



HAL
open science

Au royaume du marché funéraire

Pascale Trompette

► **To cite this version:**

Pascale Trompette. Au royaume du marché funéraire : La mort réenchântée. Revue de l'Institut de Sociologie, 2002, 1 (4), pp.167-187. halshs-00362177

HAL Id: halshs-00362177

<https://shs.hal.science/halshs-00362177>

Submitted on 17 Feb 2009

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Au royaume du marché funéraire : la mort réenchantée

Pascale Trompette*

Décembre 1998. Près de 2000 personnes sont venues ce soir là au Palais des Congrès de Lyon, au rendez-vous que leur avait donné le groupe OGF-PFG (Pompes Funèbres Générales), actuel leader du marché funéraire. Personnels hospitaliers, membres de communautés religieuses, accompagnants des mourants, professionnels de l'aide aux familles endeuillées, psychologues, ou... simples mortels, ils sont, à quelque titre ou office, les acteurs contemporains de l'espace rituel mortuaire. Les uns y figurent dans des rôles traditionnels, les autres l'investissent en tant que nouveaux professionnels. La plupart sont à la recherche d'une façon de sortir de l'improvisation rituelle (Augé, 1995) dans laquelle ils sont souvent plongés, avec ceux qui se sont laissés surprendre par la mort. " Vers une nouvelle approche de la mort ", thème de la conférence à laquelle ils sont conviés, est donc bien leur affaire. Plus qu'un discours savant promulgué à l'aide d'experts, c'est une parole collective que met en scène un tel rassemblement. Sur l'estrade, médecins du corps, de l'âme ou de la psyché se succèdent pour raconter la façon dont ils composent quotidiennement avec la mort, entre les mourants et les vivants.

Que font les pompes funèbres au cœur de cette symphonie mortuaire ? Ils sont une parole parmi d'autres, mais il faut bien reconnaître que ce sont eux, une fois de plus, les maîtres de cérémonie... Roanne, Toulouse, Toulon, etc., une cinquantaine de conférences en 1999, 50 000 personnes rassemblées à cette occasion¹, sous l'égide du groupe PFG. L'idée fait recette : " La mort, parlons-en ! ", proposent les Pompes Funèbres Intercommunales de Grenoble, tandis que d'autres ouvrent des cafés philosophiques pour accompagner leur stratégie de communication. Conférences, sociétés savantes, associations, journaux, constituent aujourd'hui autant de vecteurs

* Cet article est tiré d'un travail de recherche réalisé par l'auteur, en collaboration avec O. Boissin (économiste, IREPD, Grenoble II) avec le concours financier du CNRS, dans le cadre du dispositif « Appel à Projets Nouveaux » (1998-220).

¹ D'après les informations transmises par un responsable du groupe.

d'une pratique intense de la représentation sociale des pompes funèbres auprès de ceux qui veillent au chevet des morts. S'agit-il de simples opérations de marketing de la part d'entreprises entrées depuis peu dans la sphère proprement marchande² ? Certes, mais à enfermer trop rapidement le phénomène dans un genre peu noble, le marketing du funéraire, on se dispense d'une réelle réflexion sur ce dont il nous parle. Que les pompes funèbres apparaissent comme les démiurges de l'espace mortuaire, voilà qui peut déjà nous interpeller. Homme orchestre sur le terrain de l'organisation pratique des funérailles, le pompe funèbre le deviendrait-il sur celui de sa construction sociale et symbolique ? Car l'horizon de sens de tels forum est bien le renouvellement et l'invention des formes contemporaines de socialisation de la mort. "Réenchanter la mort", tel est au fond le mythe rationnel (Hatchuel, 1995) qui anime ce travail de réécriture collective d'oraisons funèbres. Et on peut le voir se déployer en contrepoint d'une marchandisation croissante des pratiques mortuaires, dont les pompes funèbres sont les principaux dépositaires.

Cela nous incite à partir à la rencontre de ce sombre personnage, gardien de Nécropolis, qu'est le croque-mort. Nous le découvrirons dans son costume moderne de "professionnel", tout en accrochant quelques fragments d'histoire pour suggérer la façon dont il traverse le temps, accompagne les changements de destinée dans la vie des morts et, au-delà, transporte avec lui un ensemble de transformations dans l'espace des pratiques mortuaires. En arrière-plan de cette métamorphose, se joue une alliance de plus en plus intense du funéraire avec le marché qui engage d'autres façons de composer avec le sacré.

I – Tradition et modernité

On aura compris que notre regard sur les réaménagements pratiques et symboliques de l'espace mortuaire s'élabore depuis la boutique des pompes funèbres³. Affirmer cela, c'est prétendre qu'il n'existe pas de ligne de séparation stricte entre les techniciens de l'habillement de la mort et les techniciens des rituels de mort : les uns et les autres participent à l'élaboration du sacré, ou plutôt à son "activation" comme mise en état de la Mort.

² C'est-à-dire depuis que la législation française (loi Sueur, 1993) ne confie plus à la commune l'organisation de ce service sur la base d'un monopole réglementé. Nous reviendrons ultérieurement plus en détail sur cet aspect.

³ L'étude à partir de laquelle est développée cette réflexion s'intéresse plus largement à l'histoire du marché funéraire et aux transformations récentes associées à l'ouverture au marché concurrentiel. Elle s'attache à rendre compte de la transformation de ce marché spécifique au cours du siècle dernier à travers l'analyse du processus de marchandisation des pratiques mortuaires, de la ré-articulation des relations entre régulation publiques et régulations économiques, de la constitution d'un groupe professionnel associé à la pompe funèbre. Basée sur un travail d'enquête auprès des professionnels, elle s'intéresse à la recomposition économique et sociale du secteur, ainsi qu'aux évolutions récentes des métiers du funéraire.

