

santes comme la Lyonnaise des Eaux ont eu toutes facilités pour imposer leurs prix aux autres, qui avaient obligation de leur acheter les cercueils et d'utiliser leurs corbillards », explique Michel Kawnik. En 1993, la loi a ouvert le secteur à la pleine concurrence. « Pendant quelques années, on a vu des effets bénéfiques avec une baisse des coûts, poursuit le président de l'Afif. Mais ça n'a pas duré. »

GROS SOUS

La fin du monopole communal a entraîné la fermeture de nombreux opérateurs publics – régies, sociétés d'économie mixte ou sociétés publiques locales – qui n'avaient plus assez de morts à enterrer pour faire face à la concurrence du privé. Le secteur funéraire public n'est toutefois pas à l'abri des affaires de gros sous. En 2015, la Chambre régionale des comptes épinglait le train de vie mirobolant de la direction des Pompes funèbres intercommunales de Grenoble : frais de bouche de près de 50 000 euros par an, salaires mensuels de 20 000 euros... Malgré ces dépenses, l'entreprise publique affichait une bonne santé

financière. Il ne faut pas s'étonner que le marché de la mort aiguise les appétits !

En 1995, la Lyonnaise des Eaux vend le groupe Pompes funèbres générales (PFG), dont elle était actionnaire majoritaire depuis 1979, à Service Corporation International, le plus grand croquemort des États-Unis et du monde. PFG possède alors sa fabrique de cercueils, sa marbrerie, ses premiers crématoriums, et a racheté dès l'entre-deux-guerres des entreprises de pompes funèbres reconnues. En 1998, toutes les sociétés du groupe fusionnent sous le nom d'Omniun de gestion et de financement (OGF). En 2004 et 2007, OGF passe successivement sous le contrôle de fonds d'investissements américain et luxembourgeois, puis de l'oligarque Mikhail Fridman, redoutable homme d'affaires, devenu la 4^e fortune de Russie. Depuis, le groupe continue d'avalier la concurrence. Son concurrent Funecap, propriétaire des marques Pascal Leclerc et Roc Éclair, ne laisse pas sa part aux chiens. La Confédération des professionnels

du funéraire et de la marbrerie affirme que les indépendants, qui représentent aujourd'hui 50 % du marché, reçoivent tous les jours des appels téléphoniques de grands groupes qui souhaitent les racheter (2). Cette concentration, qui s'ajoute à la puissance du lobby funéraire, n'est pas sans conséquences sur les choix proposés aux familles et sur l'évolution de la législation.

POLLUTIONS : LA FRANCE PLUS LAXISTE QUE SES VOISINS

Le cas de l'incinération est parlant. En quelques décennies, les mentalités ont largement évolué en faveur de cette pratique : 30 % des défunts sont aujourd'hui brûlés, contre 1 % en 1980, et la tendance ne fait que s'accroître. Les crématoriums constituent donc un investissement d'avenir pour les entreprises – OGF en possède 72 sur les 167 que compte la France. Or, l'Afif relève que seule une trentaine, au total, est équipée de filtres pour retenir les particules polluantes issues du corps, des amalgames dentaires et du cercueil. Ces filtres, déjà en vigueur dans la plupart des pays européens,

ne seront obligatoires en France qu'à partir de 2018. « L'obligation a été repoussée plusieurs fois, regrette Michel Kawnik. Le mercure des amalgames dentaires, après avoir été brûlé, retombe en fines gouttelettes sur le potager du voisin ! Je comprends très bien les associations qui luttent contre l'implantation d'un crématorium. »

La France a une autre particularité : elle est l'un des seuls pays européens à autoriser la crémation de corps ayant subi des « soins » de thanatopraxie – retrait des liquides et injection de produits chimiques, afin que le défunt garde un aspect « vivant » durant quelques jours. Restreinte en Europe à des cas particuliers, cette pratique venue des États-Unis se développe au contraire en France, sous l'influence d'actionnaires américains investis dans les pompes funèbres, d'un effet de mode, des délais lorsque les crématoriums sont surchargés, et de l'insistance des entreprises qui voient là l'occasion d'augmenter leurs marges. Problème : les produits injectés se retrouvent ensuite dans l'air en cas de crémation, ou dans les nappes phréatiques si le défunt est inhumé. « Certaines

entreprises proposent systématiquement la thanatopraxie sans expliquer aux familles de quoi il s'agit, proteste Michel Kawnik. Dans la plupart des cas, c'est inutile : les hôpitaux ont des chambres réfrigérées et à domicile, on peut louer une rampe pour conserver le corps. Le froid est une technique moins onéreuse et moins polluante. »

On voit mal, dans cette course aux profits, comment les groupes qui dominent le marché accepteraient de développer des funérailles alternatives : des cercueils en carton plutôt qu'en chêne massif, la transformation du corps en humus (lire p. 8) plutôt que la crémation dans un équipement coûteux... La question du modèle économique des entreprises est donc au cœur de la recherche de funérailles plus écologiques.

Lisa Giachino

- 1 - Les prénoms ont été changés.
- 2 - Sud Ouest, Obsèques : les grands groupes grignotent le marché, même en Gironde, 19 février 2016.

