



**HAL**  
open science

# La communication en matière de contrats obsèques : quelques repères et représentations

Tanguy Chatel

► **To cite this version:**

Tanguy Chatel. La communication en matière de contrats obsèques: quelques repères et représentations. Pourquoi organiser ses obsèques à l'avance?, Jan 2010, Lille, France. pp.155-173. halshs-00707286

**HAL Id: halshs-00707286**

**<https://shs.hal.science/halshs-00707286>**

Submitted on 21 Jun 2012

**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.

**Comité National d'Ethique  
du Funéraire**

90 FOUILLAGE

COMITE NATIONAL d'ETHIQUE

**POURQUOI  
ORGANISER  
SES OBSEQUES  
A L'AVANCE ?**

**POURQUOI  
ORGANISER  
SES OBSEQUES  
A L'AVANCE ?**

**COLLOQUE DU 24 JANVIER 2011**

**À LA FACULTE LIBRE DE DROIT DE LILLE**

## **LA COMMUNICATION EN MATIERE DE CONTRATS OBSEQUES : QUELQUES REPERES ET REPRESENTATIONS**

*Par Tanguy CHATEL, Sociologue, Bénévole dans une Unité de Soins Palliatifs, Docteur en Sciences Sociales des Religions et de la Laïcité.*

*Passer de notre échappé au commercial – ou pas ? Apparemment de plus en plus nous tombons dans des prestations, donc dans un service commercial comme un autre. Comme disait l'autre : «votre argent m'intéresse», peut-être qu'on peut maintenant considérer que : «votre mort m'intéresse», qui pourrait être effectivement le slogan de tous les intervenants. Donc c'est pour ça qu'on a considéré que ça pouvait être intéressant que Tanguy Chatel, sociologue, puisse intervenir sur ce sujet-là pour nous montrer – parce qu'apparemment il y a un lien entre souscription et communication – en quoi cette communication a évolué et en quoi ce qui était peut-être inacceptable ou difficile à promouvoir il y a quelques années ne l'est plus aujourd'hui.*

Pour ma part, je me suis particulièrement intéressé à la question de la communication autour des contrats obsèques. C'est un thème qui a des résonances et qui offre aussi des surprises par rapport à la question des besoins qu'on vient d'étudier.

Dans un premier temps, je vais faire un rappel en fixant les idées autour des types de contrats, même si elles sont plutôt bien connues, je présume. Ensuite, j'étudierai les représentations qui sont portées par ces communications - campagnes de publicité ou autres.

Première précaution : j'ai trouvé peu de choses d'un point de vue historique. Donc l'essentiel de mon analyse repose sur des informations plutôt récentes sinon actuelles. Je dois quand même beaucoup remercier Christian Rossignol, Vice-Président du Comité d'Ethique, de m'avoir procuré une part considérable du matériau que je n'avais pas le temps d'aller rechercher moi-même.

## **I/ Idées autour des types de contrats**

### **- Un peu d'histoire**

Quelques repères historiques pour commencer avec une remarque préliminaire. Damien Le Guay l'a évoqué : les obsèques traditionnellement sont l'affaire des survivants. D'une manière générale la fonction du rituel – et en particulier du rituel funéraire – est, pour les vivants non seulement le moyen de rappeler qu'ils font société ensemble, mais aussi, d'une certaine manière, le moyen de les libérer de l'emprise que le mort exerce sur eux, à travers un dernier adieu.

Aujourd'hui, il semble que les funérailles deviennent de plus en plus l'affaire du défunt dans une représentation de plus en plus personnalisée et individualiste de ce rituel. On observe comme un mouvement d'inversion par rapport à la représentation classique dans laquelle ce rituel servait à renforcer le lien communautaire.

Nous allons passer rapidement en revue les grandes étapes de l'histoire des contrats obsèques avec en fond un éclairage sociologique à vocation illustrative, donc forcément réducteur d'un point de vue scientifique :

- Les premiers contrats obsèques apparaissent à partir des années 30 avec l'invention des CRAD : les Convois Réglés Avant Décès. On est alors au lendemain de la Première Guerre mondiale et de la crise de 29 qui ont généralisé l'incertitude du monde. La notion de l'impermanence prend une force nouvelle et sans doute inédite dans cette modernité du début du XXe siècle. La société française s'interroge et s'inquiète tant sur l'avenir que sur le devenir de soi. Alors qu'il était jusqu'alors si normal de s'en remettre à ses descendants, des personnes en viennent d'elles-mêmes à éprouver le besoin d'organiser à l'avance leurs obsèques. Il s'agissait alors pour les entreprises de pompes funèbres de l'époque de répondre à des demandes et tout ceci se faisait de manière non formalisée, empirique.

- Le deuxième temps des contrats obsèques surgit avec le choc des crises économiques et financières des années 70.

Celles-ci entérinent définitivement l'incertitude non seulement au niveau sociétal mais également au niveau financier : le chômage devient endémique ; les produits financiers se banalisent et se diversifient. La question du coût des obsèques devient alors une question qui commence à soucier sérieusement, et pour palier à l'incertitude financière, des messages de sécurisation financière commencent à émerger.

- Troisième temps : les années 80-90. À la suite de ce choc culturel, on note en 86, l'invention des conventions obsèques de la compagnie d'assurances Norwich Union. Je me souviens – vous aussi sans doute – de la figure de Jean-Marie Proslie dans les écrans de télévision et de son discours tellement inattendu. C'est le point de départ de la publicité grand public. Il ne s'agit alors plus simplement de répondre à une demande, il s'agit du premier mouvement de provocation cherchant à générer un besoin plus que simplement à répondre à une demande.

- Quatrième temps : 1993. À leur tour, les pompes funèbres générales inventent le testament obsèques. Celui-ci n'est pas simplement un produit financier, contrairement à la convention obsèques de Norwich Union. Ce «testament» prévoit des prestations matérielles en complément de placements financiers, comme le rapatriement et des assistances supplémentaires, par exemple au téléphone.

### **- Les types de contrat**

Après ce très rapide historique, évoquons maintenant les différents types de contrats qui sont proposés aujourd'hui à un client :

- Il existe des contrats dits «en capital». Même si certains fournisseurs jouent sur les mots, c'est de cela dont il s'agit. Dans ce cas, un client s'adresse à un organisme financier que ce soit une banque, une compagnie d'assurances, une mutuelle ou une caisse de retraite ; celle-ci fait travailler de l'argent pendant un certain temps, jusqu'à un événement déclencheur qui sera le décès de la personne. Le capital est alors versé à un bénéficiaire qui a pu être désigné antérieurement ou qui est simplement un ayant droit du souscripteur. Ce bénéficiaire conserve alors la latitude soit d'utiliser cet argent pour des services funéraires à proprement parler, soit à toute autre chose (il peut s'offrir un beau voyage aux Bahamas - on l'a aussi évoqué !). Juridiquement, ce premier type de contrat est un strict contrat en capital. Et dans ce cas-là l'obligation funéraire est une obligation morale qui incombe aux ayants droit, et non pas une obligation juridique. Ils ne sont pas tenus de consacrer l'argent aux funérailles.