Reflets du passé

Poussons la porte d'une officine de marbrerie et pompe funèbre, celle d'un petit entrepreneur indépendant qui a survécu aux titans du marché funéraire. La porte se referme et l'agitation de l'immense boulevard saturé de voitures qui s'interpose brutalement entre l'enseigne et le cimetière, disparaît. La boutique est cernée par une banlieue terne et bruyante des faubourgs de Paris. Dans la petite pièce étroite qui nous reçoit, s'amoncelle un fouillis de produits hétéroclites qui font davantage penser à un bazar qu'à ces commerces de pompe funèbre dans lesquels tout est sagement ordonné. Trois ou quatre monuments de granit, mariant un vieux rose chamarré d'Inde à un bleu profond du Brésil et d'autres spécimens de France ou de pays lointains, s'étalent sur le sol. Sur toute leur surface, des fleurs fraîches, hortensias ou encore des bouquets artificiels sont disséminés. Des plaques en marbre sombre, des vases en onyx, et divers ornements funéraires reposent sagement sur le sol. L'ensemble n'accorde au visiteur qu'une mince allée pour se faufiler jusqu'au petit box vitré faisant office de bureau servant à la réception des clients. Un chant classique, venu des profondeurs de la boutique habille la froidure de la pièce. La maîtresse des lieux est occupée à piquer une à une les fleurs d'une composition florale en forme de croix. Elle est à l'image du lieu dans son allure quelque peu étriquée et ses cheveux longs grisonnants attachés négligemment : de prime abord austère, elle entoure très vite ses hôtes d'une sollicitude bienveillante. Quelques instants de bavardage suffisent pour comprendre que cette femme habite l'agence comme s'il s'agissait de sa propre demeure. Serviteuse prodigue, elle lui consacre une partie de sa vie. Dans l'échange qui suit, elle se révèle à la fois curieuse et impassible, tantôt familière et tantôt presque autoritaire... Elle paraît être le personnage idéal pour accueillir sans relâche la triste humanité qui se déverse ici, l'accompagnant dans l'acte désenchanté qu'est l'achat de produits et services funéraires. Vêtu d'un costume sombre, un second personnage surgit. Son visage est taillé de traits aiguisés qu'une barbe blanche adoucit et apaise. De sa stature imposante, il emplit l'espace, évoluant avec des gestes lents, méthodiques, contrastant avec le désordre ambiant. Immédiatement, l'un et l'autre se révèlent complices, l'intimité de compagnons qui ont côtoyé de nombreuses années l'intensité fragile de la vie au contact des morts. Dans cette boutique qui se laisse aisément absorber par les rencontres et la sociabilité du quartier, jusqu'à en oublier de tirer les stores en soirée ou le dimanche, on se plaît à imaginer tous les récits et péripéties qui sont venus troubler ces lieux paisibles : les confidences, les secrets, les discordes, au fond, toutes ces déchirures familiales brutalement réveillées par le disparu ; les affaires du quartier dont les agents de police ou les commerçants voisins font régulièrement la chronique ; l'incursion des communautés étrangères et les curiosités propres à leurs cultes ; l'activité nocturne des cimetières animée par d'étranges coutumes, etc. Quand ils laissent ainsi leur porte entrouverte, les petits commerces de pompes funèbres sont le réceptacle de toute cette agitation sociale, plus que cérémonielle, autour des morts.

L'espace de quelques instants, le téléphone détourne l'homme de l'échange que nous avons instauré. "*Comment va ?, ..., Et la grand-mère ?, ..., elle a fait cent ans ?, ..., c'était la plus solide de tous !...*". Il se tourne vers sa collègue et commente les nouvelles. En prêtant ainsi une oreille

indiscrète aux quelques bribes de quotidien qui échappent aux deux compères, nous les découvrons au cœur de liens multiples tissés au fil des années avec les familles et les communautés du quartier environnant. Celles-ci sont les personnages d'un précieux catalogue d'histoires dont le pompe funèbre garde la mémoire et ne livre que quelques morceaux choisis. D'un épisode à l'autre, il y rejoue chaque fois le rôle de metteur en scène et de médiateur à l'intérieur de l'espace du sacré où les vivants accompagnent le disparu au seuil de la route des morts. La plupart du temps, il n'est pas seulement un opérateur, il est une " personne sociale ", quasi-membre de la communauté pour laquelle il officie régulièrement⁴, arbitre entre les générations, et parfois même confesseur des tourments dans lesquels il est plongé malgré lui. Dans son rôle de maître de cérémonie, il bricole du sacré avec des morceaux de tradition et une certaine grandeur d'âme. *" Chez moi, il y a un côté humain. Par mes origines... pour moi, la mort, c'est sacré. Dans la région parisienne, on a un gros problème avec l'Eglise. Les curés ne veulent pas se déplacer. Moi j'ai un ami prêtre, à A***. Si la famille le demande, le prêtre vient à l'hôpital, fait la cérémonie, et accompagne jusqu'au cimetière. Je le fais venir. Et moi, je fais arrêter les véhicules au cimetière, à l'entrée, et on porte le cercueil jusqu'à la tombe. C'est pour ça que j'ai acheté mon corbillard, pour ne pas avoir à me dépêcher. Parce qu'ailleurs, c'est la course contre la montre "*.

Ce personnage pittoresque évoquerait-il la figure archétypique du " croque-mort " d'hier, encore présent dans les campagnes profondes ou les vieux quartiers ? On se plairait à le penser. Toujours est-il qu'il se tient debout tel un vestige du passé à côté de ses confrères aux appétits de géant. Ces derniers arborent un visage plus " entrepreneurial ", sous l'affirmation d'un professionnalisme qui mêle une certaine économie des ressources à une rigueur quelque peu standardisée... Comment se saisir de la distance qui sépare ces petits boutiquiers parés d'authenticité, des néocapitalistes de la pompe funèbre ? L'une et l'autre figures, si l'on accepte de durcir leurs traits pour mieux orchestrer leurs contrastes, nous parlent d'un face à face entre tradition et modernité, à l'issue de cette lente métamorphose du parcours funéraire qui s'est laissé absorber par le marché au cours des dernières décennies.

Brève commémoration de la tradition

Rendre compte de cette transformation du parcours funéraire, et plus précisément de celle de cet habillage rituel que représente la pompe funèbre, c'est partir à la recherche de ce qui caractérise les formes anciennes d'organisation des funérailles. Pour instruire ce regard rétrospectif, nous substituons ici à une reconstitution historique rigoureuse, l'assemblage fragmentaire d'éléments signifiants du contexte traditionnel des obsèques. Cette perspective a la vertu essentielle de modeler, fut-ce de manière approximative, une approche dynamique de la transformation des pratiques funéraires et de leur inscription culturelle, au sens de C.Geertz, (1986), entre tradition et modernité.

⁴ Il n'est ainsi pas rare qu'il soit convié au repas de famille qui suit les funérailles, voire aux différents événements et fêtes cérémoniels (Noël, Nouvel an, etc.) au sein des communautés dans lesquelles il est intégré.

A quoi ressemble donc le croque-mort d'hier, tout au moins tel qu'il se dévoile dans la première moitié de notre siècle ? On aurait tort de vouloir le réduire à un personnage homogène et uniforme. Il revêt de multiples visages façonnés par l'univers local auquel il appartient. On pourrait s'attacher ici au pittoresque des traditions régionales ou des confréries locales ; mais intéressons-nous davantage à identifier la principale ligne de partage qui distingue l'univers de la cité et celui de la ruralité. Cette différenciation a des racines très anciennes : que ce soit sous l'égide des fabriques et des consistoires au siècle dernier, puis sous l'autorité des communes à partir de 1904⁵, seuls les centres urbains ont bénéficié d'un service organisé de pompes funèbres, dont l'exécution était d'ailleurs souvent confiée, au moins pour partie, à un entrepreneur privé⁶. Dans nos campagnes profondes, la pompe funèbre n'avait pas de représentant propre, mais le service se distribuait aux différents membres de la collectivité : la fabrication des cercueils formait l'activité annexe du menuisier⁷ du village. Un simple véhicule long ou une charrette faisaient office de convoi, tandis qu'amis, parents ou retraités du village⁸ adoptaient pour l'occasion le costume de porteurs. La pompe funèbre urbaine prenait un caractère évidemment plus cérémoniel, jouant d'une surenchère symbolique dans la distinction des " classes " de convoi qui accompagnaient la mise en scène ostentatoire de la mort : tentures mortuaires, cortège, maître de cérémonie en costume d'apparat et autres décorations.

