Du phalanstère au marché de niche : genèse et évolution de l'immobilier islamique indonésien

From phalanstery to niche market: genesis and evolution of Indonesian Islamic real estate

Del falansterio al mercado de nicho: génesis y evolución de la inmobiliaria islámica indonesia

Rémy Madinier

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/assr/27930>

DOI : 10.4000/assr.27930

ISSN : 1777-5825

Éditeur

Éditions de l'EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 1 octobre 2016

Pagination : 111-134

ISBN : 978-2-7132-2518-5

ISSN : 0335-5985

Référence électronique

Rémy Madinier, « Du phalanstère au marché de niche : genèse et évolution de l'immobilier islamique indonésien », *Archives de sciences sociales des religions* [En ligne], 175 | juillet-septembre 2016, mis en ligne le 01 octobre 2018, consulté le 16 juin 2020. URL : <http://journals.openedition.org/assr/27930> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/assr.27930>

Rémy Madinier

Du phalanstère au marché de niche : genèse et évolution de l'immobilier islamique indonésien

Premier pays musulman du monde avec près de 220 millions de pratiquants déclarés, l'Indonésie est, depuis plusieurs décennies, au cœur d'une zone de croissance dont elle a largement profité. Bien que fort mal répartis, les fruits de ce développement économique ont consacré l'émergence d'une classe moyenne supérieure dont l'appétence à la consommation a, à son tour, stimulé la croissance (Tanter, Youngs, 1990)¹. C'est essentiellement au sein de cette classe moyenne qu'a pris corps, depuis la fin des années 1970, un puissant mouvement de renouveau islamique marqué par une affirmation et une extériorisation croissante des signes de piété (Hefner, 2000). À l'instar de la Malaisie voisine cette évolution a combiné revendications politiques et développement d'une économie à base confessionnelle. Cette dernière a d'abord procédé d'une extension et d'une monétisation de la *dakwah* (prédication), portées par des acteurs dont la principale activité et donc la légitimité (souvent récente) étaient liées à la diffusion de l'islam. Elle s'est ensuite peu à peu étendue à des produits sans identité confessionnelle particulière mais vendus au sein de réseaux se réclamant des « valeurs de musulmanes » et affirmant vouloir avant tout contribuer au développement économique de la communauté des croyants (voir l'article de Gwenaél Njoto-Feillard dans ce volume).

Reprenant une tradition ancienne d'isolat religieux, transformée sous la double influence de la professionnalisation des promoteurs et de l'embourgeoisement

1. En octobre 2010, une enquête du Crédit Suisse révélait que l'enrichissement continu des Indonésiens durant la dernière décennie représentait la quatrième progression la plus élevée au monde et que désormais 20 % d'Indonésiens avaient un patrimoine compris entre 10 000 et 100 000 dollars. Mais sur la même période, le magazine *Forbes*, soulignait que la concentration des richesses en Indonésie était trois fois supérieure à celle de la Thaïlande, quatre fois supérieure à celle de la Malaisie, et vingt-cinq fois supérieure à celle de Singapour, *Kompas*, 14 octobre 2010.

des acheteurs, le développement d'un marché immobilier islamique dans la plupart des grandes villes indonésiennes a constitué une nouvelle étape dans ce processus.

Le terme générique de lotissement islamique (*perumahan islam*) recouvre à Jakarta des réalités fort différentes. Phénomène marginal à l'échelle de la mesure de la capitale indonésienne (quelques dizaines de milliers de personnes tout au plus, sur un total de près de 25 millions d'habitants), ce mode d'habitat n'en a pas moins suscité une curiosité médiatique réelle et un intérêt scientifique croissant bien qu'encore embryonnaire². La vingtaine de complexes que compte Jabotabek³ permet pourtant d'esquisser une typologie qui, inscrite dans le temps, dessine trois sortes de démarches entrepreneuriales allant de la survivance d'un modèle ancien d'économie coopérative à un projet communautariste néo-soufie⁴. Cette diversité des expériences témoigne de la pluralité des possibles dès lors qu'il s'agit de mobiliser un référent islamique autour d'un projet économique et, dès lors, invalide un essentialisme commode qui assimile l'habitat confessionnel à un changement radical de mode de vie sur fond de repli identitaire agressif. Mais cette profondeur chronologique montre aussi une indéniable uniformisation des projets sous l'effet d'un capitalisme de consommation de masse (I). L'émergence d'une niche islamique au sein du marché immobilier classique invite à reconsidérer le rôle même de l'entrepreneur dans la mobilisation de référents religieux au service de son projet et, partant, à envisager à nouveaux frais le cadre conceptuel wébérien qui structure encore largement les analyses relatives à la mobilisation de l'économie dans les religions non chrétiennes (Obadia, 2013 : 50 ; Feillard-Njoto : 22-36). Islamisation monétisée de la modernité, l'irruption du marketing islamique a paradoxalement relégué les motivations religieuses de l'entrepreneur au second plan. De plus en plus souvent réduit au rang de référent identitaire parmi d'autres, mobilisé à des fins essentiellement publicitaires et pouvant à tout instant être abandonné au profit d'argumentaires profanes (comme l'écologie) jugés plus prometteurs, l'islam perd sa dimension axiologique. Inspirateur devenu imitateur, le promoteur désormais motivé avant tout par un opportunisme commercial ne fait plus qu'accompagner le croyant, devenu consommateur dans cette nouvelle et très concurrentielle économie du salut (II).