LA DIFFICILE ÉMERGENCE DU CARTON

Plus écologique et moins coûteux, le cercueil en carton a de quoi séduire une large clientèle. Mais son essor menace le business traditionnel de la mort. Il se heurte à une farouche résistance du milieu.

Je découvre un monde... » Lorsque Martine Saussol s'est lancée dans le commerce de cercueils en carton, elle ne s'attendait pas à recevoir d'inquiétants coups de fil anonymes. Elle y a pourtant eu droit. Et ce n'est qu'une péripétie dans le parcours du combattant qu'elle mène pour développer ce produit.

LES CRÉMATORIUMS FREINENT DES QUATRE FERS

Lorsqu'elle s'est lancée, elle était pleine de bonnes intentions. « Je n'y peux rien, quand je vois un cercueil en bois, je vois un arbre », explique-t-elle. À juste titre, d'ailleurs, car la pratique est loin d'être négligeable : chaque année à travers le monde, on estime à plus de 11 millions le nombre d'arbres sains coupés – ce qui représente plus de 30 000 km² de forêt – pour produire des cercueils. C'est énorme, et pas forcément indispensable, surtout lorsqu'ils sont destinés à la crémation. Lorsqu'elle a eu à organiser les funérailles d'un ami « qui avait une sensibilité écolo », elle a cherché les alternatives et a découvert l'existence de cercueils en carton. Elle a ensuite rencontré toutes les difficultés du monde pour organiser

la cérémonie, car « les crématoriums refusaient ce type de cercueils. » Elle décide pourtant de développer ce concept et crée Ecocerc en 2012. Son produit phare : le cercueil le

ont tout fait pour tuer dans l'œuf cette initiative. Le principal obstacle vient des crématoriums – une activité de plus en plus concentrée, (voir ci-dessus) – qui refusent tout

cette norme, les crématoriums ne peuvent plus, légalement, refuser les cercueils.

« Mais même avec cette certification, on nous met des bâtons dans les roues », témoigne Brigitte Sabatier, gérante de abCrémation, autre entreprise proposant ce genre de produit. Elle aussi a obtenu la certification, elle aussi se heurte encore à la résistance du milieu. Certains crématoriums refusent toujours, quitte à être hors-la-loi, de s'occuper des cercueils en carton. D'autres ont instauré une taxe allant de 150 à 200 euros pour ce genre de matériel, sous divers prétextes (ils feraient plus de poussières, favoriseraient moins la combustion du corps, encrasseraient les fours, etc.). D'autres encore se plient à la loi en traînant des pieds : « ils organisent les crémations des cercueils en carton à la première heure, ce qui pose des problèmes d'organisation aux proches, notamment parce que cela oblige à fermer le cercueil la veille. »

D'ÉNORMES BÉNÉFICES MENACÉS

« Le vrai problème, c'est qu'il y a énormément d'argent en jeu », estime Brigitte Sabatier. Chaque année, 600 000 cercueils se vendent en France. Au bas mot, on parle donc d'un marché d'un demi-milliard d'euros, qui va encore prendre de l'ampleur dans les décennies à venir : le « baby boom » de l'après-guerre a commencé à se transformer en papy boom. Les bénéfices s'annoncent donc encore plus juteux. « On voit des cercueils arriver d'Europe de l'est, achetés 90 euros

livraison comprise et être revendus 900 euros en France ! Dans quel autre commerce on fait du "fois dix" ? » questionne Martine Saussol.

Pour la filière bois, l'essor du carton, plus écologique et moins cher, représente une vraie menace. Mais les pompes funèbres veillent au grain. « C'est vraiment un petit monde, ils se serrent les coudes pour défendre leur business », précise Martine Saussol. Les entreprises proposant spontanément des cercueils en carton sont donc très rares. « On en a quelques-unes qui jouent le jeu, explique Martine Saussol. Face aux grands groupes du secteur, ce sont souvent de petites pompes funèbres qui exploitent cette niche pour se démarquer. » Les acheteurs apprécient le côté écologique du carton, mais leur démarche peut aussi être menée « dans le but de faire un pied de nez au business de la mort ».

Les pompes funèbres jouant rarement le jeu, les entreprises de cercueils en carton vont donc directement à la rencontre de leur clientèle. Pendant huit ans, Brigitte Sabatier a fait tous les salons de la mort pour vendre son produit aux professionnels. Sans succès. « Je me suis aperçue que je travaillais à l'envers : il faut aller voir les particuliers pour que eux réclament du carton. » Par ailleurs, certains commencent à inscrire ce souhait dans leur testament. Dès lors, le respect de cette volonté devient une obligation légale.

Nicolas Bérard



plus simple qui soit, entièrement en carton recyclé. « En France, 60 % du carton recyclé produit est inutilisé », précise Martine Saussol. L'idée ne plaît pas à tout le monde. À personne, même, dans le milieu très fermé des pompes funèbres, qui

bonnement les cercueils en carton. Ecocerc a donc dû soumettre son cercueil à une batterie de tests pour obtenir la norme NF. C'est désormais chose faite. Cela aurait dû régler une bonne partie des problèmes rencontrés par la filière carton : avec