Mais au fond, on pourrait chaque fois associer la " pompe funèbre " à l'activité d'un décorateur ou d'un accessoiriste de théâtre, comme l'indique l'étymologie du nom. Elle consiste en la fourniture de matériel, de garnitures et de personnels de convoi et cérémonie, participant à une " mise en scène " ou une théâtralisation plus ou moins ostentatoire de la Mort. La mort est une affaire collective : l'office funéraire est un événement public prétexte à exacerber les sociabilités locales – y compris dans l'expression du contrôle social - et à voir se réaffirmer les solidarités sociales. Si le cortège mortuaire apparaît aujourd'hui comme l'une des expressions emblématiques des rituels traditionnels, n'est-ce pas parce qu'il symbolise la manifestation collective et publique du lien social ? Pour l'histoire qui nous intéresse, on sera attentif à observer que le pompe funèbre est un acteur parmi d'autres de cette mise en scène collective. Il tient son rôle dans une pièce qui se joue à plusieurs, au milieu de multiples intervenants : le prêtre, les

⁵ La législation antérieure à la loi de 1904 datait du Premier Empire. Le Décret du 23 Prairial An XII confiait le monopole du service des Pompes funèbres aux « fabriques » - c'est-à-dire aux églises paroissiales et aux « consistoires » - établissements juifs et protestants -. La loi du 28 décembre 1904 transfère le monopole du service « extérieur » (« transport des corps, fourniture des corbillards, cercueils, tentures extérieures des maisons mortuaires, voitures de deuil ») aux communes, le « service intérieur » ou religieux demeurant à la charge des édifices religieux. Dans les deux situations, les institutions concernées avaient la possibilité de renoncer à leur monopole, le service étant alors laissé aux soins des familles ou exploité en libre concurrence.

⁶ Du fait du caractère facultatif attaché à l'exploitation du service public, les détenteurs du monopole ont, dans de nombreux cas, renoncé à l'exploiter. « Au début du siècle, le nombre de localité jouissant d'un service de Pompes funèbres organisé n'était que de 6000 sur 36 000 » (Manciet, 1985, p. XI).

⁷ L'organisation traditionnelle du secteur s'associe à une division du travail fondée sur les métiers, distinguant les métiers du bois et ceux de la pierre : au menuisier, le cercueil et la pompe, au marbrier, le monument et le cimetière.

⁸ Jusqu'à une période récente, le système de rémunération des porteurs sur la base de vacations a largement contribué à perpétuer ce type d'organisation.

religieuses⁹, la famille, le voisinage, les fonctionnaires de police, la société locale, le fossoyeur municipal, le marbrier, etc. Le parcours funéraire se déroule de façon processionnelle du domicile au cimetière, traversant la ville et faisant généralement étape à l'Église. Le rituel mortuaire n'a donc pas de lieu propre, au contraire : il relève de l'espace public.

Associée à la mise en œuvre de moyens matériels, éventuellement avec le concours de l'entreprise privée¹⁰, la pompe funèbre a bien un caractère économique. Mais celui-ci ne peut être isolé du tissu de relations sociales dans lequel il est "encastré", dirait à ce propos K. Polanyi : soit que l'activité de pompe funèbre ne soit que le prolongement des activités traditionnelles des diverses composantes du village ; soit qu'elle soit définie et encadrée par le système religieux puis laïque qui établit de façon stricte le cahier des charges de l'entrepreneur ; soit encore que son épaisseur économique se manifeste sous la forme de marques d'ostentation ségrégatives socialement signifiantes. Les ressorts de cet "enchâssement" des pratiques funéraires sont aussi géographiques. Car la mort est avant tout un phénomène circonscrit à l'espace local : le disparu n'a généralement qu'à traverser quelques rues pour rejoindre sa dernière demeure. Le rituel funéraire, dont la pompe funèbre n'est qu'une composante, définit un espace social et symbolique continu, annexé à des instances de sociabilités reliant les parents et proches à la société villageoise. La mort constitue une étape dans l'itinéraire de vie de ceux dont les origines et la destination étaient connus de tous.

Sens et non-sens de la modernité

Le premier mouvement de rupture se joue précisément dans l'affranchissement des morts vis-à-vis du cercle local. Ce changement se déroule sur une vingtaine d'années : la médicalisation croissante de la fin de vie a pour conséquence la délocalisation de la mort¹¹. L'hôpital ou la maison de santé se substituent au domicile pour recueillir les derniers soupirs des mourants. C'est ainsi que ceux-ci vont progressivement désertir leurs bourgs et affluer dans les centres urbains, territoires privilégiés de l'édifice hospitalier. Bien souvent, ils retourneront subrepticement chez eux, les pieds devant... Jusqu'aux années 80, les ambulances s'improvisent corbillards pour tous ces trépassés dont les établissements de santé sont pressés de se débarrassés¹², encombrés par le flux croissant de morts que les morgues hospitalières ne peuvent contenir. Les retours clandestins masquent provisoirement ce changement brutal de destination des morts, mais ils ne parviennent

⁹ Notamment pour la toilette mortuaire.

¹⁰ Dans les grandes villes, notamment Paris et ses environs, le détenteur du monopole faisait appel à un entrepreneur privé pour l'organisation des funérailles et la fourniture des moyens et personnels. Cf. Chiflet J. L., *Notre histoire : le Groupe Pompes funèbres générales de 1844 à nos jours*, Paris, OGF-PFG, 1994.

¹¹ En l'espace de vingt ans, le rapport entre le nombre de décès à domicile et le nombre de décès en milieu hospitalier (hôpital, maison de retraite, hospice) s'inverse : en 1964, on compte encore 63.2% de décès au domicile contre 33.5% à l'hôpital, au plan national. En 1983, 66% des décès auront eu lieu en milieu hospitalier et 30.5% au domicile¹¹ (Barrau, 1987). Ce ratio s'est encore accentué aujourd'hui.

¹² Le rapport Aubert sur le secteur funéraire (1985) fait état du problème des retours clandestins des morts au domicile (en ambulance), "souvent incités par les établissements d'hospitalisation pressés de se "débarrasser" des corps des défunts".

guère à enrayer la distension croissante de leur lien d'avec l'espace local, bientôt conjuguée à l'éloignement des vivants. La mobilité géographique et les bouleversements de la structure des familles ont souvent étiré l'univers familial jusqu'à le rendre diffus, ce qui complexifie d'autant plus l'organisation pratique des funérailles.

Dès lors que les morts ne sont plus rivos à l'espace local, les voici devenir visibles comme objet d'un marché. A la mesure dont ils acquièrent une existence autonome, au fil de leur circulation et surtout de leurs lieux privilégiés d'élection, ils dessinent le "marché" comme espace géographique échappant aux frontières de la localité. Les centres urbains deviennent ainsi de véritables lieux de concentration de la mortalité. Les concessionnaires de pompes funèbres, détenteur du monopole d'exécution du service funéraire par délégation, apparaissent comme les grands bénéficiaires de cette migration des morts vers les villes et leur périphérie : au tournant des années 70, on estime que le groupe PFG, détenteur de 80% des concessions¹³, met en bière près de la moitié des défunts sur le territoire national. Vaste bureaucratie privée de la pompe funèbre, les PFG ne gèrent plus seulement un service public au sein des grandes cités, ils administrent également le marché. Autour du leader, les petits indépendants, dont certains ont investi les faubourgs urbains, jouent sur les failles de la réglementation pour exister et récolter les miettes du monopole¹⁴. Durant toute cette période qui s'étire jusqu'aux années 80, le déséquilibre entre "grands" et "petits", concessionnaires et indépendants, exacerbe les tensions, à la faveur d'une lutte concurrentielle croissante pour capter les cadavres à la sortie des hôpitaux¹⁵.

