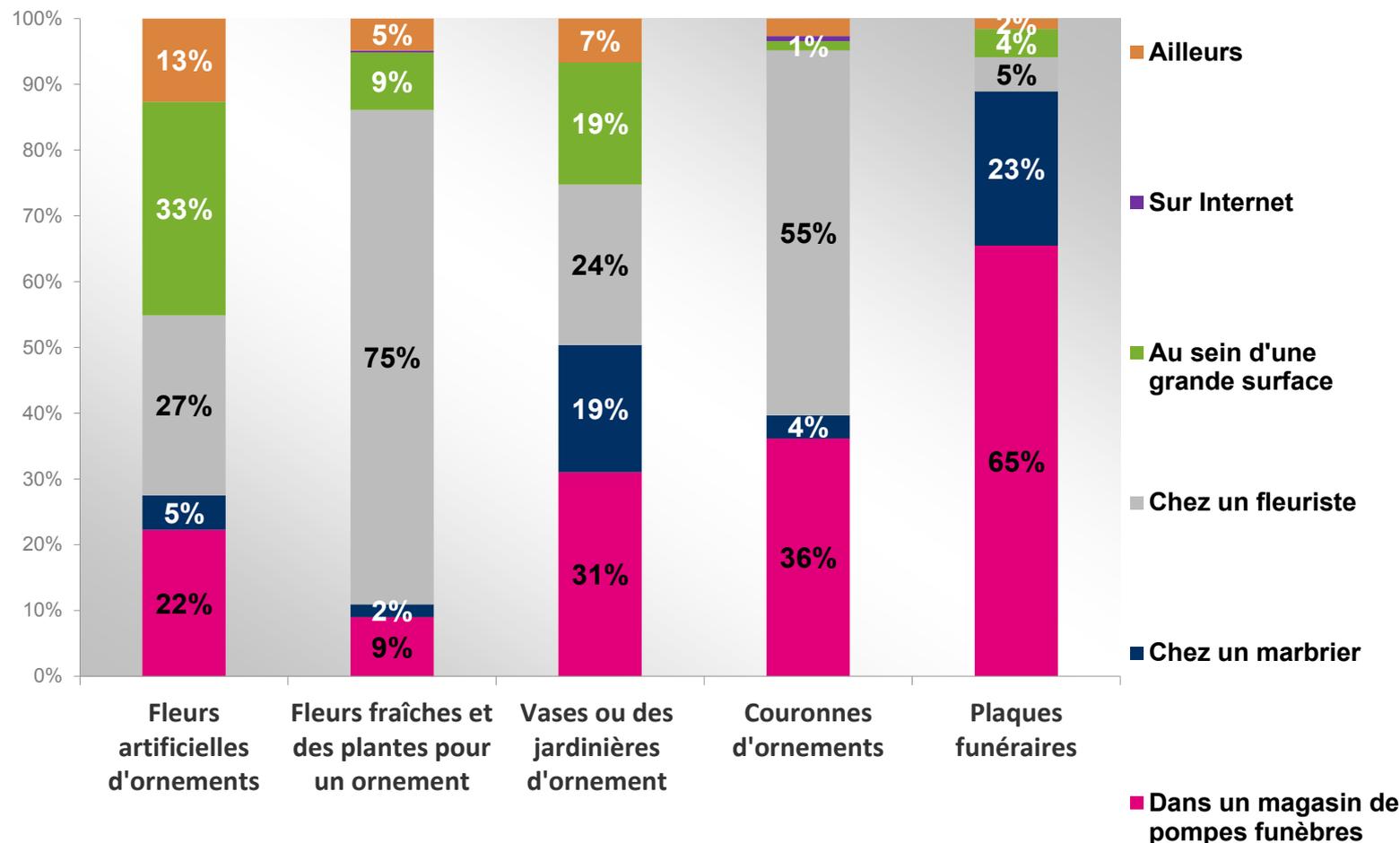
85 % chez les femmes

85 % chez les 80 ans et plus

# Les fleuristes et les PF sont les plus sollicités pour l'achat de produits d'ornement

## Où les avez-vous acheté la dernière fois ?

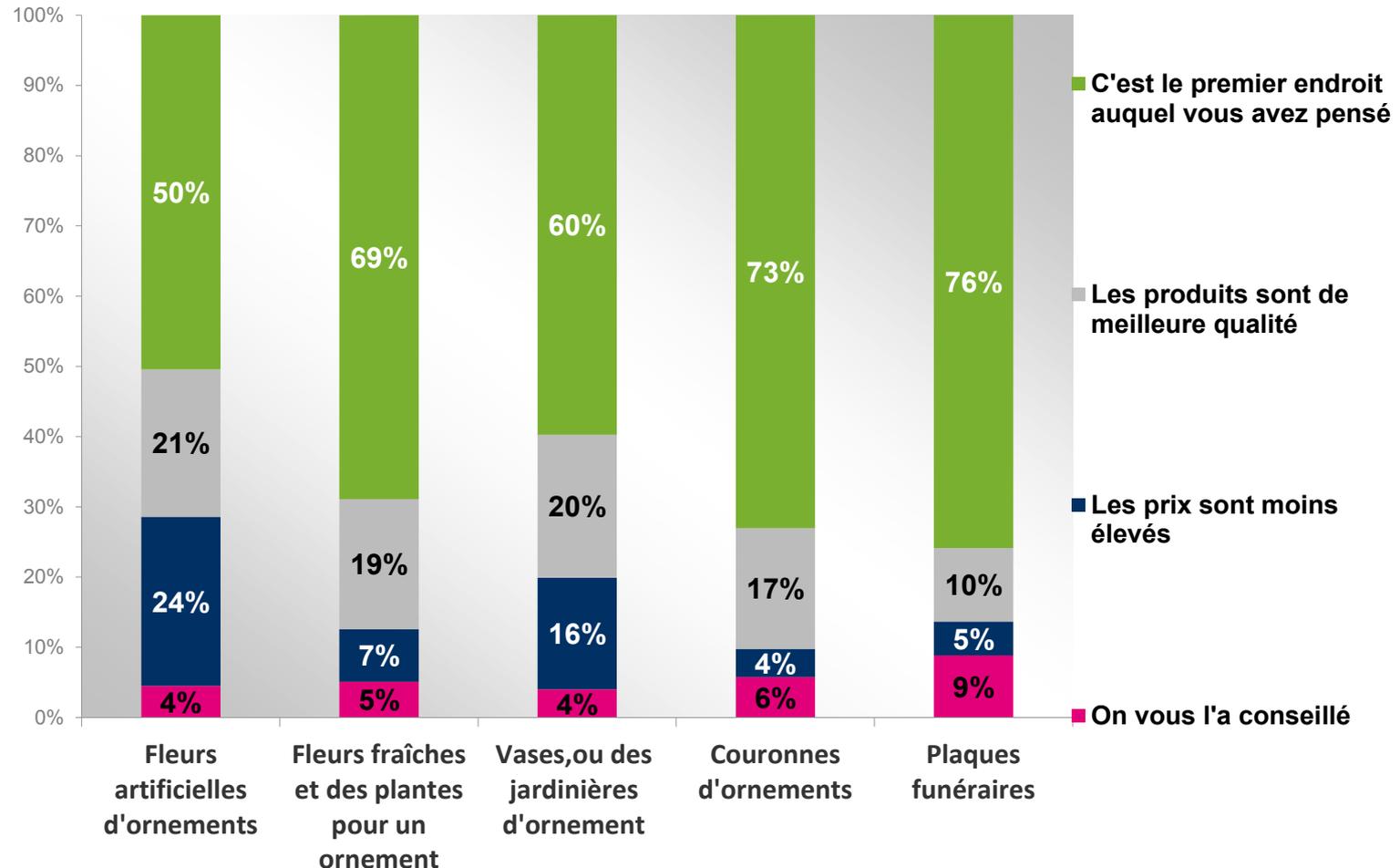
Base 2013 : individus ayant acheté les objets en question



# Peu de comparaison avant l'achat d'un produit d'ornement

## Pour quelle raison avez-vous privilégié ce circuit de vente ?

Base 2013 : individus ayant acheté les objets en question



## ■ *Fréquentation des cimetières*

- ▶ *Baisse de la fréquentation des cimetières durant la Toussaint (problème de distance et critique de la société de consommation)*
- ▶ *Stabilité de la fréquentation des cimetières*
- ▶ *Moindre proportion de Français en charge de l'entretien d'une tombe*

## ■ *Types de recueillement*

- ▶ *Capacité d'abstraction supérieure pour les Français cherchant à se souvenir d'un défunt crématisé.*
- ▶ *Les PF et les fleuristes sont sollicités pour l'ensemble des produits du souvenir*
- ▶ *Le recours à Internet est quasiment nul et la comparaison avant achat de produits du souvenir est peu fréquente*