- Deuxième type de contrat : les contrats de prestation funéraire. À la différence du premier type de contrat, dans ce cas-là, il est prévu que le capital au moment du décès sera versé à un professionnel du funéraire identifié ou identifiable et c'est ce professionnel du funéraire qui aura le moment venu la charge de mettre en œuvre les prestations funéraires. Nous sommes là dans le cas d'un contrat de prestations funéraires assorti de clauses financières.

- Dans le troisième type de contrat, le client s'adresse directement à un professionnel du funéraire, lequel a un partenaire qui est un organisme financier qui fait travailler à son tour l'argent, puis le reverse le moment venu dans l'autre sens au professionnel du funéraire, lequel met en place les prestations prévues au contrat.

Ces trois cas de figure se retrouvent dans la publicité. Exemples (projection de supports)

- Ainsi le Crédit du Nord propose un contrat qui s'appelle «Capital Obsèques». Dans ce contrat, il n'est question que de financement des obsèques et le Crédit du Nord rappelle bien qu'il est une banque. Il y a donc dans ce produit une légère ambiguïté puisque l'organisation des obsèques n'est nullement inscrite dans le contrat.

Autre cas : Aviva – anciennement Norwich Union. J'ai bien aimé cette petite clause : «vos bénéficiaires peuvent – s'ils le souhaitent – faire appel à un assistant funéraire pour prendre en charge l'organisation complète des obsèques». Vous voyez, c'est tout à fait facultatif. Ça s'appelle malgré tout «convention obsèques». Certaines mutuelles se mettent aussi dans le coup comme la MAIF avec le contrat «sollicitude» qui sonne mutualiste, mais qui n'est qu'une opération en capital : il n'y a pas derrière de prestation funéraire prévue.

- Certaines banques ou organismes financiers ont des partenaires dédiés, ou tout au moins privilégiés, à l'image du Crédit Agricole. Ce produit correspond au deuxième cas de figure : un contrat en capital avec un partenaire funéraire bien identifié.

- Troisième cas de figure. La FAP insiste elle sur le fait qu'elle est spécialiste du funéraire. Il s'agit bien par ce contrat de préparer à l'avance ses obsèques.

- Il existe aussi des opérateurs plus inattendus. J'ai trouvé ça sur internet : France Loisir vous propose aussi une convention obsèques, comme quoi... Maintenant tout est possible ! Ça, ça renforce bien l'idée que derrière il y a un marché juteux pour un grand nombre d'opérateurs.

### **- Que représentent ces contrats ?**

Analysons quelques chiffres qui m'ont été fournis par la CPFM. Aujourd'hui les entreprises de Pompes Funèbres ne représenteraient que 10% de ce marché. Et comme on prévoit que ça soit un marché en extraordinaire expansion, la force commerciale des banques et assurances pourrait encore réduire ce pourcentage. Aujourd'hui, les fonds seraient environ d'1 milliard d'euros pour 9,6 milliards d'euros garantis. On aurait 2,5 millions de contrats en cours.

Mais ce qui est intéressant c'est qu'en 2009 il y a eu +400 000 contrats souscrits (chiffre à rapprocher du nombre annuel de décès : environ 530 000 décès en France). Ce chiffre de contrats souscrits a été multiplié par quatre depuis 1997. Les nouveaux contrats sont surtout souscrits par le secteur de la banque assurance, et on prévoit 7 millions de contrats à l'horizon 2015. Voilà donc quelques éléments estimatifs, mais qui viennent montrer l'ampleur du marché et donc illustrent les enjeux et les politiques de communication des établissements derrière. Entre 2004 et 2009, en cinq ans, le nombre de décès couverts par contrat a plus que doublé, il est passé de 7 à 17%. Aujourd'hui ces contrats sont à 75% en capital et seulement 25% des contrats en prestation obsèques. C'est tout à fait considérable quand même.

Ça montre que derrière ce mot «obsèques» qui va servir d'appât, d'hameçon pour titiller la peur ou le désir de prévoir, en réalité on est essentiellement sur des opérations d'ordre financier. Cela peut poser effectivement d'un point de vue éthique la question de la moralisation de ce marché. Et les perspectives sont évidemment l'accroissement du marché, ne serait-ce déjà que par effet mécanique, par le vieillissement de la population, ne serait-ce ensuite que par effet financier, parce que l'épargne privée demeure en France particulièrement élevée et que dans le contexte mondial actuel les gens sont à la recherche de placements sûrs.

Les banques vont être de plus en plus tentées de jouer sur ces ressorts. Il y a enfin un effet culturel, car les représentations autour de la mort sont en considérable évolution : représentation autour de la mort, autour des métiers du funéraire, autour des contrats, autour des relations avec ses proches. Tout cet ensemble de représentations est en train de bouger de manière rapide et significative.

## II/ Représentations

### Les représentations à travers les publicités

Quelles sont les représentations telles qu'elles surgissent des prospectus, des affiches, des messages publicitaires que j'ai pu analyser ? J'ai repéré plusieurs modalités de communication.

- La plus classique, c'est le prospectus. Un petit document plié en trois, disponible au guichet ou disponible en agence, qui diffuse un message simple, synthétique. On trouve également d'autres types de prospectus comme ce «livret obsèques» avec des informations de première nécessité.

- Deuxième type de document : des grandes affiches ou des publicités dans les magazines. J'aime beaucoup le nom «longue vie» qu'a choisi Aviva pour son produit (photo). Il traduit (malgré eux ?) un certain sens de l'humour comme le fait de pouvoir ainsi croquer la pêche à pleines dents. Puis à côté : «il faut souscrire à longue vie parce que je pense avant tout à mon conjoint, parce que c'est simple et parce que je laisse un capital» ; Voilà les trois idées phares qui ressortent de cette affiche. Donc si vous souscrivez ça vous vivrez longtemps, voilà le message implicite derrière cette publicité.

- D'autres affiches destinées à être mises en vitrine : «un document d'informations est disponible ici» ; ou encore «vos dernières volontés seront respectées». Est-ce que c'est véritablement le besoin du client ? Ou est-ce que c'est ce que l'on va essayer de lui faire prendre conscience que c'est une chose vraiment très importante aujourd'hui dans le monde actuel que de s'assurer que ses volontés seront respectées ?