2. Plusieurs dizaines d'articles consacrés à ce phénomène sont parus dans la presse indonésienne, essentiellement entre 2005 et 2011. La recherche tarde cependant à s'emparer de ce sujet et je n'ai identifié qu'un modeste dossier d'une quinzaine de pages rédigé par une étudiante de licence de l'*Universitas Indonesia* de Jakarta (Lasma, 2007). Un chercheur de Singapour, Hew Wai Weng, actuellement en poste au *Zentrum Moderner Orient* de Berlin prépare un projet sur les villes estampillées *halal* et les lotissements islamiques en Malaisie et en Indonésie mais il n'a, à ce jour encore, rien publié sur le sujet. Pour une présentation sommaire de ce projet, voir (Hew, 2014).

3. Acronyme de Jakarta-Bogor-Tangerang-Bekasi désignant l'agglomération de la capitale.

4. Cet article se fonde sur une enquête menée dans cinq lotissements islamiques des banlieues de Jakarta en mars 2013 et juin 2014.

Ce faisant, l'entrepreneur islamique encourage une mutation fondamentale au sein de l'islam indonésien : la mise en scène publicitaire des spécificités d'un habitat exclusivement musulman et de ses valeurs supposées est avant tout un concordisme inavoué, permettant aux nouvelles classes moyennes de s'aligner sur le repli frileux de leurs homologues occidentales. Protégé des influences extérieures jugées néfastes, mais coupé du reste de la ville, le lotissement est loin de propager l'idéal islamiste de transformation sociale que portent et structurent organisations et partis religieux. Il semble au contraire plutôt éloigner ses habitants d'une ambition de changement global, délaissée au profit d'un processus d'auto-validation individuelle d'un consumérisme douillet (III).

L'évolution des démarches entrepreneuriales

Les pionniers : l'*Islamic Village* de Tangerang

Le premier lotissement islamique construit dans la région de Jakarta remonte au début des années 1970. Exemple longtemps isolé, il témoigne pourtant de la genèse coopérative de cet immobilier de niche et rappelle le caractère très socialisant de l'économie islamique à ses débuts⁵. Ce premier projet fut l'œuvre d'une modeste association (*yayasan*), fondée par un ancien aumônier militaire devenu prédicateur, Yunan Helmi Nasution. En 1972, elle fit l'acquisition d'un premier terrain de neuf hectares situé sur la commune de Tangerang à une vingtaine de kilomètres à l'ouest de la capitale. Quelques années plus tard, grâce à l'aide du gouverneur, la *yayasan Islamic Village* obtint de droit d'étendre son projet sur une centaine d'hectares. L'endroit était alors isolé et très mal desservi : il fallait compter plus de deux heures trente de transport depuis Jakarta et, faute de route, les derniers kilomètres devaient être parcourus en voiture à cheval. Cet éloignement ne déplaisait pas à ces pionniers de l'habitat islamique : outre le prix très accessible des terrains, ils souhaitaient prendre leurs distances avec une ville (et plus largement avec une société) qu'ils considéraient comme peu propices à l'expression de leur foi⁶. Le tout jeune régime de l'Ordre nouveau du général Suharto était regardé, dans les milieux religieux réformistes dont était issu Yunan Helmi Nasution, comme hostile à toute expression trop affirmée d'une identité islamique stimulée par un renouveau encore très timide⁷.

5. On rappellera ainsi pour mémoire que la première banque islamique, fondée en Égypte, en 1963, s'inspirait du modèle des caisses d'épargne allemandes nées au lendemain de la seconde guerre mondiale.

6. Entretien avec Akbar Nasution, fils de Yunan Helmi Nasution, et actuel président de l'association *Islamic Village*, mars 2013.

7. L'islam indonésien a longtemps connu un clivage important entre réformistes et traditionnalistes. Ces deux courants s'associèrent au lendemain de l'indépendance, en 1945, pour former un grand parti musulman le Masjumi mais l'entente fut de courte durée et, en 1952,

Une quinzaine d'années plus tard, l'environnement du lotissement changea du tout au tout. En 1982, l'autoroute reliant Jakarta à la pointe occidentale de Java (point de départ des ferries pour Sumatra) fut construite, et une sortie ouverte à quelques centaines de mètres du complexe. Un immense projet immobilier, Lippo-Karawaci, essentiellement financé par des investisseurs sino-indonésiens, vit le jour et transforma cette lointaine banlieue industrielle en l'une des villes-satellites les plus dynamiques de Jakarta. L'*Islamic Village* est désormais entouré par un gigantesque centre commercial, une université, des immeubles de bureaux, deux golfs ainsi que par d'imposants lotissements destinés aux nouvelles classes moyennes aisées, en pleine expansion depuis la fin des années 1980. Cette transformation radicale fut interprétée comme un « signe de Dieu⁸ » par les responsables de la fondation et elle entraîna une mutation de leur démarche entrepreneuriale sur laquelle nous reviendrons.

Malgré son éloignement de la capitale, le projet initial était marqué par son ouverture et par sa dimension associative et sociale. Le choix d'un nom anglais, caractéristique d'une période où l'inspiration occidentale n'était pas encore perçue comme contradictoire avec les valeurs de l'islam, incarnait la modernité. Le modèle économique reposait sur un fonctionnement très collectif : les futurs habitants achetèrent les parcelles réservées par l'association et construisirent leurs logements. La *yayasan* se chargea d'aménager la voirie et les infrastructures en empiétant sur les propriétés et aujourd'hui encore l'entretien courant des rues se fait toujours selon le principe de l'entraide mutuelle entre voisins (*gotong royong*). L'association prit également en charge la dimension religieuse et sociale du projet : plusieurs quartiers, comprenant chacun une cinquantaine de maisons, furent délimités avec, en leur centre, une salle de prière (*musholla*) vers laquelle converge un entrelacs de chemins piétonniers, assurant ainsi la cohésion religieuse des lieux⁹. Certaines de ces salles de prières ont depuis lors été transformées en mosquées (*mesjid*) et accueillent les fidèles pour la prière communautaire du vendredi, autour d'un imam désigné par le voisinage. Au rez-de-chaussée de ces édifices, on trouvait, dans les premières années, des échoppes à caractère coopératif permettant aux occupants du lieu de faire leurs achats.