Entre temps, le rituel funéraire s'est dépouillé de sa "pompe". Après la guerre de 39-45, on assiste au déclin progressif de l'ostentation mortuaire, officialisé en 1964 par les instructions du Concile de Vatican II avec la suppression des classes d'église et des tentures. Les véhicules motorisés se substituent au corbillard à attelage et font place à des convois plus standardisés. Ce dénuement croissant marque une seconde étape décisive, après la rupture législative de 1904¹⁶,

¹³Sous le régime de la loi de 1904, on l'a vu, les communes pouvaient opter entre trois régimes possibles : la régie, soit l'exploitation directe du service par la commune, en totalité ou de façon partielle (12.7% de la population française en 1989); la concession exclusive soit la délégation de l'exploitation du service à une entreprise privée (54.6%); le régime de la liberté, où la commune ne fait pas usage de ses droits (32.7%). Le régime des concessions bénéficiait principalement au groupe PFG, qui détenait 80% de ce marché. Un certain nombre de contraintes associées à la mission de service public (inhumation gratuite des indigents, stock de cercueil disponible en cas de catastrophe) auraient incité les communes à privilégier une grande entreprise dans le choix du concessionnaire. (Rapport interministériel sur l'organisation du service des pompes funèbres, 1989).

¹⁴ Dans la loi de 1904, les frontières du monopole du « service extérieure » confié aux communes sont floues. Vingt années de jurisprudence furent nécessaires pour dessiner une ligne de partage quelque peu arbitraire entre les biens et prestations sous monopole et ceux pouvant être vendus librement, que ce soit en matière de convoi, corbillard ou cercueil. Pour exemple, les garnitures du cercueil : à l'extérieur (vis, poignées, drap mortuaire, etc.), elles faisaient partie du monopole ; à l'intérieur (coussins, capitons, etc.), elles relevaient du marché. Les agences de funérailles, principalement des petits indépendants, étaient spécialisées dans la vente de ces fournitures libres.

¹⁵ Cf. Trompette P., Boissin O., "Entre les vivants et les morts. Les pompes funèbres aux portes du marché", *Sociologie du Travail*, à paraître, 3/2000.

¹⁶ En 1904, le service des pompes funèbres est laïcisé et le monopole de son exploitation transféré aux communes. Il nous semble pouvoir inscrire ce changement dans le mouvement de laïcisation concomitant du déclin des grandes religions institutionnelles, qui vit son apogée avec la 3^{ème} République (Baubérot, 1997 ; Hervieu-Léger, 1986).

dans le processus de sécularisation des pratiques funéraires. Les acteurs religieux du service funéraire se voient proposés des seconds rôles de plus en plus inconsistants. Au fil de cette intrusion de la modernité dans les rituels funéraires, la sémiotique rituelle associée à la pompe des cérémonies funèbres traditionnelles ressort toujours plus déshéritée : il ne reste plus qu'un éloge funèbre amputée de sa symbolique ostentatoire. Exposés à cette évolution des mœurs, les pompes funèbres des villes, eux aussi, changent de costumes et de décorum. Tout un pan de leur activité consacré à l'entretien des tentures mortuaires et des attelages à chevaux, disparaît. Mais ils n'ont pas le temps de s'atèrmoyer sur cette mutation qui les contraint à quitter leurs frocs d'apparat. Ils trouveront bientôt à leur taille un nouvel habit, celui du " professionnel ".

En passant de l'habitation à l'hôpital, les morts n'ont pas seulement changé de domicile, mais de statut : la construction symbolique du rapport à la mort et au mort s'est transformée. Au sein de l'établissement de santé, le décès n'appartient plus à " l'ordre naturel ", mais signifie l'abdication du corps médical : il devient un échec venant interrompre la mobilisation autour du corps malade. Il est prétexte au désintéret, voire au rejet d'un " objet " qui ne procure plus aucun prestige et gain symbolique¹⁷. Au sein des familles, la mort est devenue *persona non gratta* : elle est un événement violent que l'on s'efforce d'esquiver et de tenir hors de la maison. Encombrant pour les uns, effrayants pour les autres, les morts sont confiés aux " bons soins " des pompes funèbres.... Tout se passe comme si la prise en charge médicale de la fin de vie se prolongeait par la prise en charge des morts par d'autres professionnels. Poussés dehors par l'hôpital et pas encore apprêtés pour le cimetière, les défunts vont bientôt disposer d'un lieu de séjour provisoire qui leur est entièrement consacré. Conception à l'origine anglo-saxonne, la chambre funéraire est une sorte de morgue privée¹⁸, gérée par une entreprise de pompes funèbres, dans laquelle peuvent être déposés, conservés, apprêtés et veillés les défunts. De même, aux soins médicaux succèdent les " soins mortuaires " : "*La science médicale adoucie les souffrances physiques du malade ; pourquoi une science nouvelle n'atténuerait-elle pas la douleur morale des familles en deuil, en effaçant les traces (stigmates) des visages crispés ?*", prônent ces nouveaux spécialistes du cadavre. En effet, les soins mortuaires vont aujourd'hui bien au-delà de la simple toilette funéraire traditionnellement réalisée par la famille ou les religieux. A partir du début des années 70 en France, ils s'associent au développement de techniques de conservation du corps (thanatopraxie) : les procédés d'asepsie, de désinfection et de restauration esthétique gommant les stigmates de la maladie et font obstacle au processus de décomposition. Hier, l'habillage de la mort se jouait dans la dramaturgie collective ; aujourd'hui, il maquille le cadavre pour mieux en dissimuler les traits et donner à celui-ci l'apparence du vivant. Mais surtout, le mort acquiert une existence plus individuée,

¹⁷ Le rapport interministériel de 1989 sur l'organisation funéraire française porte une réflexion très critique sur le problème de la gestion de la fin de vie à l'hôpital : absence de politique, transfert de responsabilité sur les entreprises privées, " ghettoisation " des personnels de morgue. "*La mission porte une appréciation de sévérité sur l'irréflexion et le laisser-faire des pouvoirs publics dans un domaine qui ne peut laisser indifférent* ".

¹⁸ Les chambres funéraires sont gérées comme des services publics. Bien qu'elles ne constituent pas un élément du monopole, les concessionnaires sont les premiers investisseurs dans ce nouvel équipement, puisqu'ils sont les premiers interlocuteurs des communes.

restauré dans son image et ainsi réapproprié par ses proches. Il est célébré comme personne au cours d'un culte intime dont le cadre cérémoniel est désormais le salon funéraire.