- Voilà des publicités dans des magazines. Alors j'aime beaucoup celle-là aussi, parce que je trouve qu'il y a une espèce d'ambiguïté. À la fois il se la coule douce, allongé dans l'herbe, les bras croisés, il est tranquille, mais on peut se demander s'il n'est pas déjà un peu mort aussi, parce qu'il a les yeux fermés. Il y a une certaine ambiguïté avec l'herbe du cimetière. Sa femme le taquine, signe sans doute qu'il n'est pas tout à fait mort. Mais ils sont déjà quand même allongés, il n'est donc plus vraiment debout.

- Certains sites internet cherchent à donner quelques informations : «combien ça coûte» ; ça montre bien que c'est un des soucis. Ici, c'est «en trois clics» que vous avez réglé votre problème ; donc vous n'avez même plus besoin d'y passer longtemps, c'est vite fait, expédié ! Et puis on vous fait un devis, vous recevez votre documentation tout de suite, internet pour ça c'est formidable, ça va très vite. Il y a aussi moyen de faire ça par téléphone, alors on vous propose des numéros verts, comme ça vous n'avez même pas à payer, c'est gratuit. Et puis quand on ne vous propose pas de numéro vert, on vous propose plutôt de vous rappeler, comme ça vous n'avez rien à faire : cliquez et on vous rappelle gratuitement. Démarchage...

- J'ai pu également observer certains des procédés de relance qui m'ont semblé particulièrement violents. Après une première prise de contact, vous recevez un document dans lequel on vous dit d'emblée qu'on vous offre «une protection gracieuse de 5000 €». Je ne sais pas ce que cela veut dire, sûrement pas qu'on vous a fait don de 5000 € sur votre compte... C'est une couverture gracieuse de 5000 € à durée limitée, donc si vous ne saisissez pas le contrat dans la durée de 20 jours vous allez perdre cet avantage que vous n'avez de toute façon jamais eu avant et dont le courrier ne dit rien...

On vous offre en plus les trois premiers mois d'assurance. On vous indique quand même (en tout petit) que vous avez un droit de renonciation de 90 jours. Il s'agit là vraiment de méthodes de marketing des plus agressives qui montrent qu'il y a une volonté captive extrêmement forte derrière. Document violent et ambigu qui peut emporter la décision des plus vulnérables, des plus âgés. En l'occurrence ce destinataire avait reçu deux courriers de relance. Une vraie question d'éthique professionnelle...

### **Les mots clés**

Quels sont les mots clés employés dans ces communications ? Principalement «s'informer» et «prévoir» ; «s'informer pour prévoir». Il y a déjà une première idée que la préparation des obsèques est une chose compliquée.

Compliquée dans les formalités, les circonstances n'aidant pas à aborder ce moment-là de manière apaisée, lucide. Donc vous aurez besoin d'être aidé, vous aurez besoin d'informations. En plus, organiser des obsèques, c'est un peu risqué.

On ne peut pas se permettre de prendre le risque que ça soit mal fait. Il importe donc de s'assurer qu'on ne s'oriente pas vers les obsèques en amateur, en n'ayant pas pris un certain nombre de précautions.

S'informer, prévoir ensuite, il s'agit de prévoir pour soi, parce que c'est un contrat qu'on souscrit pour son propre décès a priori. Mais on l'a vu et on le reverra abondamment, parce que c'est un message largement matraqué, qu'il faut prévoir ses obsèques également pour les autres, puisque c'est de cette manière-là qu'on va les décharger.

Il faut prévoir «pour ne plus avoir à y penser» : pensez à la mort maintenant parce qu'ainsi vous n'y penserez plus après.

Vous serez alors libérés des contingences (et implicitement de la mort elle-même) et vous pourrez enfin vivre sereinement, sans soucis. Il faut donc s'informer, pour prévoir, et prévoir pour pouvoir enfin vivre...

Tant que vous ne pensez pas à la mort : vous ne pouvez pas vivre vraiment sereinement. En réglant par avance les détails de vos obsèques, vous vous dispensez de devoir vous soucier de la mort et vous pouvez à nouveau (sinon commencer) à vivre sereinement. Le message est complètement paradoxal autour de cette ambiguïté entre «la mort est un tabou» et en même temps «la mort il faut en parler».

Cette autre affiche nous dit : «la convention obsèques permet de ne penser qu'à la vie».

Pensez maintenant à la mort comme ça vous pourrez ensuite ne penser qu'à la vie.

D'un point de vue philosophique, on se mélange un peu...

J'aime beaucoup celle-là aussi (il s'agit d'un document de communication destiné aux partenaires pompes funèbres). Le contrat nous place dans la perspective d'un «face à face». Avec quoi ?

Face à face avec la mort, parce que ce couple n'est pas face à face, dans les bras l'un de l'autre. Pas dos à dos quand même, mais on voit bien qu'ils regardent dans la même direction, en l'occurrence dans la direction des obsèques et du contrat obsèques.

Dans ce document, il y a comme un printemps qui germe, qui jaillit en gerbes de blé.

On flirte toujours avec cette ambiguïté déjà signalée entre Éros et Thanatos, entre la mort et la vie.



## **Enjeux**

J'ai donc relevé trois enjeux : «s'informer» ; «s'informer pour prévoir» ; et «prévoir pour bien vivre».

- S'informer : Dans la circonstance anticipée des obsèques, ciblée autour des idées de douleur et de complexité, le souscripteur a besoin d'un tiers pour être conseillé : «le premier des services à vous rendre c'est de vous informer à tout moment» dit cet encart. Et puis on voit là un conseiller qui est vraiment dans la posture du conseiller, avec les mains signifiant clairement qu'il est en train de vous renseigner. Il a l'air très professionnel. Des informations, on en trouve aussi sur des sites qui n'ont rien à voir. Le site Orange, dans la rubrique «argent au quotidien» vous renseigne sur les contrats d'assurance obsèques. Vous voyez, on en trouve partout : chez France Loisir comme chez Orange. Il donne une véritable information d'ailleurs... On trouve aussi des sites qui vous décrivent les avantages et les inconvénients des types de contrat. C'est bien fait, assez clair, et cela permet déjà de sortir d'une certaine confusion, d'une certaine ambiguïté.

- Prévoir : on note toujours un petit peu les mêmes mots. «S'assumer» : Il faut s'assumer, et le mieux pour cela c'est de mieux s'assurer. «Se préparer» ; «mon départ moi je le prépare». Le fait de se préparer permet de s'assumer, de s'assurer, de se rassurer. C'est pour répondre à ce besoin, à cette inquiétude que certains soulignent le besoin d'être garanti en mettant en avant la qualité et le sérieux des prestataires.

