

Patience...

En attente de jours meilleurs...

Crise économique, ralentissement de la mortalité depuis le début de l'année : le secteur funéraire connaîtrait-il sa vraie première crise depuis longtemps ?

J'ai la chance, depuis bon nombre d'années, de croiser beaucoup de chefs d'entreprises du secteur funéraire, à la fois de la province et de la région parisienne, et pour la première fois depuis que j'évolue dans ce milieu, j'ai la surprise de constater que le moral n'est pas vraiment au beau fixe.



Philippe Gentil, président des POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC®, président du comité exécutif de FUNECAP

... ce type de comportement est-il étroitement lié à la crise économique que nous traversons, ou bien s'agit-il d'une mutation sociétale beaucoup plus profonde ?

Cette morosité s'explique tout d'abord parce que, comme le confirme l'INSEE, les statistiques de début d'année ne sont pas très encourageantes et que le déficit d'activité commence à se faire douloureusement sentir par certaines entreprises à la trésorerie fragile. Nos structures, tant pour POMPES FUNEBRES Pascal LECLERC® que pour la plupart des sociétés du groupe FUNECAP sont globalement préservées, mais on a connu de meilleures périodes. Les anciens disent qu'il faut patienter, que des jours meilleurs reviendront.

La crise économique présente se fait ressentir

Ensuite, la crise économique dont j'ai maintes fois parlé est véritablement présente et fait ressentir ses effets dans la plupart des foyers qui, dans leur grande majorité, réorientent leurs dépenses et, dans la plupart des cas, ne ciblent pas les obsèques comme une priorité parmi les sommes qu'ils dépensent.

Clairement, chez les ménages à revenus moyens, ou les classes moyennes, comme on les appelle plus communément, on préfère dépenser pour acheter la dernière tablette tactile ou se payer des vacances en famille plutôt que pour faire refaire le monument de famille au cimetière, ou encore organiser une cérémonie qui sera gravée dans la mémoire pour les obsèques d'un grand-père ou de la cousine de province qu'on ne voyait plus qu'une ou deux fois par an.

Mais ce type de comportement est-il étroitement lié à la crise économique que nous traversons, ou bien s'agit-il d'une mutation sociétale beaucoup plus profonde ?

Un mode de fonctionnement qui évolue

Il faut souligner qu'en quelques années, notre société a changé assez brutalement de mode de fonctionnement. Ainsi, la tradition laisse désormais peu à peu place au zapping, au jetable et aux effets de mode. Par exemple, et c'est quelque chose que nous constatons tous, nous ne réparons pas, nous jetons pour remplacer ce qui ne fonctionne plus par l'objet dernier cri.

Hormis pour la génération de nos grands-parents, nous allons systématiquement chercher une solution de renouvellement et non de réparation parce que nous sommes entrés dans la culture de l'éphémère. Autre exemple : il n'y a qu'à regarder l'utilisation désormais fréquente du "snapshot" où nos enfants s'envoient via Internet des photos qui ne peuvent pas être capturées ou conservées pour être "mises en album", comme nous avions coutume de le faire (quand nous étions jeunes) dans les années 50, 60, 70 et même 80.

La conservation du souvenir

Au même titre, en l'espace de deux décennies, la conservation du souvenir a semblé progressivement s'évaporer, ou en tout cas considérablement se réduire.

On n'achète plus de disques ou de livres, on les télécharge. Il en va de même pour la presse, et aujourd'hui, même les hebdomadaires sont en perte de vitesse parce qu'on préfère l'immédiateté de l'information sur Internet plutôt que l'analyse approfondie d'un sujet d'actualité ou de société dans un magazine.

Pour les obsèques, le même phénomène se constate déjà depuis plusieurs années. La crémation a tendance à faire diminuer le culte du souvenir ou de la mémoire (dispersion)

et la fréquentation des cimetières n'est plus la même qu'autrefois.

Nous sommes, et les sociétés occidentales dans lesquelles nous évoluons, dans une démarche collective de la recherche du "tout, tout de suite", du "je n'en veux plus" ou "je n'en n'ai plus besoin ou envie", de la facilité, et ce, au détriment de la conservation des choses, qu'elles soient tangibles ou intangibles.

Ces formes de comportements sont portées par une masse d'offres de produits et services nouveaux sans précédent dans l'histoire de l'humanité. Bien sûr, l'abondance de ces nouveautés s'explique. Les récents bonds technologiques successifs, qui sont sans précédent depuis la Renaissance, constituent de tels bouleversements que toute notre société en subit les conséquences.

Le comportement en question

Là où l'analyse devrait en principe s'arrêter, c'est lorsqu'on en vient à observer les comportements des consommateurs face à la mort et à son "traitement".

La mort étant inéluctable, chaque être humain y est généralement confronté plusieurs fois durant son existence. En principe, on sait que, lorsque la perte d'un proche se produit, les repères humains et naturels, pour ne pas dire "animaux", reprennent en principe le dessus.

Il semble que là aussi les choses soient en train d'évoluer. Bien entendu, les familles attendent de nos entreprises qu'elles les assistent, qu'elles les prennent en charge et qu'elles règlent rapidement les points d'organisation des obsèques du défunt.

Cependant, pour certaines d'entre elles, cela se traduit surtout par l'organisation de la disparition rapide du défunt, voire de sa mémoire...

Ce constat est bien évidemment terrible, mais comment devons-nous traduire le fait qu'une famille ne souhaite plus de cérémonie, mais qu'elle demande un simple transfert rapide au crématorium depuis l'hôpital et une dispersion sans même une phase de recueillement ?

Cette opération porte un nom chez nos confrères outre-Atlantique : "Direct Cremation", qui n'est autre que la situation où la famille située à New York commande par Internet ou téléphone un service minimum pour le décès de la grand-mère qui vient de mourir à Los Angeles, service consistant à "collecter" la défunte dans un cercueil en carton brut (format rectangulaire type boîte sans aucun décorum) à l'hôpital, à transférer par camion la dépouille avec d'autres corps au crématorium, à crématiser et à disperser les cendres, et pour finir à débiter le montant de cette opération sur la carte de crédit d'un des enfants de Madame, sans que personne ait assisté aux obsèques.

Ces comportements sont-ils de fond et correspondent-ils à ce que Paul Valéry appelait déjà dans les années 30, la "baisse de la valeur esprit", ou bien s'agit-il de mouvements temporaires qui ramèneront immanquablement le balancier de l'âme et de l'esprit humain vers des valeurs spirituelles ou intellectuelles plus saines et authentiques ?

Nous n'en savons rien, mais pour l'heure, ces tendances comportementales sont déstabilisantes tant pour nos activités commerciales que pour, et c'est beaucoup plus grave, la profondeur de nos relations entre individus ou entre générations.

Espérons que cela ne durera pas...

Philippe Gentil

... les familles attendent de nos entreprises qu'elles les assistent, qu'elles les prennent en charge et qu'elles règlent rapidement les points d'organisation des obsèques du défunt