Ajoutons quelques couplets à cette complainte de la modernité *versus* tradition. Tout au long de cette métamorphose pratique et symbolique de l'espace funéraire, la pompe funèbre s'est transformée en une prestation de service "au mort" là où il y avait initialement une mise en scène de "la Mort". L'entrepreneur de pompe funèbre n'est plus un marchand d'accessoires scéniques mais un professionnel de la prise en charge du cadavre. A la carte des services offerts, figurent désormais : le "taxi" ou le transport sur longue distance, l'hôtellerie funéraire (la chambre funéraire), les soins de conservation. Cet entrepreneur recourt à des spécialistes (thanatopraxie), gère des installations complexes (crématorium, funérarium), domine des techniques (la conservation), investit dans des équipements (véhicules spécialisés). Il vend une "mise en état" du mort qui se suffit à elle-même, un ticket pour l'au-delà. Et personne ne songe à lui contester cette nouvelle autorité professionnelle sur les pratiques funéraires. Au contraire, il faut admettre que celle-ci n'aurait pu triompher sans le retrait d'autres spécialistes de la mort : au fond, le pompe funèbre n'a fait que prendre la place laissée libre par ces acteurs traditionnels - religieux, civils, familiaux - qui ont déserté l'espace des rituels funéraires qu'ils occupaient jusqu'alors.

II – Les nouveaux marchands du temple

Au fil de cette histoire qui nous a conduits au seuil des années 80, la figure du croque-mort s'est quelque peu effacée pour laisser apparaître celle du professionnel du service, même si, dans cette version moderne, elle est encore inachevée¹⁹ et inégalement répandue²⁰. Il n'en demeure pas moins que le pompe funèbre est désormais le principal ordonnateur et maître d'œuvre de l'office funéraire : il orchestre l'organisation des funérailles en distribuant les rôles de chacun (agent de mairie, prêtre, famille, etc.) et guide la conception du cérémonial à ses ouailles quelque peu déculturées aux pratiques funéraires. Et c'est avec ce nouveau mentor en tête de cortège que le monde funéraire va bientôt entrer dans la sphère marchande²¹.

La consécration du marché

En fait, les entrepreneurs de pompe funèbre se débattent depuis un certain temps déjà dans l'arène du marché, entendons ici dans la bataille concurrentielle. Autour de ces foyers mortuaires

¹⁹ L'émergence du « professionnel » est ici associée au développement d'une expertise technique et gestionnaire, ainsi que des responsabilités plus importantes, associés à la mise en œuvre de savoirs spécifiques (législation, thanatopraxie) et à l'investissement dans des équipements lourds (véhicules, funérarium). Ceci étant, les pompes funèbres n'existent pas encore véritablement comme « profession » au sens d'une organisation professionnelle exerçant un auto-contrôle sur son activité, notamment par la régulation du marché du travail (Dubar, Tripier, 1997).

²⁰ Les différences entre secteur urbain et secteur rural demeurent prégnantes. La taille des entreprises, la faiblesse de la concurrence et les caractéristiques de la population constituent autant de facteurs qui concourent à maintenir une organisation traditionnelle de l'activité.

²¹ Nous désignons par là l'univers de régulation, de rationalités et de pratiques associés au fonctionnement du marché concurrentiel (Callon, 1997 ; Cochoy, 1999).

que sont devenus les établissements de santé, l'agitation des opérateurs de pompe s'intensifie pour capter la clientèle, au point que le tapage va bientôt parvenir jusqu'aux oreilles sensibles des citoyens. La concentration urbaine de la mortalité a conforté les " rois " du marché, à savoir les délégués officiels des communes concernées, en situation de monopole sur la majeure partie du service²². A côté des régies et concessionnaires, de nombreux petits indépendants n'hésitent pas à contester leurs prérogatives, rusant avec la réglementation et jouant sur toutes les possibilités de dérogation au monopole, parfois jusqu'à violer délibérément celui-ci. Les petits opérateurs des campagnes, toujours plus annexés aux grands des cités, font entendre leurs voix, bientôt relayés par la presse qui fait ses gorges chaudes de cette fièvre concurrentielle autour des morts²³. Si le monopole ne parvient plus à exister et à se justifier comme forme légitime de gestion d'un service public des funérailles, c'est aussi parce que l'acteur public (les maires des communes) a quelque mal à peser dans sa régulation²⁴, alors même que les engagements sont plus conséquents²⁵. Ce faisant, le monopole public perd sa légitimité et son procès, relayé par la presse, est déjà bien engagé : on le dénonce comme anachronisme, privilège, rente de situation pour ses bénéficiaires. Une fois n'est pas coutume, la loi de libéralisation du secteur, promue en 1993 par J. P. Sueur, est accompagnée d'un discours « sanction » à l'égard des anciens bénéficiaires du monopole, qu'ils soient publics ou privés. Pour le législateur et tous ceux qui ont concouru à son avènement, le marché est conçu comme le moyen de " redonner la main " au consommateur (Cochoy, 1999). *Via* la liberté de choix et l'élection par le client, les meilleurs triompheront d'une bataille jouée cette fois « en règle ». En d'autres termes, on conçoit idéalement que l'arbitrage du consommateur pourra se substituer à l'absence d'arbitrage public.

Les obsèques comme objet marchand

La loi Sueur qui officialise l'ouverture du marché ne constitue en fait que l'épilogue d'un processus ancien et continu de " mise en marché " de l'activité funéraire. Quand la législation acte le marché, elle ne fait qu'homologuer une prestation déjà largement configurée comme service marchand. L'organisation des funérailles s'est désolidarisée des institutions religieuses et civiles pour devenir l'objet d'un nouveau monopole marchand et professionnel, puisque

²² Rappelons que le groupe PFG détient alors près de 80 % du marché des concessions sur l'ensemble du territoire national. Ceci conduira de nombreux opérateurs du secteur à désigner le monopole communal comme monopole privé à la faveur du groupe PFG.

²³ Celle-ci est particulièrement intense à Paris, la régie publique exerçant son monopole uniquement sur la fourniture des moyens matériels et personnels (cercueil, corbillard, porteurs), l'activité commerciale (transaction, organisation des funérailles, gestion administrative) et la vente des fournitures libres (capiton, plaque, croix) étant laissés aux entreprises privées. La région du Sud Est constitue également un lieu de tension concurrentielle forte, certainement parce qu'elle est associée à un taux de mortalité plus élevé qu'ailleurs.

²⁴ Le rapport interministériel de 1989 fait état d'une défaillance des communes et de l'Etat dans le contrôle de cette mission de service public qu'est l'organisation des funérailles : « *les communes ne recourent pas à la concurrence* » ; elles « *ne s'assurent pas du respect des engagements pris par le concessionnaire* », « *l'encadrement et les contrôles exercés par l'Etat sur la profession sont défaillants* », etc.

²⁵ L'évolution du service funéraire conduit au développement d'infrastructure et d'équipements (funérarium, crématorium, centres funéraires) dont la gestion est généralement confiée au délégué en titre, qu'il soit concessionnaire ou régie.

totallement approprié par ceux qui en font l'objet d'une compétence et d'une rétribution. Et ce processus de marchandisation n'a de cesse de se renouveler, apprêtant le marchand funéraire à occuper la moindre place laissée vacante par ceux qui composent traditionnellement l'armature du lien social. La gamme de services proposés s'étoffe pour faire du pompe funèbre l'homme providentiel de l'assistance mortuaire : l'invention de « l'assistance après-décès »²⁶, l'offre d'entretien des sépultures, et bientôt l'hôtellerie-restauration pour les familles endeuillées, tout ceci alimente son omnipotence, alors même qu'il se retrouve plus seul en scène. Même le prêtre déserte l'office religieux là où subsiste une « cérémonie du souvenir » laïque et personnalisée.