les traditionnalistes de l'organisation Nahdlatul Ulama fondèrent leur propre parti. Interdit en 1960 pour s'être opposé à la dérive autoritaire du président Soekarno et pour avoir participé à une rébellion régionale, le Masjumi ne profita pas pour autant de l'avènement du régime Suharto en 1965. Les militaires de l'Ordre nouveau le considéraient en effet comme un dangereux concurrent et préférèrent rechercher auprès du Nahdlatul Ulama beaucoup plus docile une caution religieuse (Boland, 1982 ; Madinier, 2012). Privé de toute participation à la vie politique, le courant réformiste se replia alors sur la *dakwah* (prédication) et fut l'un des principaux artisans d'un puissant mouvement de renouveau islamique qui toucha l'Indonésie à partir des années 1970 (Feillard, Madinier, 2011).

8. Entretien avec Akbar Nasution, mars 2013.

9. Bien qu'issus du courant réformiste, les responsables du projet l'ont ouvert à l'ensemble des sensibilités de l'islam indonésien, à l'exception des plus militantes. La tonalité d'ensemble est très modérée et les signes d'appartenance religieuse sont discrets. De nombreuses femmes ne sont pas voilées, les hommes ne portent pas la barbe et les vêtements sont neutres.

Les anciennes maisons de l'*Islamic Village*

Près de trois cents maisons furent bâties sur les terrains acquis par la *yayasan*. De taille et de style fort divers, elles ne présentent aucune caractéristique permettant de les identifier comme « islamiques ». En dehors des salles de prières, dont la présence rythme l'urbanisme du lotissement, et d'une importante mosquée à l'entrée du complexe, la dimension religieuse du projet se lit avant tout au travers de sa politique éducative et sociale. Le règlement de l'association ne prévoit aucune obligation strictement religieuse : pratique cultuelle et port du voile sont laissés à l'appréciation de chacun. Ce même règlement insiste par contre sur la nécessité d'un engagement collectif en faveur de l'éducation et d'une solidarité avec les plus démunis. Un cursus scolaire complet, de la maternelle au baccalauréat, est proposé aux enfants des résidents selon une charte assez ouverte, mettant en avant un humanisme musulman éclairé et combinant programmes de l'Éducation nationale indonésienne et pratique religieuse organisée par l'association (un certain

nombre de prières en commun sont obligatoires). Une maison communautaire islamique (*Balai Islamic*), un hôpital, une maison de retraite et surtout un orphelinat complètent les équipements collectifs. Car l'aide aux orphelins fut l'une des pierres angulaires du projet : à l'origine, chaque famille qui s'installait dans l'*Islamic Village* devait s'engager à accueillir un enfant abandonné et à participer à son éducation.

Ce premier lotissement islamique associant structures communautaires et logements individuels est demeuré longtemps un exemple isolé à Jakarta et sans doute en Indonésie¹⁰. Motivé à la fois par un désir de retrait du monde et une pratique solidaire, il peut être qualifié d'entrepreneuriat collectif et social. Bien que l'essentiel des structures et des activités décrites ci-dessus perdure, la sociologie du lotissement a évolué depuis l'intégration de Tangerang dans l'environnement immédiat de la capitale. La plupart des habitants sont désormais des banlieusards que peu de chose distingue de leurs voisins des autres lotissements. L'esprit très communautariste et solidaire des débuts semble s'être quelque peu émoussé : les cent trente orphelins sont désormais entièrement pris en charge par l'association et non plus accueillis dans les familles.

Le développement d'une niche islamique au sein du marché immobilier

Accompagnant cette mutation, la dynamique entrepreneuriale de la famille à l'origine du projet a considérablement évolué avec l'accession d'une nouvelle génération à la direction de la fondation. Tout en continuant à assurer la gestion de l'*Islamic Village*, les enfants de Yunan Helmi Nasution ont voulu profiter de l'expérience et de la notoriété de cette première réalisation pour saisir les opportunités que leur offrit, à la fin des années 1990, le développement d'une niche islamique dans un marché immobilier en pleine expansion. Ils fondèrent alors une société de promotion immobilière, la PT Mustika Hadasri qui prit en charge le développement de plusieurs nouveaux lotissements islamiques à Tangerang (une cinquantaine de maisons sur un terrain contigu à celui de l'*Islamic Village*) mais aussi à Bandung (Java-Ouest, 120 logements) et à Pekanbaru (Province de Riau à Sumatra, une centaine de maisons). Commercialisés sous le nom de Villa Ilhami « *inspiration divine* » ces lotissements diffèrent assez peu de ceux proposés par les promoteurs concurrents, qu'ils se revendiquent ou non de l'islam. La démarche entrepreneuriale est désormais beaucoup plus classique : la société Mustika Hadasri achète des terrains à la périphérie des grandes villes, les viabilise, puis construit des maisons dans un style relativement uniforme (mais d'une surface variant de 40 à 100 m²) et les commercialise.

10. Ce mode d'habitat se distingue en particulier du modèle de la *pesantren* (école coranique) au fonctionnement beaucoup plus collectif, très répandu en Indonésie.