Certains éléments de vocabulaire sont tournés vers les autres : j'ai non seulement besoin de me rassurer, mais j'ai également besoin de rassurer mon entourage en allégeant son fardeau financier et psychique. En prévoyant ainsi mes obsèques, en épargnant dès maintenant cet argent, je vais également épargner mes proches («Comment épargner à ceux que l'on aime l'organisation de ses obsèques»). Ce message, un peu paradoxal, insiste sur le fait que l'organisation des obsèques n'est pas un moment de vie, c'est un moment qui est vécu comme un fardeau. Et c'est vrai que ça l'est tant ce peut être compliqué d'organiser des obsèques.

- Prévoir pour bien vivre : Mais en même temps traditionnellement, les obsèques et leur organisation sont le moment où la vie reprend ses droits pour tenter de se reconfigurer dans une autre perspective : celle des survivants qui se rejoignent et font «société» entre eux, autour du mourant. L'organisation des obsèques est depuis toujours un acte de socialité des survivants, sommés de trouver les moyens de vivre ensemble malgré la perte. Et là on nous dit : «si vous êtes dispensés d'organiser les obsèques, vous vivrez mieux. C'est un peu compliqué d'un point de vue anthropologique».

À défaut de laisser ses proches organiser les obsèques, pour les en soulager, le contrat obsèques fait émerger la figure d'un tiers conseiller, mais également d'un tiers mandataire, qui va être chargé de veiller à toute cette organisation, qui est un professionnel qualifié, extérieur au cercle des proches, et qui sera garant d'un certain nombre de choses.

Ce tiers va devenir un partenaire privilégié. J'y reviendrais un peu plus loin, car c'est un rôle particulier : pas juste celui d'un fournisseur vis-à-vis d'un client. Cela va plus loin dans une espèce de relation de confiance particulière qui s'installe entre le client et l'entreprise – que ce soit une entreprise de pompes funèbres ou le banquier ou la compagnie d'assurance. «Vivre» ; on vivra désormais d'autant plus simplement qu'on aura prévu ses obsèques avant, tranquillement, dans la sérénité. Lorsque c'est fait, on peut enfin comme dans ce document partir à la pêche le cœur enjoué... et continuer à vivre peut-être plus pleinement que jamais...

Cette publicité pour un contrat en capital chez LCL est pleine de symboles. Ce couple est sur la plage, un lieu plutôt stérile et désert, avec la symbolique de la mer derrière. Ils sont pieds nus, ils sont bien dans les bras l'un de l'autre, et ça y est, ils ont prévu leurs garanties obsèques, donc ils n'ont plus besoin de ce parapluie qui tombe. Ils sont à l'abri des intempéries désormais, le soleil va bientôt briller, tout va bien, la vie commence...

### **Les arguments mis en avant**

Un des premiers arguments, qu'on retrouve dans la plupart des campagnes, c'est : «vos volontés seront respectées». Cela véhicule l'idée que nous vivons dans un monde où nous pouvons craindre que nos volontés ne soient pas respectées. Vous voyez la représentation qui est induite derrière : «méfions-nous de notre entourage !». Il y a là quelque chose de terriblement ambigu. Pour faire respecter vos volontés, vous avez éventuellement la possibilité de les consigner. J'ai sorti ce document parce que franchement si ça, ça s'appelle «mandat de dernières volontés» je ne sais pas ce que c'est. Parce qu'il y a juste là le minimum : « est-ce que j'aurais des obsèques civiles ou religieuses ? Dans quelle ville ? Est-ce que je veux des soins de conservation ? » Ce ne sont pas des volontés, ce n'est en rien un testament, ce document ne dit rien de ce que la personne veut vraiment. Ce document prétend rassurer, mais en réalité il ne consigne rien : juste trois lignes pour les «commentaires et dispositions spécifiques» ; vous avez intérêt à faire concis !

Deuxième argument, plus abouti : un document qui vient vraiment détailler les prestations, en cas d'inhumation, en cas de crémation, et puis de manière générale pour le transport. Il y a aussi la possibilité de prévoir des prestations complémentaires : «Est-ce qu'il y aura des maisons funéraires ? Est-ce qu'il y aura un service d'écoute téléphonique ? Le type de fleurs ? » ; pour 3500 €, voilà ce à quoi vous aurez droit avec des vraies options détaillées.

Troisième argument : «vos obsèques seront financées». Donc les prestations seront prévues et en plus le financement sera assuré. J'en ai déjà parlé.

Quatrième argument, plus commercial celui-ci : «nous sommes particulièrement fiables, regardez comment les gens parlent de nous». Des témoignages sont mobilisés pour le confirmer ; chacun y va de son histoire personnelle pour dire à quel point il a bien fait. Ainsi on crédibilise la démarche et de ce fait on engendre, on suscite encore davantage le besoin, à travers des témoignages, mais aussi en faisant la liste de ses différents partenaires : «moi je travaille avec des gens sérieux, voilà mes autres interlocuteurs». Le fait de mettre toutes ces références montre qu'il y a vraiment un doute au départ qu'il faut lever. L'image des contrats obsèques n'étant pas très glorieuse ni très sympathique, il faut donc essayer de la rendre la plus sympathique possible. Autre type d'argument pour crédibiliser : la garantie d'un service public.

### **Représentations anthropologiques et sociologiques**

Alors maintenant je vais restituer ces messages dans une lecture davantage sociologique, dans une présentation très schématique et rapide de la sociologie actuelle.

- Il est communément admis que nous vivons dans une société individualiste («c'est moi qui compte») et utilitariste («je vais me servir des autres pour ma propre édification, pour mon propre épanouissement à moi, pour atteindre les objectifs que je me suis fixés»).

La société utilitariste, c'est celle dans laquelle le rapport à l'autre est un rapport instrumental, et donc un rapport de méfiance et de domination. L'individualisme utilitariste nous a conduits à poser le principe d'autonomie comme norme éthique suprême (pendant longtemps, le point suprême de l'éthique, c'était les principes de bienfaisance et de non-malfaisance).

Le fait que l'autonomie prime désormais sur la bienfaisance s'illustre par exemple dans la loi pour le droit des malades en fin de vie, dans le fait notamment que toute personne peut désormais refuser un traitement qui serait pourtant efficace, cette décision s'imposant désormais au médecin dont la mission est pourtant de tenter de vous guérir.