Là encore, on peut être attentif à voir le mouvement de sécularisation prendre le pas sur cette dynamique de marchandisation, à laquelle sont peu à peu converties les pratiques funéraires. Certes, l'essence même de l'activité du croque-mort reste inchangée : il demeure un technicien de l'habillage de la mort. Mais, comme on l'a vu, il n'est plus au service de cette parade civile et religieuse, annexé à la foule d'acteurs associés au cérémoniel. Son expertise se déploie dans une tout autre science de l'habillage, celle dont l'anthropologie de la mort fait aujourd'hui l'exégèse. Elle accompagne la dissimulation et le déni de la mort, tout d'abord, en tenant le cadavre à l'écart des vivants²⁷. Elle tend à exceller dans cet art très ancien (Thomas, 1980) de la conservation et de la restauration du corps : à ceci près que le spécialiste contemporain de cet art se destine essentiellement à « vendre la dernière image »²⁸ de l'être cher, comme s'il pouvait provisoirement le maintenir *quasi*-vivant durant le temps des adieux. Enfin, elle s'associe à une conception plus « hygiéniste » de la mort dont la crémation constitue une forme achevée, de surcroît marquée par une distance plus forte au territoire (l'appartenance locale) et à la terre (monde rural).

Comment le rituel cérémoniel survit-il à cette métamorphose pratique et symbolique de la vie des morts ? Il a conservé les morceaux essentiels de son thème, pour un office toujours plus marqué par la simplicité et la sobriété : visite au mort sans veillée, courte cérémonie ou simple hommage au disparu, disparition du cortège et de la procession au cimetière. Les « centres funéraires », lorsqu'ils existent, substituent une unité de lieu au vagabondage du mort d'un bout à l'autre de la ville. Tout se passe comme si le « texte » des funérailles se réduisait à sa trame essentielle. Ici, la contrainte du marché poursuit ce travail d'érosion, que nous avons précédemment imputé au procès de sécularisation. Car il faut bien admettre que le parcours funéraire fait l'objet d'une économie croissante des ressources mises en œuvre par les opérateurs de pompes funèbres. La plupart cherchent aujourd'hui à rationaliser l'organisation du travail et la gestion des moyens (véhicules et personnels) mobilisés à l'occasion des funérailles²⁹, ce qui induit notamment des

²⁶ Produit initialement proposé par les PFG, il consiste à prendre en charge les formalités administratives et courriers (banque, mutuelle, etc.) concernant la personne décédée.

²⁷ Lors du séjour en chambre funéraire, le corps peut séjourner plusieurs jours en casier réfrigéré ou être présenté de façon permanente dans un salon s'il a subi des soins de conservation. Cette prise en charge évite toute manipulation du cadavre aux proches.

²⁸ L'expression est d'un spécialiste de la thanatopraxie.

²⁹ Symptomatique de ce phénomène est la restructuration importante du système d'organisation du travail que met en place aujourd'hui le groupe OGF-PFG.

contraintes temporelles plus strictes. Et ce phénomène ne peut que s'accroître, à la mesure dont s'intensifient la pression de la concurrence et les exigences de compétitivité.

Du désenchantement

« *Il n'y a plus de sacré* », commente la bibliothécaire du centre de documentation qui m'accompagne ce jour là dans mes vagabondages spéculatifs à propos du funéraire. Interpellée par le sujet, elle me livre avec émotion le souvenir de l'enterrement d'un proche six ans plus tôt. Les funérailles avaient été confiées à un opérateur qui ne tardait pas à se révéler singulièrement inexpérimenté ou inconséquent. Au fil du récit, elle relate comment les maladresses se suivent et transforment le cérémoniel en véritable cafouillage : les porteurs ont la mine mal défraîchie et l'allure négligée, ils effectuent la mise en bière et la fermeture du cercueil sans que la famille ne soit présente, ils oublient d'emporter les fleurs pour la cérémonie, le cercueil tombe du corbillard dont la porte a été mal fermée, etc. De ce cérémonial mouvementé, il demeure le souvenir cuisant d'un hommage mal rendu.

« Désenchantement » du rituel, marchandisation des pratiques funéraires, économie des ressources : faut-il considérer qu'en se substituant au réseau de relations sociales de dépendance plus ou moins « enchantées » qui entouraient hier les funérailles, la raison marchande se prive simultanément du travail de sacralisation qu'opérait celui-ci ? Que dire de cet habillage de la mort qui joue moins sur la symbolique mortuaire que sur la réparation immédiate du corps altéré ? On ne peut en effet qu'être frappé de la distance croissante qui sépare les vivants contemporains de leurs morts. Et celle-ci trouve une réplique immédiate à travers la distance sociale, voire le dénigrement, auxquels ils assignent ceux qui en ont aujourd'hui la charge presque exclusive, les pompes funèbres. Certes, sur la scène marchande, extériorité et distanciation constituent des ingrédients indispensables de la relation économique : le contexte de la relation marchande est précisément la rencontre anonyme, parce qu'elle constitue une condition rendant possible la confrontation d'intérêts et de rationalités calculatrices entre protagonistes de l'échange (Boltanski, Thévenot, 1987)³⁰. Partant de ce constat, on serait en effet tenté de voir dans l'avènement du marché le sacre du désenchantement... La représentation historique et anthropologique du marchand ne nous rappelle-t-elle pas celle de l'étranger (Braudel, 1993) ? N'est-elle pas consubstantielle d'une rationalité économique fondamentalement antinomique avec l'hommage, ne serait-ce que parce que la première accélère le temps là où l'autre commande de ralentir (Baudry, in Augé, 1985) ? Rappelons-nous ce boutiquier pittoresque présenté au début de cette histoire, tel un emblème de la tradition. Si l'anachronisme du personnage est ici vertueux, c'est parce qu'il réussit à conjuguer l'identité du marchand au rôle de médiateur et d'acteur du sacré. Parce qu'ici, l'entrepreneur de pompes funèbres ne cesse de circuler entre la sphère des vivants et celle des morts sans les dissocier. Parce que de multiples gestes et attentions manifestent un

³⁰ Le développement de la prévoyance pourrait accompagner ce phénomène : le contrat de prévoyance s'apparente en effet à une relation directe et individualisée du client au prestataire de services funéraires et elle se déroule dans des conditions favorables à la rencontre d'intérêts (absence de l'urgence, disparition de la culpabilité, etc.).

perpétuel hommage aux âmes en partance comme à celles qui se lamentent. Parce qu'ainsi consacré opérateur du rituel, il se voit affilié à la communauté.

Ceci étant, l'analyse anthropologique aurait tort de se contenter d'une interprétation dualiste reléguant l'ère moderne à la déchéance de la solidarité sociale et au déclin de considération envers les nécessités du cérémonial. Ne devrait-elle en effet éprouver quelques difficultés à concevoir que des pratiques essentiellement reliées à la sphère du rituel se laissent totalement dépouiller de leur consonance spirituelle ? L'ordre économique, s'il est certes fondamentalement antinomique de la sphère du sacré (Godelier, 1996) peut-il absorber la totalité des signifiants pour n'en restituer qu'une dépouille décharnée ? Si une telle conclusion nous semble suspecte, il est alors temps de retourner du côté des croque-morts, afin de traquer les manifestations du sacré qui, telles des fantômes, rappellent leur existence à ceux qui pensaient les voir disparues.