Le lotissement Villa Ilhami, construit sur un terrain attenant à l'*Islamic Village*, Tangerang

En abandonnant l'entrepreneuriat associatif et social, les enfants de Yunan Helmy Nasution se sont placés sur un créneau certes plus lucratif mais aussi beaucoup plus concurrentiel. Outre leur société, deux autres promoteurs se partagent l'essentiel de ce marché dans l'agglomération de Jakarta : Orchid Reality et surtout Bumi Darussalam. Cette dernière a été l'une des premières à investir cette niche dès 1992. Elle a construit cinq lotissements à Depok, dans la périphérie immédiate de Jakarta, puis a également étendu ses activités à la fin des années 2000 à d'autres villes de l'Archipel (Madiun à Java-Est et Palembang à Sumatra-Sud)¹¹. Les deux réalisations que j'ai pu visiter à Depok (Permata Darussalam et Pondok Darussalam) datent respectivement de 2006 et de 2008. Elles ne présentent aucune caractéristique islamique évidente en dehors de leur nom. Les ornements en forme d'étoile ou évoquant la calligraphie arabe que l'on trouve dans certaines constructions plus récentes sont ici absents. En dehors du fait que les acquéreurs doivent être musulmans, le règlement du lotissement n'impose aucune obligation religieuse mais les habitants évoquent volontiers une certaine émulation dans la pratique. L'un d'eux, Yon Machmudi (vers qui m'ont conduit les autres résidents), insiste sur cette sociabilité musulmane et la présente comme l'une des motivations principales des acquéreurs¹². À l'instar du discours recueilli dans les autres lotissements islamiques, il s'agit pour lui avant tout de fournir à sa famille un environnement protégé des risques et turpitudes de la ville environnante. Ce qu'achètent avant tout les classes moyennes pieuses (ingénieurs, universitaires, cadres bancaires, etc.) s'installant dans ces complexes, c'est un voisinage dont on attend un comportement moral et un encouragement à une vie pieuse. Pour reprendre – en la détournant quelque peu – une notion wébérienne, le rôle de la communauté est ici réduit à l'agrégat de simples affinités électives : l'engagement demeure individuel et sans contrainte, la pratique religieuse est laissée à l'appréciation de chacun et aucune œuvre commune ne vient cimenter la collectivité.

11. « Ekspansi Darussalam, Bukti Perumahan Islami Menggiurkan ? », *Kompas*, 15 août 2011.

12. Entretien, mars 2013.

L'immobilier islamique rigoriste et son échec

Dans un registre un peu différent, à mi-chemin entre l'*Islamic Village* de Tangerang et les lotissements de Depok, *Bukit Az-Zikra* (la colline du *zikr*) à Sentul (une banlieue éloignée de la capitale) associe un projet communautaire ambitieux et une démarche entrepreneuriale très influencée par le marché. Ce lotissement de 350 maisons est né de l'association d'une figure très médiatique du renouveau islamique, Ustaz Arifin Ihlam et d'un promoteur classique, la société Cigede Griya Permai, dont l'essentiel des activités ne touche en rien à l'islam. Arifin Ihlam est l'un de ces prédicateurs vedettes ayant fait irruption sur la scène médiatique indonésienne au début des années 2000. Sans formation religieuse particulière mais doué d'un charisme certain, il incarne cet islam de « *born-again muslims* » qui a profondément marqué la spiritualité du pays ces deux dernières décennies. Puisant dans la tradition soufie du *zikr*, il organisa, d'abord dans son quartier puis dans de nombreuses villes d'Indonésie et à la télévision d'importantes sessions de prières et de litanies communes auxquelles il donnait un tour très émotionnel (Howell, 2008). Suivant une démarche habituelle au sein du marché de la prédication, Arifin Ihlam fonda d'abord une modeste association : le Majelis Zikir Az-zikra, Conseil du *zikr* ; puis une entreprise : la P.T. Andiarta Wisata, spécialisée dans le tourisme religieux (Njoto-Feillard, 2012 : 267). Sa rencontre avec le colonel Kadhafi lui assura le soutien de la *World Islamic Call Society* (WICS), une puissante fondation libyenne destinée à contrer l'influence wahhabite, et lui permit de développer l'ambitieux projet de *Bukit Az-Zikra*. Une imposante mosquée pouvant accueillir plusieurs milliers de personnes fut édifée sur la colline de Sentul et inaugurée en 2009. Portant d'abord le nom du dictateur, de même que le centre culturel islamique qui lui est accolé, l'édifice a été renommé Mosquée Az-Zikra en 2011, à la demande des nouvelles autorités libyennes. L'identité islamique du lieu – et donc celle des logements proposés à la vente – tenait à l'origine tout à la fois à la présence de cet édifice dominant les logements en contrebas, à la promesse d'une guidée spirituelle de l'Ustaz Arifin Ihlam, et au projet d'une vie communautaire un peu à l'écart du monde (un « hégire » selon les documents promotionnels) marqué par une piété fortement teintée de rigorisme.

L'idéal de départ a grandement souffert de la disparition de son généreux mécène : selon les informations recueillies en 2008 par Gwenaël Njoto-Feillard, 2 000 maisons étaient prévues dans le lotissement (2012 : 270) ; mais en 2013, lors de ma visite, seules 350 d'entre elles avaient été construites et une cinquantaine étaient habitées en permanence. Hormis le centre culturel islamique, aucun des équipements collectifs évoqués dans le projet n'a vu le jour : le complexe ne dispose ni d'école, ni d'hôpital, ni de centre sportif. L'éloignement de la capitale et le déficit d'infrastructures expliquent sans doute l'échec relatif du

projet. Mais sa tonalité puritaine a sans doute également découragé les occupants potentiels : prière commune obligatoire, voile pour les femmes, interdiction de fumer, font en effet de cet ensemble le lotissement islamique le plus strict de l'agglomération.