- Deuxième repère sociologique : nous sommes dans une société qu'on dit matérialiste. Cela signifie que ce qui a de la valeur c'est ce que je peux appréhender, ce que je peux toucher, soit matériellement, soit même d'une manière plus ou moins virtuelle, mais en tout cas c'est ce que je peux arriver à maîtriser. Ainsi nous sommes dans une société où l'économie et le consumérisme sont tout à fait débridés, dominants, excessifs, correspondant bien au désir de posséder et de maîtriser. Nous sommes dans une société de la science, de l'ingénierie, de la technologie qui permet d'exercer un contrôle sur le réel, sur le vivant. Nous sommes dans une société du contrôle.

- Troisième repère : nous vivons dans une société où la maîtrise du temps est une donnée absolument majeure et qui est caractérisée par un double complexe. Un complexe de chronométrie : «il faut que les choses aillent vite, il faut qu'elles se réalisent tout de suite» ; et un complexe de chronologie, dans laquelle ce qui prend son temps ne fait plus vraiment sens. Ainsi les vieux ne sont plus les sages, mais des poids lourds dépassés. Aujourd'hui ce sont les jeunes qui sont censés être «sages». Ainsi le temps qui passe ne fait plus sens, n'est plus signifiant ; soumis à la pression de l'urgence et de l'immédiateté, il faut que les choses fassent sens tout de suite.

- Quatrième élément : nous sommes dans une société globalisée. Cela se voit avec la mondialisation, mais aussi dans les offres commerciales avec le développement des packages : on vous met tout sous forme de packages, «tout-en-un». Cela se voit aussi dans le domaine plus philosophique ou même sociologique, avec le développement des approches ontologiques, qui permettent d'aborder les problèmes dans leur globalité en essayant de repérer quand même dans la globalité des détails. Mais, plus que jamais, il est important de rendre compte d'un phénomène dans sa globalité.

Ce qui compte aujourd'hui c'est donc «moi», capable de maîtriser tout de suite ce qui se passe et de tout prévoir globalement, mais aussi dans les moindres détails. Voilà le schéma culturel dominant, et les contrats obsèques s'inscrivent exactement dans ce schéma. Bien sûr, il s'agit de grandes lignes, de repères généraux et cette vision est forcément simpliste. Il y a face à ces tendances, heureusement, comme tout le temps en sociologie, des contre-tendances.

On voit que l'individualisme aujourd'hui est tempéré par le développement du bénévolat très dynamique en France ; l'utilitarisme par celui de l'écoresponsabilité - on se sent responsable de ses voisins, habiteraient-ils au bout du monde.

La maîtrise du temps, ce complexe de chronologie, chronométrie, est tempéré par l'émergence d'un mouvement promouvant le «ici et maintenant» plus que vers le «tout, tout de suite» qui nous inscrit mieux, paradoxalement dans la durée. Le «tout, tout de suite», à peine je l'ai eu je m'en débarrasse déjà, je passe à autre chose. Le «ici et maintenant» il y a une certaine saveur, une certaine jouissance même, une certaine durée, fut-elle dans l'instant ! On voit de plus en plus de travaux autour de l'éloge de la lenteur. Y compris dans le monde de l'entreprise où les gens

veulent de plus en plus lever le pied. Le matérialisme et le consumérisme reculent légèrement devant le regain des nouvelles formes de spiritualité malgré le déclin des religions traditionnelles. La contre-tendance à la globalisation apparaît dans la course à l'hyperspécialisation, que ce soit en matière juridique, que ce soit en matière médicale...

Tendances et contre-tendances nous introduisent dans des représentations paradoxales : il n'y a pas d'un côté ceux qui sont pour et de l'autre côté ceux qui sont contre, en fait ces mouvements paradoxaux coexistent chez chacun d'entre nous.

Nous sommes à la fois individualistes et altruistes, nous sommes à la fois matérialistes et de plus en plus spiritualistes.

Nous ne renoncerions pas au téléphone portable que j'ai dans ma poche, et pourtant voilà, il y a des moments où je ne me reconnais pas dans cet outil-là.

Ce qui est intéressant d'un point de vue anthropologique et sociologique aujourd'hui, c'est de remarquer que nous essayons d'avoir une chose et son contraire, nous tâtonnons pour essayer de trouver une voie qui soit la synthèse des deux. Et on va retrouver ça aussi dans les contrats obsèques. Et qui ne vont pas être simplement l'illustration du : « moi je veux contrôler tout, tout de suite, dans ses moindres détails ».

La communication autour des contrats obsèques porte ce type de messages paradoxaux :

- «vous êtes votre seul maître, mais vous avez malgré tout besoin de vous informer» ; c'est-à-dire que vous n'êtes quand même pas autosuffisant. Vous avez donc besoin d'informations, mais vous avez aussi besoin de conseils et d'assistance. Vous êtes donc seul (à décider), mais vous ne pouvez pas vous contenter d'être seul (livré à vous-mêmes) : «on est là pour vous aider».

- Autre message paradoxal : Vous êtes responsables vis-à-vis des autres («mes proches seront épargnés» ; «prévoir ses obsèques, c'est penser à ceux qu'on aime»). Ainsi celui qui prévoit ses obsèques par un contrat est quelqu'un qui est soucieux de ses proches. Mais en même temps, «attention !», vos proches ne sont pas forcément fiables, vous devriez vous en méfier. Donc, je vais m'assurer auprès d'un tiers que mes volontés seront bien respectées par mes proches...

- Troisième message : «vous devez vous préparer» (je vais contrôler ma vie, mes obsèques, ma mort... Il me faut donc tout prévoir dans les moindres détails. Je ne veux pas laisser surgir de mauvaises surprises, je ne veux pas avoir des soucis et je veux pouvoir continuer à mener une vie normale. Grâce au contrat obsèques... Il sert à ça, à «mener une vie normale», soit pour vous soit pour vos proches. Il véhicule l'idée répandue que la surprise, dans le monde actuel, est une chose mauvaise. Il faut tout prévoir pour ne pas avoir de surprises, c'est-à-dire ne pas avoir de mauvaises surprises. On n'imagine pas qu'il puisse y avoir une bonne surprise en n'ayant pas préparé les choses à l'avance et soi-même.

- Et puis dernier message, qui n'est pas négligeable, c'est : «en plus vous faites une bonne opération financière». Donc vous êtes responsable de vos proches, mais vous êtes aussi un bon gestionnaire de vos deniers. Alors voilà, plein de raisons de prévoir ses obsèques : «vous n'aurez plus à y penser» ; «vous voulez laisser une image conforme à vos souhaits» ; «Ça se passera comme vous l'avez voulu, tout est prévu, votre conjoint sera libéré des soucis matériels, il n'y aura plus de préoccupations matérielles».

