

Le nouveau visage de l'industrie funéraire

L'industrie de la mort se transforme avec le déclin des salons funéraires, qui cèdent leur place aux crématoriums et aux rituels d'adieux personnels.

ANNIE SAINT-PIERRE

astpierre@journaldequebec.com

Il est de plus en plus fréquent de répandre les cendres d'un défunt dans un plan d'eau ou un parc, tel qu'exprimé dans ses dernières volontés.

Finies les longues journées d'exposition et les cérémonies interminables qui ont davantage pour effet d'attrister l'entourage plutôt que de rendre hommage au défunt.

Les cercueils, l'embaumement, l'exposition et l'inhumation n'ont plus la cote, selon M. Yvon Rodrigue, cofondateur du parc commémoratif La Souvenance à Québec et président de la nouvelle entreprise de services funéraires Harmonia à Québec.

«De nos jours, un décès accorde beaucoup moins d'importance au corps du défunt et beaucoup plus à la mémoire avec des hommages et des célébrations qui se font en dehors des salons funéraires», mentionne-t-il pour expliquer le concept de Harmonia.

En chute

Seulement 35 % des morts sont inhumés, aujourd'hui, alors que la crémation

compte pour 65 % des décès, selon les données fournies par Harmonia, qui a même recours aux technologies de l'information et à Internet comme nouveaux moyens commémoratifs.

Lancée hier, cette entreprise est présidée par M. Rodrigue, qui est entouré par MM. Pierre Cloutier (autrefois de Lépine-Cloutier), ainsi qu'Alain Chartier et Paul Bleau, tous deux de Montréal.

Ensemble, ils cumulent 75 années d'expérience dans le domaine funéraire, qui est en pleine révolution, remarque M. Cloutier.

Le concept

La mort ne doit plus être un événement sombre, dit la nouvelle tendance, qui fait disparaître totalement l'embaumement, l'exposition et même le cercueil.

L'entreprise Harmonia offre ce nouveau concept orienté vers la crémation du corps, tel qu'il est, et la disposition des cendres selon le souhait du défunt et de son entourage.

Aucune loi ne limite l'imagination et les possibilités, dit Yvon Rodrigue.

Ainsi, les lacs, les parcs, les musées et les lieux de naissance sont les endroits les plus populaires pour les nouvelles cérémonies d'adieu.

Les frais

En éliminant l'embaumement et le cercueil, il est évident que les frais funéraires ne sont plus aussi élevés que ce qu'ils étaient, admettent les promoteurs de Harmonia.

La facture est coupée de moitié alors qu'une cérémonie traditionnelle complète peut coûter jusqu'à 14 000 \$ et que le prix de base de l'offre d'Harmonia est de 2000 \$.



Photo Jean-Claude TREMBLAY

Les nouveaux services funéraires Harmonia voient d'abord le jour à Québec avant d'ouvrir une succursale à Montréal au cours des prochains mois, projettent les promoteurs Pierre Cloutier, Paul Bleau, Yvon Rodrigue et Alain Chartier.

SERVICES FUNÉRAIRES

Harmonia veut faire les choses différemment

Pierre Champagne

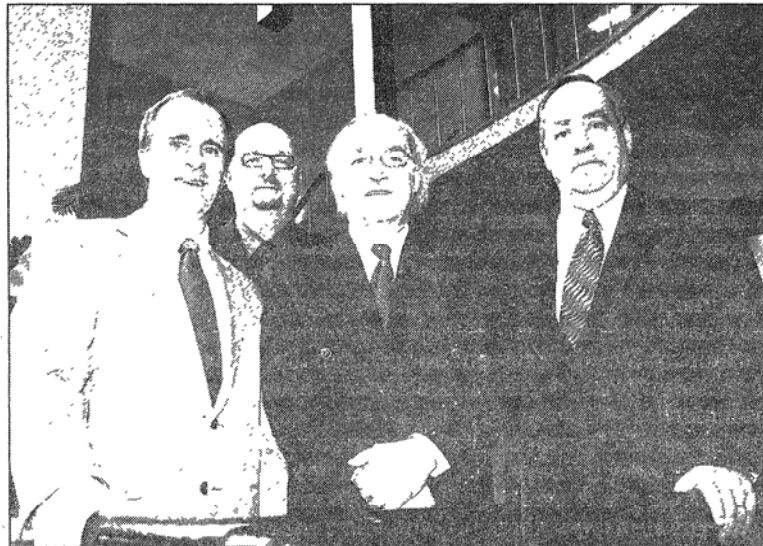
pchampagne@lesoleil.com

Une nouvelle entreprise dans le secteur des services funéraires et de la commémoration, Harmonia, ouvre ses portes, à Québec.

L'entreprise entièrement québécoise entend bouleverser la manière traditionnelle de préserver la mémoire et prévoit couper les frais inhérents aux services funéraires d'une personne qui nous est chère.

Harmonia propose une rupture radicale avec le modèle traditionnel. Son offre de service propose, dorénavant, la crémation sans embaumement, sans achat de cercueil et sans exposition du défunt; le libre choix quant à la destination des cendres et la préservation de la mémoire et la commémoration par de nouveaux supports et moyens permanents comme le Web mémorial et le cédérom.

Les fondateurs d'Harmonia, Yvon Rodrigue, Pierre Cloutier, Alain Chartier et Paul Bleau, cumulent plus de 75 ans d'expérience dans le domaine funéraire. Le président, Yvon Rodrigue, a été cofondateur du Parc commémoratif La Souvenance; M. Cloutier a présidé Lépine Cloutier Bourgie à Québec pendant deux décennies et M. Chartier a été, avec M. Rodrigue, cofondateur de Centre funéraire Côte-des-Neiges à Mont-



Les quatre dirigeants et fondateurs d'Harmonia : Paul Bleau, Alain Chartier (un peu à l'arrière), Yvon Rodrigue, président, et Pierre Cloutier

— PHOTO LE SOLEIL, STEVE DESCHÈNES

réal. Quant à Paul Bleau, il est un spécialiste du marketing qui a réalisé plusieurs campagnes de publicité pour le compte de grandes entreprises funéraires.

«Le seul souci de nos conseillers est de guider et d'accompagner la clientèle pour l'aider à faire des choix simples à des prix abordables et justifiés. Nous n'avons pas de cercueil ni d'exposition funéraire à vendre, pas de services thanatologiques à facturer. Nos conseillers prendront le temps d'établir les besoins du client en respectant son budget», a dit hier M. Rodrigue en lançant l'entreprise.

Selon la direction de la nouvelle entreprise, le coût total pour un service traditionnel se situe actuellement entre 4500 \$ et 14 000 \$, tandis que celui du produit Harmonia variera entre 2000 \$ et 7000 \$.

Harmonia est lancée avec 750 000 \$ consentis par une vingtaine d'investisseurs. La première phase du projet est l'ouverture d'un premier à Québec. Au cours de la prochaine année, l'ouverture d'un second bureau à Montréal est prévue, ce qui permettra la création de 25 emplois d'ici un an avec des investissements de 1,7 million \$.