



## IDÉES &amp; DEBATS

## Ciel, mon mariage !

En France, on se marie deux fois moins qu'il y a quarante ans, et de plus en plus tard. Mais on le célèbre toujours : plus professionnel, plus festif et plus spectaculaire, le marché du mariage a de beaux jours devant lui.

LA  
CHRONIQUE  
de Sabine  
Delanglade



C'est la pleine saison. Chaque vendredi soir à Orly – elles y sont sans doute arrivées en Uber –, on ne peut manquer ces groupes de filles. L'une d'elles, surprise de la destination oblige, porte un bandeau sur les yeux, elles sont souvent coiffées du même chapeau de paille. Rieuses, elles sacrifient au rite de l'EVJF, l'enterrement de vie de jeune fille, désormais aussi soigné que le mariage lui-même – quelques agences ont même pris le marché. L'événement est naturellement célébré sur Instagram, vive les piscines à débordement marocaines, les balades en chateau ou les spas londoniens. Le hashtag #EVJF sera évidemment suivi quelques jours plus tard du hashtag #TheWedding, jeunesse mondialisée oblige.

On se marie deux fois moins que dans les années 1970, mais la « fête » revient en force, et les dépenses qui lui sont consacrées aussi. Le thème, de ringard, devient fédérateur, M6 lui consacre une nouvelle émission : « La Robe de ma vie ». La chaîne promet des « histoires humaines très fortes, souvent décuplées par le stress du mariage ». Ciel, mon mariage ! « Depuis deux ou trois ans, c'est un vrai boom », se réjouit Stéphane Seban, fondateur de la revue « Marions-Nous » et organisateur du Salon du mariage. Ils étaient presque

400.000 couples à convoler en 1970, 300.000 en l'an 2000, 235.000 (dont 7.000 de même sexe) l'an dernier. En revanche, on y met les formes et les hauts-de-forme. Les noces à la va-vite des années 1990 pour faire plaisir aux parents, c'est terminé : « Moins on se marie, et plus les personnes qui font ce choix en rajoutent dans la surenchère », indique la sociologue Florence Maillouchon, spécialiste des épousailles. Directrice de recherche au CNRS, elle a étudié une cinquantaine de couples depuis 2000, et en a fait un livre (« La Passion du mariage », PUF).

Surtout, le pouvoir a changé de camp. L'âge moyen des mariages augmente de six mois tous les ans, entre 32 et 34 ans, 65 % des mariés (contre 30 % il y a dix ans) ont un, voire deux enfants. Autant dire qu'on ne se marie plus sous la pression des parents. Brisée, l'unité de temps et de lieu, où le couple s'installait le jour de son mariage. Le mariage ne signifie plus le démarrage de la vie en commun, mais il est devenu « le moment où on peut afficher la personnalité de son couple », « une sorte de vitrine du couple », précise Florence Maillouchon. Pour elle, « c'est de la com ». Les futurs mariés veulent à tout prix faire « une fête qui leur ressemble », en mettant au passage la main sur la liste des invités. Fini les relations professionnelles de papa, les brideuses de maman. En dix ans, le Salon du mariage est passé de 10.000 à 40.000 visites. Ne pas « être comme les autres », cela prend du

Ils étaient presque  
400.000 couples

à convoler en 1970,  
300.000 en l'an 2000,  
235.000 (dont 7.000 de  
même sexe) l'an dernier.

temps, la durée des préparatifs s'accroît : au moins un an, voire trois ou quatre. Les préparatifs, éventuellement mis en scène sur les réseaux sociaux, participent de « l'invention d'un nouveau rituel ». « En réalité, les mariages ont tendance à tous se ressembler, les différences sont de l'ordre du détail. Va-t-on organiser un lâcher de lampions ou de ballons ? Manger du canard ou de l'agneau ? » ironise la sociologue.

N'empêche que, pour trancher, il faut se creuser la cervelle, les « wedding planners » sont là pour ça. Aux États-Unis, plus de 90 % des couples font appel à un organisateur de mariages. En France, cela n'existait quasiment pas lorsque Laurence Zablocki a découvert ce métier lors d'un voyage outre-Atlantique en 2006. Depuis 2010, elle a même organisé une école de formation, car le métier se professionnalise. En France, seuls 10 % des couples y ont recours, la comparaison américaine laisse donc transparaître un potentiel considérable.

Le mariage est aussi un business, un marché d'environ 3 milliards d'euros, équivalent à celui du jouet, les couples y consacrent en moyenne 12.000 euros, rajoutez autour de 5.000 à 6.000 euros pour le voyage de noces, les écarts sont évidemment considérables entre la salle des fêtes à 800 euros et les noces Mittal à 50 millions au château de Ver



Mittal à 50 millions au château de Versailles. D'ailleurs, on se marie de plus en plus à l'étranger, Grèce et Portugal sont tendance. Les voyages de noces sont souvent offerts par les invités, ils ont remplacé les petites cuillères. Pour se démarquer, on phosphore : la cabine photo (999 euros les 4 heures, tirages illimités, web galerie), le carton d'invitation avec la date à gratter, le drone (200 euros), l'arrivée en calèche (1.500 euros). La start-up **Cmondouble** façonne en 3D des petits personnages à l'image des mariés que l'on plantera en haut de la pièce montée (169 euros pour la statuette 15 cm). Top. **Laurence Zablocki** vous concocte même une cérémonie laïque, cela donne « *un aspect un peu spirituel* » et « *la demande explose* ».

Le mariage reprend des couleurs mais reste en blanc. **Celestina Agostino**, depuis vingt ans, s'est installée sur le marché de la robe sur mesure haut de gamme, ses belles créations « couture » habillent les mariages des rejetons « du CAC 40 » et bien d'autres. Elle coud 300 robes par an, le tiers de ses clientes viennent de l'étranger, comptez quelques milliers d'euros. Pour elle aussi, l'évolution est claire, le mariage « rallye des parents », c'est fini, les enfants gèrent, cela ne veut pas dire qu'ils paient. Génération stagiaires oblige, ils veillent de plus en plus d'ailleurs à ce que les dépenses ne soient pas excessives. Mais elle est formelle, jamais d'hésitation sur la couleur !

Cela n'empêche pas **Just Like a Rose**, tout juste créé, de tenter une évolution costumière. **Sandrine Rocher Derichebourg** veut lancer une marque mixte « de qualité », pour habiller le couple, chacun son salon d'essayage. Celui-ci interviendra bien sûr comme le reste après « la demande » ou « la déclaration », y compris au sein de couples très installés. Là aussi, le fossé entre les générations s'est creusé, les parents se surprenant volontiers de la « *formalisation* » excessive de cette requête, selon l'expression de Florence Maillou-chon qui ajoute : « *La génération des parents raisonne encore en termes d'institution, parce qu'ils l'ont subie ou combattue, quand celle des enfants raisonne* *davantage en termes de mise en scène et*

*davantage en termes de mise en scène et de célébration.* » ■



**Le mariage est devenu une opération de communication, les préparatifs peuvent durer un, voire trois ou quatre ans.**  
*Photo Laura Kleinhenz/Vault-RÉA*

Laura Kleinhenz/Vault-RÉA