Et en plus il y a un avantage fiscal («vous n'avez pas de droits de succession»). Si on s'inscrit dans ce schéma culturel, on a naturellement toutes les bonnes raisons de souscrire à un contrat obsèques.

### **Représentations à l'égard de la mort**

Mais les messages autour des conventions obsèques véhiculent aussi des représentations autour de la mort. La représentation traditionnelle autour de la mort (depuis le moyen-âge sinon l'antiquité) c'était : «la mort est horrible».

La mort était perçue comme un phénomène subi, dès lors qu'on n'avait – en plus – pas tellement les moyens de soulager la souffrance, il fallait vivre, endurer sa souffrance par la force des choses. Donc on était littéralement dans la passion : le fait de souffrir. La mort était vécue.

La «bonne mort» était même du point de vue religieux : la mort espérante, c'est-à-dire la mort qui prend son temps, qui est résignée. On se résignait à mourir faute de pouvoir résister à la mort. Mourir était donc être un peu passif à l'égard de la mort. La mort se devait ainsi d'être patiente, lente, et en plus elle se devait d'être consciente.

Cette représentation a prévalu quasiment jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, en promouvant comme figure celle du patient. Le patient – c'est la même étymologie – c'est bien celui qui est dans la passion (qui souffre), celui qui est passif (qui subit) et celui qui fait preuve de patience (qui endure). Cette représentation traditionnelle imposait un autre rapport au temps (il s'agissait de prendre son temps dans la mort) et au matérialisme (puisque on ne contrôlait pas grand-chose de sa propre fin de vie).

La modernité est venue générer petit à petit une autre représentation de la mort. Aujourd'hui la mort ne doit plus être horrible, elle devrait – pourrait même – être belle ou bonne. C'est l'étymologie de l'euthanasie : «la bonne mort».

Pourrait-on avoir une belle mort ? Oui, mais cette belle mort aujourd'hui ça serait une mort choisie, de préférence indolore. Donc on est en rupture totale avec ce qui se faisait avant.

Une mort provoquée, dominée, et une mort dont on aurait même choisi l'instant, qui pourrait être anticipée. Et en plus, si possible, une mort inconsciente, parce que la mort consciente c'est beaucoup trop laid !

Voilà un des traits forts de la modernité où il faut effectivement décider et du moment et de la manière dont on viendrait mourir. La figure n'est plus celle du patient, c'est celle de l'acteur : «je suis acteur de ma mort».

Alors qu'avant on était soumis à une hétéronomie, à une norme extérieure qui nous était imposée par un contexte culturel ou religieux, aujourd'hui on est dans la figure de l'autonomie («c'est ma volonté qui prime»).

Cela signifie que je dois pouvoir faire ce que je veux de ma mort, et l'organiser – quand ?, comment ? - et jusque dans ses moindres détails.

Gardons en tête cette représentation de la mort dans la modernité pour voir comment elle s'articule avec les messages des contrats obsèques.

Les contrats obsèques présentent la mort comme étant un événement brutal, violent, inopiné.

C'est-à-dire : «Attention, vous pouvez vous faire surprendre par la mort». Donc, pour ne pas vous faire surprendre : prévoyez, souscrivez un contrat. Et du coup vous serez un homme moderne parce que vous aurez anticipé, vous aurez choisi.

La représentation de la mort qu'ils véhiculent, c'est celle d'un phénomène brutal, subit, violent.

La mort est incertaine, d'abord on ne sait pas quand elle va arriver, mais en plus les relations familiales étant ce qu'elles sont, vous n'êtes pas sûr que vos volontés seront respectées.

Le message qu'on y trouve est donc le suivant : avec le contrat obsèques, vous aurez la certitude que vos volontés seront exactement respectées. Il vient donc exactement conforter notre besoin de maîtrise : grâce au contrat obsèques vous êtes un homme moderne qui manifeste, exerce son pouvoir sur les choses.

La mort est complexe ; elle est aussi un phénomène intime : «l'heure n'est plus aujourd'hui à la pompe et au décorum, la mort c'est quelque chose de plus confiné, les funérailles aujourd'hui c'est quelque chose d'intime» ; mais qui dit intime dit que vous risquez d'être seul. La mort c'est en plus petit comité aujourd'hui, c'est davantage restreint. Et si vous êtes seul, vous allez avoir besoin d'assistance et de soutien.

La mort est présentée avec insistance comme un phénomène unique : «chaque vie est unique, donc chaque cérémonie doit être unique». Le rite se doit donc d'être personnalisé, puisque la mort n'est plus un événement collectif mais un phénomène désormais d'abord intime. La cérémonie n'est plus là pour réunir les vivants qui survivent mais pour honorer, célébrer le défunt. À son initiative, puisque c'est lui qui a tout prévu.

Au point que – comme le disait Damien Le Guay en introduction -, c'est désormais le mort qui nous invite à une cérémonie à laquelle il ne participe pas, ou alors il y participe sous forme d'images, de mémoires, omniprésentes puisqu'il est là sans être là. Il a tout réglé, il a prévu sa musique, il a tout fait ; donc il est là mais il n'est pas là.

Le message de fond est donc : «aujourd'hui, la mort doit être préparée».

Mais elle doit être préparée matériellement. Parce que d'un point de vue spirituel, on ne trouve pas de messages qui mette en avant cet aspect : préparer la mort spirituellement ne semble plus vraiment à l'ordre du jour ou presque. Les rituels deviennent de plus en plus spontanés, de moins en moins partagés, de plus en plus sauvages pourrait-on dire...

L'être humain a de tout temps besoin de ritualiser, de préparer sa fin de vie. Mais d'une manière générale la culture et les organisations aujourd'hui n'encouragent pas la préparation spirituelle ; en revanche, tout est fait pour tout préparer matériellement.

Et les messages sont redondants : «si c'est préparé matériellement vous aurez «l'esprit léger», vous pourrez vivre sereinement» ; la préparation spirituelle, trace séculaire du rapport à la mort est aujourd'hui devenu obsolète, absorbée par la culture matérialiste et les velléités du marché. Donc il y a une vraie rupture avec la manière dont on préparait la mort dans les générations précédentes.

Je fais maintenant un parallèle entre ce besoin de maîtriser sa mort à travers le fait d'avoir besoin d'organiser ses obsèques et puis le débat qui aura lieu en janvier 2011 au Sénat sur une proposition de loi pour légaliser l'euthanasie, qui est exactement... qui s'inscrit dans les mêmes représentations.

Représentations de «je ne veux pas de risques, je ne veux pas que ça ne se passe pas bien, je ne veux pas faire confiance aux autres, je ne peux m'en remettre qu'à moi-même et comme ça touche ma mort, pour éviter d'avoir à la subir, je suis obligé de l'anticiper. Il faut que j'organise, que je prévoie tout d'avance. Je privatise ma mort.»