La grande mosquée de Bukit Az-Zikra, renommée après la chute de Kadhafi

Ce rapide aperçu des différents types de lotissements islamiques de Jakarta montre que l'appellation commune de *perumahan islam* a pu abriter une grande variété de projets. Mais il met également en lumière une uniformisation croissante de ce marché qui interroge le rôle traditionnellement dévolu aux différents acteurs du lien entre religion et économie.

Des pancartes rappellent aux habitantes du lotissement *Bukit Az-Zikra* les règles islamiques de bienséance vestimentaire

Une islamisation monétisée de la modernité : l'ère du marketing confessionnel

Afin de mieux saisir la démarche entrepreneuriale des promoteurs de lotissements islamiques et ses mutations, on doit les envisager au prisme de trois évolutions convergentes : un renouveau musulman largement fondé sur une extériorisation de la piété ; un embourgeoisement du mode de vie islamique porté par les nouvelles classes moyennes indonésiennes ; une conversion de l'économie islamique au néo-libéralisme de marché enfin (Hefner, 2000 ; Fealy, 2008 ; Heryanto, 2011). Soutenues par une individualisation du croire, ces trois tendances de fond ont eu pour résultat de situer le consommateur musulman au cœur des interactions entre économie et religion et, partant, de reléguer la démarche entrepreneuriale au second plan.

L'Indonésie ne constitue pas, à bien des égards, une exception au regard d'un processus à l'œuvre dans une grande partie du monde musulman¹³. Mais, pour des raisons – sur lesquelles nous reviendrons – liées à la fois à son type de développement économique et à la fluidité des engagements politiques et religieux, elle

13. Sur ces évolutions, en particulier dans les pays du Proche et Moyen-Orient, on renverra le lecteur aux travaux de François Burgat, Patrick Haenni, Vali Nasr, Gilles Kepel et Olivier Roy cités en bibliographie.

en constitue l'un des exemples les plus aboutis, dont témoigne l'évolution des lotissements islamiques.

Les exemples évoqués permettent en effet de saisir la dynamique d'uniformisation des conduites entrepreneuriales sous l'effet conjugué de leur professionnalisation et de leur recours croissant au marché. La religion qui constituait au départ l'élément structurant de projets comme celui de l'*Islamic Village* ou de *Bukit Az-Zikra* se trouve désormais reléguée au rang de marqueur identitaire d'une consommation et exposée, à ce titre, à des phénomènes de mode et de concurrence.

Fondateur de l'*Islamic Village*, Yunan Helmy Nasution, désirait à travers son projet « donner corps à une société prospère spirituellement et matériellement sous les auspices d'Allah¹⁴ ». Personnage charismatique, il sut mobiliser ses réseaux au sein de l'armée mais également parmi les milieux religieux et artistiques – il présidait aux destinées de l'Association pour les arts et la culture de l'islam, *Himpunan Seniman Budayawan Islam*, HSBI – pour mettre en œuvre son dessein. Il parvint ainsi à convaincre une petite communauté de rejoindre un lieu de vie isolé permettant à chacun de s'épanouir dans sa foi, « de la naissance à la tombe », et ce autour d'un engagement commun, l'assistance aux enfants abandonnés. L'habitat était ici considéré comme la pierre angulaire d'un idéal de société islamique tourné vers la solidarité au sein de la communauté et au-delà. L'homme était un religieux de profession, animé d'une vocation faisant écho au *Beruf* wébérien et à l'ascèse intra-mondaine des puritains du XVIII^e siècle. Le recours au marché, la propriété privée et l'argent n'étaient valorisés qu'en tant que moyens de contribuer à une œuvre collective de salut. Galvanisés par le charisme de Nasution, convaincus par sa vision d'une société plus juste parce que plus religieuse, les premiers habitants investirent leurs économies dans quelques hectares de mauvaises rizières. L'identité islamique du projet s'inscrivait avant tout dans cette ambition collective et solidaire qui avait guidé les plans dessinés par Ahmad Noe'man, un célèbre architecte indonésien, très investi dans la construction d'édifices religieux¹⁵. Les références visuelles à l'islam étaient alors discrètes : celles des bâtiments communautaires (mosquée, école, hôpital, orphelinat, etc.) puisaient dans un corpus plus volontiers javanais qu'arabe et l'architecture des maisons individuelles fut laissée à l'appréciation des propriétaires qui, on l'a dit, ne retinrent dans leur immense majorité aucun signe extérieur de leur appartenance religieuse. Le relatif isolement du complexe mit celui-ci à l'abri, durant toute sa phase de développement, des dérives inhérentes à la spéculation foncière. Sa structure associative et son objet solidaire le situaient

14. « Sejarah YIV » <https://yayasanislamicvillage.wordpress.com>

15. Ahmad Noe'man a bâti plusieurs mosquées emblématiques comme celle de l'Institut de technologie de Bandung (ITB), celle du parc d'attraction Taman Mini ou encore celle de Sarajevo, financée par le gouvernement Suharto. Il a également dirigé la rénovation de la chaire de la Mosquée Al-Aqsa de Jérusalem.

aux marges de l'économie de marché et, partant, des prérequis d'une consommation islamique.