Le sacré revisité

Je suggère alors d'être attentif à ces multiples hiérophanies impératives du sacré (Eliade, 1965), qui échappent, résistent et défient l'ordre marchand, jusqu'à le contraindre de composer avec elles. Le premier symptôme de cette tension entre ordre économique et ordre « religieux » apparaît à travers le perpétuel soupçon d'illégitimité qui entoure ces croque-morts des temps modernes. Aux yeux de la société, l'entrepreneur de pompes funèbres n'est pas loin d'incarner une sorte de marchand du temple, marqué du sceau du tabou pour oser fabriquer du profit avec « nos chers disparus ». Le poids de la sanction sociale n'a pas pour seule conséquence d'assigner cette profession au bas de l'échelle du prestige social. Il retentit sur tous les endeuillés qui deviennent plus ou moins malgré eux complices de la rationalité marchande. Solidaire d'une économie des biens symboliques (Bourdieu, 1994), les pratiques funéraires sont idéellement associées à une dénégation de l'intérêt économique qui commande de prendre ses distances avec la calculabilité pour se vouer entièrement à l'offrande. Alors que l'espace marchand se destine à l'objectivation et l'explicitation de la vérité économique de l'échange, il doit ici faire place au silence et à l'implicite, au désintéret et au sentiment d'obligation, bref, à tout ce qu'ordonne l'impératif de l'hommage. Aussi, la situation d'achat funéraire expose-t-elle à une tension permanente dans laquelle le tabou du calcul ne cesse de hanter la relation commerciale entre un marchand contraint à la réserve et un client dont l'achat devrait se manifester dans un acte désintéressé.

Suspicion envers le marchand, culpabilité du consommateur calculateur, tabou de l'explicitation du prix, dénégation de la réalité économique de l'échange, ces attitudes fonctionnent comme autant de rappels à l'ordre de la norme sociale associée à l'inclination devant l'absolu du sacré. On comprend mieux alors que les pompes funèbres, enclins à se faire connaître d'une clientèle de plus en plus égarée par la concurrence, aient généralement évité le recours aux techniques

publicitaires ou de marketing classique³¹, dès lors que celles-ci s'assimilaient à des signifiants ostentatoires du marché ! Au contraire, le décorum de la relation commerciale est conçu de façon à en adoucir l'acuité, voire le cynisme : la voix basse et posée du vendeur, l'ambiance feutrée de la rencontre, la dissimulation des cercueils à la vue du consommateur, la sobriété des lieux, etc., travaillent à rétablir une forme d'intimité, une sacralisation de la rencontre. Tout se passe comme si les pompes funèbres nous invitaient à entrer subrepticement dans ce marché avec la même religiosité que l'approche du seuil d'une église. Et si le petit commerçant local³² ou la régie publique conquièrent encore plus facilement les égards des consommateurs, c'est aussi parce qu'ils se situent ailleurs que sur le registre marchand dans la mise en œuvre de conventions de service (Gadrey, 1994) : à la violence symbolique avec laquelle jouent librement les « discounters » du funéraire, défiant l'hypocrisie d'un marché qui se dénie comme tel, répondent ici les justifications d'ordre domestique (la proximité et l'appartenance commune, la confiance, le traitement personnalisé) ou associées à l'invocation de principes civiques (le respect de la dignité des personnes ; l'équité de traitement et l'existence de solidarités³³).

Allons plus loin. Immédiatement après avoir inventé le marché, les pompes funèbres ont (ré)inventé la « qualité ». La naissance du marché concurrentiel s'était accompagnée de celle des promoteurs du « discount », principalement incarnés par l'enseigne Roc Eclerc. L'entrée définitive du funéraire dans le marché des services conduit à la prise en compte de nouvelles dimensions du service, telles que la disponibilité ou plus largement la qualité. L'argument de la qualité est souvent invoqué par les professionnels comme une première riposte vis-à-vis de tous les « outsiders » de la pompe funèbre qui ont investi un marché lucratif avec un minimum d'investissement et de formation du personnel. Au delà des stratégies commerciales, le discours sur la qualité nous invite à explorer un registre d'appréciation tout à fait singulier, s'agissant d'une prestation relativement homogène³⁴ et dont les caractéristiques techniques sont faibles. Du côté des professionnels, la catégorie de la « qualité de service » renvoie essentiellement à un catalogue de considérations pratiques (ponctualité, soin), morales (réserve, civilité, respect), esthétiques (propreté, tenue, environnement) reliées sans trop de rigueur. La qualité n'a au fond pas véritablement de sens, sauf à référer à un corpus de notions floues décrivant une attitude éthique, ce qui l'empêche de devenir un argument commercial explicite vis-à-vis des clients. Elle se construit à partir d'un savoir empirique sur les multiples attentes ordinaires qui entourent la prise en charge du défunt et le déroulement de la cérémonie. Et elle n'est finalement rendue visible que par « négation », une fois dénoncée comme défaillance et prétexte à récrimination par les clients.

³¹ En dehors des « discounters », notamment Roc Eclerc, qui font exception en la matière. La stratégie de marketing repose ici au contraire sur une véritable mise en scène marchande, proposant une alternative aux consommateurs qui souhaiteraient faire valoir des critères proprement marchand (prix) dans leur choix d'un opérateur.

³² L'enseigne locale ne présuppose pas un statut d'indépendant. Le groupe PFG possède de nombreuses filiales pour lesquelles il a maintenu le nom pour préserver l'image familiale. Il possède ainsi plusieurs centaines de marques commerciales.

³³ Par exemple, l'inhumation gratuite des indigents.

³⁴ Au sens où les produits et services proposés par les opérateurs diffèrent peu d'une entreprise à l'autre. On rappellera également que les opérations funéraires (équipements, produits, services) sont soumises à un encadrement juridique et normatif rigoureux (D'Abbadie, Bouriot, 1996).

Il n'est pas rare que le défaut reproché tiennent du « détail » : la porte d'un salon où repose un corps restée ouverte, un vulgaire carton pour transporter une urne cinéraire, la tenue négligée ou l'attitude malséante d'un porteur, l'expression maladroite d'un conseiller, etc. En d'autres termes, la notion de « qualité » révèle ici une dimension qui existe en « mode mineur » (Piette, 1996)³⁵ mais qui n'en décrit pas moins un enjeu majeur : celui qui a trait à la marque du respect, au témoignage de la bienséance, à l'expression de l'hommage et à la reconnaissance de la dignité des personnes. Les pompes funèbres savent que le moindre détail problématique peut être prétexte à leur mise en cause. C'est alors à travers cette sorte de « pot pourri » de notions disparates assimilées à la « qualité » que nous pouvons appréhender la question du sacré. Car celles-ci constituent autant de marqueurs d'obligations de civilité et d'hommage indiquant que nous approchons de « la région du sacré » (Bateson, 1989). La qualité comme somme d'attitudes ponctuelles et de mises en forme des pratiques semble indiquer qu'une forme de ritualité se maintient au delà de l'affaiblissement du rituel (Baudry, 1999), et qu'elle est d'autant plus investie que cet héritage de la tradition devient plus imprécis et diffus. Qualité et sacré flirtent ensemble sans que l'on ne distingue vraiment l'ordre économique de l'expression d'un *étbos*.