Après « la mort de soi », puis «la mort de toi» qui émergent dans le flux de l'histoire, nous sommes dans une «mort ensauvagée» nous dit l'historien Philippe Ariès. Parce que la mort n'est même plus le lieu du dialogue avec les autres ; la mort est hors de la cité, elle est tenue, elle est

sauvage, elle est en dehors des murs, on n'en parle plus et pourtant elle est au cœur des contrats. Alors c'est à ce demander si cette représentation mercantile autour de la mort ce n'est pas de la « barbarie » par rapport... à la civilisation. La cité est le lieu de la civilisation et ce qui est en dehors, c'est au sens propre la barbarie. Il y a, me semble-t-il, un lien très fort entre le besoin d'organiser ses obsèques à l'avance et le souci d'avoir un droit à la mort, un droit à l'euthanasie, un droit au suicide assisté et couvert par la société.

### **Les valeurs portées par les conventions**

Ces conventions obsèques sont porteuses d'un fort a priori négatif. En premier lieu, le fait de parler de ses obsèques c'est presque obscène (vous me permettrez de rapprocher les deux mots). Mais je le fais sans doute à raison parce « qu'obscène » c'est ce qui est impudique, c'est ce qui est montré, c'est ce qui est mis sur le devant de la scène.

Autre a priori négatif : ce lien entre l'argent et la mort. Quand on met l'argent et la mort ensemble, vous avez toutes les raisons de ne pas en parler dans notre culture chrétienne catholique – plus que chrétienne même.

Les conventions nous parlent de l'autonomie. Mais elles soulignent qu'à la fois nous sommes autonomes, nous devons décider, mais en même temps qu'on est là pour nous aider parce que nous n'allons pas nous en sortir tout seul. La liberté est donc un argument. Souscrire un contrat obsèques c'est donc être libre et le rester. « Vous décidez, mais c'est nous qui allons faire ». Vous êtes autonome, « mais on va faire pour vous quand même ». Votre autonomie se limite à prendre une décision, et la décision telle qu'on espère que vous allez la prendre. Une fois que vous aurez décidé, vous aurez l'esprit tranquille.

J'aime beaucoup le jeu de mots de ce document : « l'avenir sourit à ceux qui s'en soucient » Si je m'en soucie, je fais disparaître mes soucis ! Il y a de quoi être un peu perdu.

Pas de sélection, pas de discrimination. On nous dit par exemple qu'il n'y a « aucune formalité médicale », ce qui revient à dire : « il n'est pas nécessaire d'être en bonne santé pour mourir... » ; « Nous acceptons tous les dossiers, il n'y a pas de problème... ». Mais un contrat obsèques n'est pas une assurance ! Si vous prenez une assurance ou une mutuelle, bien sûr on va vous demander un questionnaire, parce que l'assureur prend un risque, mais là il ne prend pas de risques : vous lui confiez de l'argent, il vous le rend au bout du compte ; donc il n'y a pas d'assurance.

Vous ne toucherez pas plus que ce que vous avez déposé et fait travailler ; vous n'allez pas payer 300 et toucher 3000. Ce n'est pas la même chose dans les régimes par répartition par exemple. Donc c'est un faux argument. Encore heureux qu'il n'y a aucune formalité médicale, parce que de toutes les manières même si vous mourez le lendemain, vous ne toucherez pas plus que ce que vous avez déposé.

« Continuer à vivre normalement » ; « le meilleur moment pour comparer les prestations n'est pas encore celui où l'on est confronté à un deuil » ; donc ça il faut s'y prendre le plus tôt possible, sinon, si vous ne faites pas ça plus tôt vous allez être embêté, vous allez avoir des soucis jusqu'à la fin de vos jours ! Vous vous rendez compte ! Ce serait dommage quand même.

J'ai beaucoup aimé dans cet autre document l'argument mis en avant : « pour préparer nos funérailles nous avons osé demander un devis gratuit et sans engagement » ; nous avons « osé » ! Quel courage ! Ils insistent : vous vous rendez compte, vous êtes à la fois des gens vertueux parce

que vous vous confrontez à un tabou ; mais vous êtes également des gens modernes parce que vous ne vous laissez pas intimider par le silence, par l' «omerta» autour de la mort.

Une bonne affaire. Et en plus économiquement c'est avantageux : «respecter vos moyens, c'est le premier moyen de vous respecter» ; au-delà du jeu de mots, vos moyens ce n'est pas des moyens financiers, on pourrait penser que c'est l'ensemble de nos moyens.

Et puis alors là, c'est 50 % moins cher. Là c'est la promo, on va bientôt voir des braderies...

Et puis alors à la MAIF, vous en avez deux pour le prix d'un : lors d'une adhésion conjointe au premier décès l'autre arrête de payer. Donc tous les arguments sont bons pour attirer le client.

Enfin, quand vous souscrivez à une convention obsèques vous démontrez que vous êtes quelqu'un de responsable : «la convention obsèques pour ceux qui prennent leur vie en main» ; est-ce à dire que ceux qui n'en ont pas, ce sont des lâches, ce sont des gens irresponsables. Vous n'avez pas de convention obsèques ?

Précipitez-vous ! Mais si vous en avez une, vous êtes un bon père de famille, prévoyant, à la fois pour vous et pour autrui, et puis vous êtes quelqu'un qui sait vivre. Si décider un jour de prévoir ses obsèques, c'est penser à ceux que l'on aime, si on ne le fait pas ça veut dire qu'on ne les aime pas ?

Nous abordons là une dimension hautement culpabilisante.

«Souscrire une convention obsèques c'est être moderne» ; «Plutôt que de s'en remettre à ses proches, l'homme moderne ne compte que sur lui» ; parce que les proches sont un danger !

À la fois en ne vous en remettant pas à vos proches, vous les épargnez, mais en même temps vous vous en épargnez. Et donc l'homme moderne, c'est celui qui prévoit tout, tout seul. Au risque de la solitude malgré tout. Au risque de l'isolement. Au risque d'avoir comme partenaire non plus sa famille, mais une entreprise qui deviendra son partenaire de confiance.

Souscrire une convention obsèques, c'est aussi un acte «naturel». «L'organisation dans tous ses détails, c'est aujourd'hui des choses naturelles». On ne sait plus très bien quoi penser. La mort c'est quelque chose de grave ou c'est quelque chose de naturel ? Et avoir un contrat obsèques, c'est aussi naturel ? Pourtant c'est être moderne, donc pas traditionnel... On est un peu perdu.