Plus de trente années après, *Bukit Az-Zikra* a constitué une tentative comparable de projet immobilier mêlant investissement individuel et vie communautaire. Produit d'une évolution religieuse caractérisée à la fois par un désir de plus grande visibilité et un éclatement de ses modes d'expression¹⁶, ce néo-soufisme urbain était au départ un idéal confrérique rassemblant les fidèles de l'Ustaz Arifin Ihlam. Beaucoup plus ambitieux que l'*Islamic Village*, le projet dépendait étroitement des financements lybiens qui se tarirent brutalement à la chute de Mouammar Kadhafy en 2011. En l'absence d'une structure associative et d'un élan collectif comparable à celui ayant présidé à la fondation de l'*Islamic Village*, la pérennité du projet initial ne fut pas assurée et le promoteur, distinct de l'entrepreneur religieux, opéra un retour rapide au marché immobilier classique pour écouler les terrains restants. Au sein de l'agence de commercialisation de *Bukit Az-Zikra*, située à l'entrée du complexe, la société Cigede Griya Permai propose désormais à la vente *The Grand Sentul*, un lotissement attenant d'environ cinq cents maisons. Puisant largement dans un registre anglo-saxon (« *konsep hotel best view* ») la communication commerciale de ce projet insiste sur la notion « d'espace de vie intégré » (*integrated living area*) et met en avant la situation du lieu, supposée protéger ses habitants des trois plaies de l'agglomération jakartanaise : les inondations, la pollution et les embouteillages (ce qui est, pour ce dernier argument, parfaitement mensonger si l'on doit se rendre au centre de l'agglomération pour travailler). Lorsqu'il pénètre dans les locaux de Cigede Griya Permai, l'éventuel acquéreur se voit donc désormais proposer deux lotissements de type complètement différents et ce n'est qu'après discussion avec le vendeur, qu'il sera orienté vers l'un ou l'autre.

S'agissant du lotissement islamique déjà construit, son utilisation par ses habitants s'est adaptée à la nouvelle situation et se rapproche désormais bien plus d'une consommation de biens religieux que d'une adhésion à un projet collectif. Arifin Ihlam s'étant lui-même désintéressé du projet, il a cessé d'y résider en permanence et a repris ses lucratives tournées de conférences à travers le pays, laissant à ses adjoints le soin de guider la maigre communauté (quelques dizaines de personnes) ayant choisi de s'installer autour de la mosquée. Au sein de cette dernière, la présence du charismatique prédicateur n'est donc plus mise en avant comme motivation première. En l'absence des activités et des équipements initialement prévus qui auraient pu souder la vie communautaire, ce sont finalement des arguments assez proches de ceux évoqués par les habitants des lotissements islamiques de Depok qui sont désormais avancés : la recherche d'un

16. Cette évolution fut marquée par un recul de l'influence des deux grandes organisations qui structuraient traditionnellement l'islam indonésien, la Muhammadiyah (réformiste) et le Nahdlatul Uama (traditionnaliste), et par la naissance, dans les années qui entourèrent la chute de Suharto en 1998, de très nombreuses associations islamiques, des plus modérées aux plus radicales (Feillard, Madinier, 2011 : 237-269).

entre-soi musulman rassurant, à l'écart d'un environnement perçu comme périlleux pour une vie saine et morale. *Pak Istani*, par exemple, a longuement insisté sur cet aspect en nous recevant chez lui, pour expliquer le choix de son installation à Sentul. Capitaine en second dans la marine marchande, il est coutumier des voyages au long cours qui, sept ou huit mois par an, l'éloignent de sa famille. Avoir installé sa femme et ses deux enfants dans l'environnement protecteur de *Bukit Al-Zikra* lui permet de partir l'esprit plus tranquille¹⁷. Lorsqu'il est présent, il participe régulièrement aux prières à la Mosquée, mais l'idéal d'une vie religieuse collective est désormais devenu second au regard de la fonction de contrôle social de son investissement immobilier.

La plupart des maisons du lotissement demeurent donc inoccupées l'essentiel du temps. Au dire des employés du bureau de vente, de nombreux acquéreurs avaient été avant tout motivés par un désir de placement foncier, dans un contexte de hausse très rapide des prix de l'immobilier depuis une dizaine d'années autour de la capitale. Certains ont d'ailleurs revendu leur bien sans l'avoir loué ni occupé, se contentant d'une confortable plus-value. D'autres, par contre, lui ont trouvé un nouvel usage religieux, celui d'un tourisme de prédication, modeste déclinaison du projet initial. Ces propriétaires ne se rendent sur place que lors des week-ends où Arifin Ilham prêche, depuis le parvis de la grande mosquée, dans une ambiance très émotionnelle et conviviale. Habitant généralement le centre de l'agglomération jakartanaise, ces occupants occasionnels viennent alors chercher non pas un lieu retiré du monde mais une animation et une commensalité propres à ces grands rassemblements de plusieurs milliers de personnes. Le lotissement retrouve alors, quelques jours par mois, sa fonction religieuse communautaire. Le promoteur s'est d'ailleurs adapté à cette nouvelle demande puisque ses publicités mentionnent désormais ces « *zikir bersama* – louanges en compagnie de – Arifin Ilham ».

Qu'il s'agisse d'un entre-soi musulman protecteur ou d'un tourisme religieux, les nouveaux usages de *Bukit-Az-Zikra* ont donc pour point commun un engagement islamique a minima par rapport à l'idéal des premiers temps. Ils participent à ce titre d'une certaine normalisation dans le fonctionnement de ce lotissement, au regard d'un marché caractérisé par le hiatus entre la communication emphatique des promoteurs et la réalité. Car c'est bien dans son alignement complet sur des pratiques marketing profanes qui ne sont islamisées qu'en surface, que réside désormais la véritable caractéristique de cette niche immobilière.