## ■ ANTICIPATION

- ▶ *De plus en plus de Français anticipent leurs obsèques : volonté d'être acteur de sa mort et de ne pas être un poids (économique et logistique) pour ses proches*
- ▶ *Le rapport aux traces et à l'espace différent selon l'âge, quelques soient les choix de sépulture envisagés.*

## ■ ORGANISATION

- ▶ *Comme dans la grande consommation, l'intangible et la personnalisation prennent une part croissante dans leurs attentes.*
- ▶ *Par contre, le prix bas importe uniquement pour les plus modestes et les plus jeunes*
- ▶ *La propension à payer plus pour des produits made in France est plus forte pour les produits dont le prix perçu est le plus bas*
- ▶ *Pour les Français attachés à l'inhumation, les obsèques comportent une forte dimension sociale.*
- ▶ *5 % des Français ont déjà utilisé Internet pour organiser des obsèques (40 % seraient prêts à l'utiliser pour se renseigner sur les démarches à suivre et 31 % pour faire un devis).*

## ■ RECUEILLEMENT

- ▶ *Stabilité de la fréquentation des cimetières en dépit de la moindre proportion de Français en charge de l'entretien d'une tombe.*
- ▶ *Capacité d'abstraction supérieure pour les Français cherchant à se souvenir d'un défunt crématisé.*
- ▶ *La comparaison avant achat de produits du souvenir est peu fréquente et le recours à Internet est quasiment nul*