Et quand on est perdu, on s'en remet à quelqu'un qui a l'air un peu moins perdu que vous.

«J'ai tout prévu, les miens n'auront à s'occuper de rien» : la tradition c'était que les descendants prenaient soin des ascendants, la modernité c'est que les ascendants prennent soin de leurs descendants ; et là, il y a une inversion complète des valeurs. Ce sont les vieux qui sont chargés de prendre soin des jeunes. D'un point de vue pacte social, pacte républicain, ça nous interpelle quand même. On a complètement retourné le dispositif.

Et dans cet autre document, on a une pluralité de messages positifs : Il était jeune et beau à 20 ans, et c'était bien qu'à 20 ans il soit insouciant. Maintenant il est plus âgé, il n'est plus insouciant, mais il est toujours aussi heureux – vous voyez il y a une espèce de continuité dans la vie, ça correspond aux âges. Il y a un âge où vous n'avez pas à vous en occuper, et il y a un autre âge où au contraire c'est responsable de vous soucier de l'organisation de vos obsèques. On est d'ailleurs passé du noir et blanc (la photo du client jeune) à la couleur (la photo du client aujourd'hui), donc la vie est plus belle quand on a son contrat obsèques. Et voilà : «à 70 ans il sait très exactement ce qu'il veut».

Donc en vieillissant, on acquiert une certaine assurance : assurance dans ses décisions et assurance parce qu'on a pris les bonnes décisions. «La lumière sur la mort».



Soignant leur image, les prestataires veulent tous passer pour un acteur sociétal. C'est-à-dire un acteur qui est engagé dans la lutte contre le tabou de la mort.

On trouve des citations : «les tabous qui entourent la mort ont longtemps empêché la clarté qui s'impose dans ce domaine» : nous allons donc vous aider à mettre en lumière la mort, et vous aider à abandonner vos préjugés, vos craintes. L'acteur – qui est un acteur économique – que ce soit une entreprise de pompes funèbres ou une banque – se positionne donc comme un acteur engagé au niveau sociétal, notamment en s'impliquant dans une grande œuvre de ré humanisation de la mort.

Grâce à ces acteurs, ce que la société n'arrive pas à faire par elle-même, et bien cela va peut-être pouvoir être fait, remettre un peu de lumière autour de la mort. Alors la lumière arrive sous la forme de bougies, symbole inusable. «Sujet encore tabou, les obstacles subsistent» : les acteurs sont engagés pour faire évoluer les mentalités et les consciences. Et puis ce sont des acteurs responsables et citoyens : «les tabous qui ont longtemps empêché la clarté qui s'impose dans ce domaine» ; il faut abandonner ses préjugés pour aborder simplement la question des obsèques.

Et alors là on rentre dans le dur : «ne pas hésiter à comparer les prestations».

On est donc passé du «tabou de la mort», qui est l'œuvre philosophique au dur du dur : «comparez des prestations» ; «respecter la douleur d'une famille, c'est aussi donner le choix des prix».

Une entreprise de service funéraire doit être capable de fournir des devis clairs et détaillés et d'assurer une certaine transparence financière. On constate donc un glissement du tabou de la mort vers le dur du dur de la prestation.

«Transparence financière». Les contrats sont des contrats «d'assurance», dans lesquels il y a tout un tas de clauses incompréhensibles, mais en même temps ce sont des contrats qui prétendent être «transparents et clairs».

Là encore, question éthique : comment mettre un peu de transparence pour garantir, protéger de clauses qui pourraient être abusives ?

Encore un autre message pour lutter contre le tabou de la mort, message paradoxal : les obsèques, ce n'est jamais le moment d'en parler, alors parlons-en maintenant» ; vous voyez comment on vous prend en chaud/froid à chaque fois en même temps.

Alors : «en termes d'assistance et de conseils, c'est à nous de vous conseiller, à vous de décider» ; on joue encore sur l'autonomie : «notre métier c'est de vous aider dans ces moments-là en mettant en place tout un tas de dispositifs» ; «les professionnels ont tous les labels qu'il faut» ; ils ont reçu des certifications comme quoi ils sont fiables, que leurs produits sont des produits de qualité, qu'ils ne nous feront pas courir un grand risque financier la plupart du temps – parce que les labels sont surtout financiers.

À quand la norme française (NF), à quand l'ISO 9001 ? Nous sommes vraiment dans le monde marchand qui a besoin de sécuriser et de fiabiliser ses prestations.

«La confiance». Je veux enfin souligner ce point très intéressant : ce qui est au départ un prestataire d'un point de vue strictement professionnel devient petit à petit un partenaire de confiance. Comment le devient-il ?

D'abord parce qu'il nous offre plein de garanties, des garanties financières mais aussi des garanties que tout sera bien fait dans le bon ordre ; l'entreprise cherche à nous rassurer sur sa fiabilité, sur son éthique.

Nous pouvons donc aller en confiance vers ces entreprises puisqu'elles se portent garantes d'un certain nombre de choses. Il y a une espèce de glissement de ce qui était traditionnellement le rôle du notaire vers ce qui devient aujourd'hui le rôle de l'entrepreneur de pompes funèbres. La famille n'est plus aussi digne de foi que ça.

Donc quel va être votre partenaire de confiance ?

Antérieurement c'était le notaire auquel on déposait un testament – secret – que la famille n'avait pas à connaître jusqu'au moment du décès ; mais on l'a dit : le notaire n'intervient qu'après les funérailles. Il manque donc ce partenaire de confiance qui intervient avant le décès, puis au moment des funérailles.

Et qui vient occuper ce champ-là ?

C'est l'entrepreneur de pompes funèbres, notamment à travers les contrats obsèques.

Il nous dit : « je suis celui qui serait le garant de vos dernières volontés » ; pas concernant votre héritage patrimonial, mais concernant la chose peut-être la plus précieuse que vous avez : l'image, le respect de l'image que vous voulez laisser. Il y avait ce message sur l'image précédemment. Donc en réalité, il y a une espèce de transmission ou d'immixtion des pompes funèbres dans ce segment-là de la confiance, avant que le notaire ne prenne le relais, après les funérailles.

On peut pour finir se demander «quelle est la portée juridique de ces dernières volontés ?».

Il y a d'un point de vue juridique des tas de choses à envisager derrière, qui à mon avis ont été très bien vérifiées par les entreprises et les services juridiques des entreprises. Mais je flaire quand même quelques incertitudes, je ne sais pas en quoi les volontés exprimées dans ce type de conventions s'imposent réellement aux ayants droit. Et si un ayant droit décidait d'organiser une cérémonie funéraire un peu différente de celle qui a été prévue au contrat ?