À l'instar de Cigede Griya Permai, les principaux promoteurs de ce segment que sont Mustika Hadiasri, Bumi Darussalam et Orchid Realty sont avant tout soucieux d'investir ce marché comme ils en occupent d'autres¹⁸. Les décisions

17. Entretien mars 2013.

18. « Ekspansi Darussalam, Bukti Perumahan Islami Menggiurkan ? », *Kompas*, 15 août 2011.

d'investissement sont envisagées uniquement en terme de rentabilité et donc étroitement conditionnées par la localisation des terrains dans une périphérie facilement accessible des grandes villes, ce qui n'était pas le cas de *Bukit-Az-Zikr* ou de l'*Islamic Village* à sa fondation. Minimaliste, voire inexistant, le projet religieux n'est pour l'essentiel que le reflet des aspirations identitaires des consommateurs, les promoteurs se contentant d'un habile marketing fondé sur de maigres éléments : quelques discrets panneaux de calligraphie islamique, des toilettes perpendiculaires à la *kiblat*¹⁹, des noms d'inspiration arabe, une salle de prière – mais elle n'est pas systématique, les habitants de Permata Darussalam vont ainsi prier à la mosquée voisine – constituent généralement les seules particularités permettant de distinguer ces ensembles des lotissements voisins. Le discours promotionnel est d'autant plus emphatique que les réalisations sont minces. Bumi Darussalam affirme ainsi vouloir créer le « paradis sur terre » alors qu'un responsable d'Orchid Reality explique considérer son business comme une forme de « djihad économique » (Hew, 2014). Le département communication de Cigede Griya Permai insiste quant à lui sur les vertus thaumaturgiques de *Bukit-Az-Zikr* pour guérir des maux de la société moderne que sont la routine et l'indifférence²⁰. Ces mêmes promoteurs utilisent d'ailleurs des techniques commerciales comparables pour vendre des « cyber-lotissements » (Orchid Reality) ou des complexes écologiques (Bumi Darussalam) avec la même conviction. Yon Haryono est le PDG de Bumi, entreprise qui se targue de construire des maisons en accord avec les idéaux de l'acquéreur et défend également avec passion ses lotissements « éco-friendly » comme la Villa Hijau (« Villa verte ») ou la D-Daunan Residence (de *daun* : feuille). Les slogans publicitaires mettent en avant « une vie en vert et du vert dans la vie » et promettent au futur acquéreur « des vacances au centre de Depok »²¹.

Pour ces entrepreneurs, l'islam ne semble être donc qu'une niche parmi d'autres, qu'ils seront sans doute prompts à abandonner si la demande faiblit, à l'image de Cigede Griya Permai à Sentul lorsque *Bukit Az-Zikra* ne trouva pas sa dynamique. Il s'agit pour eux avant tout de capter et d'exacerber le désir de singularité des acheteurs issus des nouvelles classes moyennes qui, *mutadis mutandis*, habitent tous la même maison. Devenu consommateur, le croyant ne s'engage à rien ou presque, pas même à souscrire son prêt auprès d'une banque islamique. La dimension religieuse de son achat lui est, de fait, entièrement déléguée. Les règlements communs sont adoptés une fois les opérations immobilières achevées

19. Interview de Filani Dzikri, marketing manager de Permata Darussalam Group, « Depok's majority enjoys living in exclusive Islamic residences », *Jakarta Post*, 26 juin 2009. Au sein de la PT Mustika Hadasri, promoteur Villa Ilhami, on explique que les maisons sont orientées vers La Mecque afin que leurs habitants « n'aient pas à se tourner à gauche et à droite pour accomplir leurs prières », « Perumahan Islami : Dari Kaligrafi sampai Kolam Renang Muslim », *Kompas*, 15 août 2009.

20. <http://muslimhousing.blogspot.fr/2012/12/perumahan-bukit-az-zikra-sentul.html>

21. <http://bangjaelani.blogspot.com/2010/08/ptbumi-darussalam.html>

et ne conditionnent pas l'acte de vente. La communauté s'organise à sa guise – ou ne s'organise pas – pour pratiquer sa foi. Les habitants rencontrés à Permata Darussalam évoquent d'ailleurs leurs choix en terme de sensibilité et d'émulation bien plus que d'engagement. Tous insistent sur l'absence de contrainte religieuse²². Ce qu'achètent ces consommateurs relève donc à la fois de l'affirmation identitaire et de l'opportunité de vivre selon des idéaux dont ils déterminent eux-mêmes la hiérarchie. Rien de fondamentalement différent, en somme, de la démarche des habitants des complexes dits écologiques. L'entrepreneur de lotissements islamiques n'a dès lors plus de spécificité religieuse. C'est un professionnel investissant tel ou tel segment du marché, en fonction de la demande et dont il peut sembler quelque peu vain d'analyser les motivations en terme wébériens.

Comprendre le lien nouveau entre islam et économie à l'œuvre dans ces lotissements islamiques implique, dès lors, de s'intéresser avant tout à l'acquéreur. Ce dernier semble en premier lieu motivé par la quête d'une réassurance religieuse de comportements liés à son statut social. Le développement économique de l'Indonésie a donné naissance à une importante classe moyenne dont le mode de vie tranche avec celui des générations précédentes (Gerke, 2000). En terme d'habitat, la dérèglementation d'un marché largement contrôlé par l'État jusque dans les années 1970, ainsi que l'ouverture de deux autoroutes urbaines (payantes) ceinturant Jakarta, ont permis aux strates supérieures de cette nouvelle classe moyenne, que singularise l'accès au marché automobile, de reproduire, au-delà du périphérique, un mode d'habitation jusque-là réservé à quelques privilégiés.

