



LE DOSSIER MOURIR OUI, MAIS ÉCOLO



AUX POMPES FUNÈBRES LE MARCHÉ FAIT SA LOI

Les croque-morts indépendants sont de plus en plus rares : quelques grands groupes avalent la concurrence, tirant la profession vers les « produits » les plus rentables. Rencontre avec un retraité des pompes funèbres, et entretien avec l'Association française pour l'information funéraire.

Il en est passé des cortèges depuis qu'André (1) a créé ses pompes funèbres, en 1976. Croque-mort trop sentimental, il n'a duré que vingt ans dans le métier. Enterrement des gens – des enfants parfois – qu'il avait côtoyés, en restant dans la peau du professionnel, droit comme un i et sans verser une larme, ça lui mettait le cœur en capilotade. Dans les séminaires de pompes funèbres, il passait pour un tendre. « Pour moi, un mort, c'était M. ou Mme Untel. D'autres me disaient : "Pour nous, ce sont des numéros de dossier !" »

Quand il s'est lancé, après avoir été fabricant de meubles puis assureur, c'est sa belle-sœur fleuriste qui lui a dit qu'il y avait quelque chose à faire dans sa petite ville ouvrière des Alpes-de-Haute-Provence. L'entreprise de pompes funèbres la plus proche était à une vingtaine de kilomètres. Dans les villages, c'étaient les agents communaux qui portaient, creusaient et

enterraient. Les familles achetaient les cercueils en ville ou chez certains menuisiers locaux. À l'époque, les maires avaient la responsabilité du service funéraire et pouvaient choisir de le gérer directement ; de créer une régie publique ; de le déléguer à une entreprise à qui ils accordaient le monopole géographique ; ou encore de laisser des sociétés proposer librement leurs prestations. « Je suis allé voir le maire, qui m'a dit : "D'accord, mais il ne faudra pas oublier le service public." »

Pendant vingt ans, André a donc fait du commerce – « il y a un marché de la mort ! » – tout en accompagnant de son mieux les proches des défunts. « Si une famille paniquait à 3 heures du matin, elle m'appelait et j'y allais. Je connaissais bien tout le monde. Je savais qui avait un peu de sous et qui trimait. S'ils voulaient trop dépenser, je les freinais : "Est-ce que vous croyez que votre papa serait content de voir que vous vous endettez comme ça ? La douleur ne doit pas vous égarer. Si le cercueil ne vous semble pas assez beau, on peut le cacher avec un drap." » Le vieil homme fait part de sa fierté devant la reconnaissance que lui témoignent, aujourd'hui encore, ses anciens clients. Son beau-fils, qui a repris l'entreprise, fait aussi « du bon travail », même s'il n'est plus indépendant : il a vendu à OGF, le premier groupe funéraire de France,

qui rachète à tour de bras les petites entreprises et contrôle 25 % du secteur. Contacté au téléphone, il se dit « désolé de ne pas pouvoir répondre sans l'autorisation du service de communication à Paris ». « C'est moins familial qu'autrefois », commente Georgette (1), l'épouse d'André. Celui-ci acquiesce, mais ne critique pas les évolutions du métier. « À la campagne, les grands groupes doivent respecter leurs clients pour garder bonne réputation. Et puis, on dit que les pompes funèbres sont chères, mais ce sont les gens qui choisissent des produits chers ! »

PERMANENCES TÉLÉPHONIQUES

Michel Kawnik n'est pas de cet avis. En 1988, l'un de ses amis proches perd son père. L'ami se trouve à l'étranger et charge Michel d'entamer les démarches. « Je suis allé voir la première société de pompes funèbres venue et je lui ai demandé des devis, des prix avec des explications. On m'a répondu que je n'avais pas à poser de questions, que c'était la loi. J'ai trouvé ça inacceptable. »

Quelques années plus tard, Michel Kawnik fonde avec quelques amis l'Association française d'information funéraire (Afif). Ils sont aujourd'hui sept bénévoles qui assurent les permanences téléphoniques et animent le site internet de l'association. « Les familles sont déstabilisées, elles ne sont pas en état

d'être critiques quand elles font appel aux pompes funèbres, explique-t-il. Elles ne savent pas ce qui est obligatoire et ce qui ne l'est pas. Or, 80 % des entreprises agissent sans aucune morale commerciale. Nous conseillons donc aux personnes de prendre l'annuaire, d'appeler plusieurs entreprises en posant des questions précises, et de ne se déplacer que si la société leur a répondu de façon transparente. » L'association répond à 10 à 15 appels par jour... Et a dû faire face à quelques tentatives d'intimidation. « Nous avons reçu des petits cercueils en carton avec des messages comme "Afif, on aura ta peau"... Ça nous a encouragés à continuer : ça montre qu'un petit organisme peut désorganiser ce qui a été mis en place par les entreprises en termes d'entente sur les prix, et de désinformation. » L'Afif estime que les funérailles sont actuellement facturées, en moyenne, 25 à 30 % plus cher que la valeur réelle des prestations.

Le privilège communal, mis en place en 1905 à la suite de la séparation entre l'Église et l'État, visait à protéger les familles en garantissant l'existence de services funéraires accessibles à tous. Mais dans bien des cas, le monopole géographique accordé par les maires à certaines entreprises a viré au traitement de faveur, sur fond de corruption et de financement de la vie politique par le secteur privé. « Des sociétés puis-