Ceci étant, les opérateurs du secteur funéraire, et notamment ceux qui représentent les leaders de la profession, ont bientôt compris que le souci de la qualité ne constituait qu'un préambule à une véritable stratégie de différenciation ; autrement dit, qu'il y avait tout à gagner à ne pas se contenter de demeurer ainsi à l'orée du sacré. En interaction constante avec les familles, les pompes funèbres sont les premiers dépositaires de la crise du religieux³⁶, dans laquelle ils voient se débattre tous ceux que la mort plonge dans la nécessité du sacré et avec lesquels ils bricolent d'urgence une sorte d'improvisation rituelle. « Réenchanter l'espace funéraire », tel est l'un des horizons possibles pour les opérateurs du funéraire. Propulsés dans l'espace du marché, ils sont en quête d'innovation et de différenciation. Mais au delà de la stratégie commerciale, il s'agit de restaurer une « personnalité morale » accompagnant la figure nouvelle du professionnel et réactivant l'image humaniste du croque-mort. C'est ici que prend sens l'investissement des leaders du marché dans un travail pratique et symbolique de (re)socialisation des pratiques mortuaires. Héritiers de la tradition funéraire, nouveaux experts dans la gestion des cadavres, majordomes de l'organisation des funérailles, ils sont à même de devenir les porte-parole de cet univers de nouveaux professionnels de la mort désormais peuplé de laïcs. Car les uns et les autres, au milieu des âmes désœuvrées confrontées au mystère de la mort, se voient dans l'impérieuse nécessité de se réconcilier avec la transcendance et de réinventer une forme de sacralisation des funérailles. Psychologues, accompagnants, soignants, laïcs et religieux, tous ces acteurs contemporains du parcours funéraire conviés par les opérateurs de pompes funèbres, sont engagés à se saisir de

³⁵ J'emprunte la notion de « mode mineur » à Albert Piette : l'auteur qualifie ainsi toute une série de « détails » (attitudes, gestes, mots) des situations sociales ou des interactions qui n'entrent pas directement dans leur pertinence significative ou leur typicalité culturelle, mais constituent de « simples indices d'humanité » : ils se manifestent comme des possibilités de se soustraire à la contrainte de la situation, de faire des écarts, d'accomplir des actions parasites, de distraire et d'être distrait, etc. Il semblerait ici qu'évoluer dans la région du sacré suppose, notamment pour les acteurs porteurs du processus de sacralisation, une forme d'interdiction de ce registre de la distraction.

³⁶ Sur ce thème, cf. Hervieu-Léger (1986) et Gauchet (1985).

cette matière première du rituel pour la remodeler à l'image des formes contemporaines du religieux.

On peut d'ailleurs noter que ce travail social d'innovation symbolique privilégie la crémation, longtemps demeurée orpheline du cérémonial parce que délaissée par les religions officielles. La réinvention des pratiques liées à la mort poursuit aujourd'hui de nouveaux horizons, telle l'esthétique funéraire, travaillant à la recréation des produits d'art (cartes, vases, plaques) ou la réflexion sur le renouvellement des cimetières (columbarium et cimetières paysagers).

Conclusion

Les "grands messes" des professionnels de la mort sous l'égide des entreprises de pompes funèbres ne se résument donc pas à une opération de marketing de service destinées à consolider une économie de réseau³⁷. Tout au moins, nous semblent-elles indissociables d'une production de sens, qui prend corps au fil de l'écriture d'un nouveau "texte" des funérailles étoffé de signifiants *ad hoc*. Mais dans quelle mesure ce champ d'apprentissage collectif réussit-il à composer avec le jeu du marché sans être totalement colonisé par celui-ci ? Pour l'heure, il faut reconnaître qu'il lui est fortement annexé. Au point que cette union des professionnels se prolonge par des alliances « de fait » : ainsi, un certain nombre de responsables d'entreprises conçoivent aujourd'hui d'ajouter bientôt à la carte des services funéraire un accompagnement psychologique ou spirituel sur le chemin escarpé du deuil. Heureux seront les consommateurs au royaume du marché funéraire...

Bibliographie citée

Augé M. (dir), *La mort, et moi, et nous*, Paris, Textuel, 1985.

D'Abbadie G., Bourriot C., *Code pratique des opérations funéraires, Tome 1, Pompes funèbres*, Paris, Editions Le Moniteur, 1996.

Barrau A., « Les services funéraires, Permanences et évolutions », *Economie et Statistique*, n°198, avril 1987.

Bateson G. et M.C., *La peur des anges, vers une épistémologie du sacré*, Paris, Seuil, 1989, p. 114.

Bauberot J., *La morale laïque contre l'ordre moral*, Paris, Seuil, 1997.

Baudry, *La place des morts : enjeux et rites*, Paris, A. Colin, 1999.

Bourdieu P., *Raisons pratiques : sur la théorie de l'action*, Paris, Seuil, 1994.

Braudel F., *Civilisation, économie et capitalisme : XVe-XVIIIe siècle. 2, /Les jeux de l'échange*, Paris, Librairie générale française, 1993.

³⁷ Le choix d'un opérateur funéraire par une famille est rarement un acte anticipé et « rationnel » (au sens économique du terme) : dans l'urgence de la situation et sous le poids de la contrainte, il n'est pas rare que le proche fasse appel à l'un des professionnels qu'il rencontre alors (soignants, garçon de morgue, personnel de mairie, marbrier, etc.) pour être orienté vers un opérateur. Ces multiples participants à l'espace de la mort donc constituent autant de figures du « prescripteur » (Hatchuel, 1995) susceptibles d'acheminer défunts et familles vers un prestataire désigné. Pour les pompes funèbres, il est donc essentiel de s'appuyer sur ces contacts professionnels, suscités par l'activité elle-même ou dans le contexte de la société locale, pour capter la clientèle.

- Callon M., *The Laws of the markets*, Oxford, Blackwell Publishers, 1998.
- Cochoy, *Une histoire du marketing : discipliner l'économie de marché*, Paris, Editions La Découverte, 1999.
- Dubar C., Tripier P., *Sociologie des professions*, Paris, Armand Colin, 1998.
- Gadrey J., « Relations, contrats et conventions de service », in *Relations de service, marchés de service*, Paris, CNRS Editions, 1994.
- Hatchuel A., « Les marchés à prescripteurs », in Jacob A., Vérin H., *L'inscription sociale du marché*, Colloque de l'Association pour le développement de la socio-économie, Lyon, novembre, Paris : l'Harmattan, 1995, pp.203-224.
- Hervieu-Léger, D., *Vers un nouveau christianisme : introduction à la sociologie du christianisme occidental* ; avec la collab. de Françoise Champion, Paris : Éd. du Cerf, 1986.
- Geertz C., *Savoir local, savoir global : les lieux du savoir*, Paris, PUF, 1986.
- Godelier M., *L'énigme du don*, Paris : Fayard, 1996.
- Hatchuel A., « Comment penser l'action collective ? Théorie des mythes rationnels », in Damien R., Tosel A. (Ed), *L'action collective, coordination, conseil, planification*, Annales littéraires de l'université de Franche Comté, 1995.
- Manciet M., *Concentration et concurrence dans les pompes funèbres : un exemple de contrôle privé du service public*, Thèse pour le doctorat d'Etat en Droit, Université de Nice, 1985.
- Thomas L.V., *Le cadavre, de la biologie à l'anthropologie*, Bruxelles, Ed. Complexe, 1980.