Jakarta, et dans une moindre mesure les autres grandes villes d'Indonésie, ont longtemps été caractérisées par une imbrication des quartiers populaires, les *kampungs* (littéralement villages), et de ceux réservés à une élite administrative et économique. Constitués sur une base ethnique durant la période coloniale, ces quartiers devinrent par la suite synonymes d'espaces insalubres et de relégation sociale (Permanadeli, Tadié, 2014). À partir des années 1950, les différents ministères et quelques grandes entreprises publiques construisirent les premiers lotissements modernes à destination de leurs employés. Puis, dans les années 1970, un vaste plan de rénovation urbaine, destiné à transformer la « ville aux 1 000 *kampungs* » en une métropole bien ordonnée, permit la construction de quelques logements sociaux mais surtout libéra des terrains pour l'investissement privé. Les sino-indonésiens furent les premiers à profiter de ces opportunités pour construire de nouveaux quartiers dans le nord de Jakarta. Avec la création du complexe de Pondok Indah, au sud de la capitale, l'homogénéité sociale prit le pas sur la cohésion ethnique. Ce vaste et luxueux ensemble, construit autour d'un golf, devint rapidement une référence pour les élites indonésiennes. Déclinaison locale de l'*American way of life*, il symbolisait un idéal de réussite sociale

22. Entretiens, mars 2013.

et de mobilité. À partir des années 1980, ce modèle influença les aspirations des nouvelles classes moyennes et les lotissements gardés, où l'on pouvait circuler en voiture contrairement à ce qui était le cas dans les *kampungs* aux voies étroites, se multiplièrent. L'espace urbain se privatisa peu à peu, un phénomène encore accentué par le complet désengagement des autorités publiques dans les années qui suivirent la chute de Suharto, en 1998. Jusqu'à la fin des années 2000, aucun aménagement collectif significatif ne fut entrepris dans la capitale. La nouvelle petite bourgeoisie jakartanaise se réfugia alors dans cet espace rafraîchi par l'air conditionné qui relie, au prix de longs trajets en automobile, les *gated communities* de banlieue où elle habite, les immeubles de bureau dans lesquels elle travaille et les *malls* où elle vient consommer et se distraire²³. Mais cet espace de confort relatif est aussi celui d'une intense ségrégation sociale : la grande masse des habitants de Jakarta, issus des classes populaires et travaillant dans le secteur informel, n'y a pas accès.

Coupés d'une large partie de la société, désormais sans contact avec les nombreux vendeurs de rue qui ne sont pas autorisés à pénétrer dans leur espace, les habitants des lotissements vivent leur relation à la ville sur le mode de l'anxiété et sans doute aussi d'une certaine culpabilité (Leeuwen, 2011). La consommation de masse à laquelle ils ont désormais accès est certes le lieu de cette volonté de distinction sociale revendiquée²⁴. Mais elle est également porteuse d'interrogations quant à la légitimité morale et religieuse des choix opérés. Des interrogations d'autant plus présentes que ces classes moyennes, en Indonésie comme ailleurs, sont au cœur du réveil religieux à l'œuvre dans les sociétés musulmanes depuis une trentaine d'années (Hefner, 1993 ; Heryanto, 2011 ; Nasr, 2009). L'« extension du domaine du halal »²⁵ qui l'accompagne est donc avant tout une réponse aux incertitudes liées à ce nouveau mode de vie, et la labellisation islamique de certains lotissements en constitue assurément un exemple significatif. Le repli et l'entre-soi petit-bourgeois que l'on y cultive trouvent ici une justification religieuse. La réussite sociale des familles des futurs acquéreurs que mettent en scène les publicités de Mustika Hadasri, Bumi Darussalam ou d'Orchid Reality, avec inévitablement une grosse berline garée devant la maison, se trouve cautionnée par les quelques éléments décoratifs et vestimentaires (*hijab* pour les femmes, *baju koko* pour les hommes) faisant référence à l'islam²⁶.

23. Avec plus de 160 centres commerciaux, Jakarta détient le record mondial. Ces *malls*, comme on les appelle, concentrent la quasi-totalité des commerces à destination des classes moyennes et supérieures. Leur fortune s'explique en partie par l'impossibilité de se déplacer à pied dans les rues de la capitale du fait de l'absence d'entretien des trottoirs.

24. Les analyses de Jean Baudrillard demeurent en Indonésie d'une acuité et d'une actualité étonnantes, voir *La société de consommation*, Gallimard, 1974.

25. Selon l'heureuse expression de Gilles Kepel (2012 : 64).

26. Le terme de référence pour désigner les clients potentiels dans ces publicités est d'ailleurs celui d'*orang Eksekutif* (cadre supérieur).

Publicités pour les lotissements islamiques de Cigede Griya Permai et de Mustika Hadasri

Cette marchandisation du besoin de réassurance religieuse et morale d'un mode de vie qui n'a rien de spécifique ni à l'Indonésie ni à l'islam semble avoir trouvé une dynamique propre au sein de laquelle l'entrepreneuriat joue un rôle moteur. L'imagination et l'audace des marchands paraissent désormais sans limite d'autant que les risques sont relativement limités : les produits que l'on cherche à vendre avec un argumentaire religieux n'ayant pour la plupart guère de particularité, ils pourront être diffusés dans d'autres circuits commerciaux en cas d'échec, à l'instar de cette « voiture islamique » lancée il y a quelques années en Malaisie et dont les équipements (une boussole indiquant La Mecque, un rangement pour le Coran et un voile) ne semblent pas avoir convaincu les acheteurs potentiels²⁷.

Mais si cette consommation religieuse offre autant d'opportunités ce n'est pas seulement parce qu'elle cautionne un nouvel ordre social. Elle touche en

27. « Malaysia firm's "Muslim car" plan », *BBC News*, Kuala Lumpur, 11 novembre 2007.

effet à l'un des fondements de l'islam : son attachement très marqué à l'orthopraxie. Le croyant est guidé vers le salut par un ensemble de rituels et de pratiques qu'il doit suivre le plus fidèlement possible. L'anxiété que porte le monde moderne est dès lors liée à la multiplication des conduites susceptibles de le faire dévier de ce chemin de vertu. Abritant la cellule familiale, lieu d'éducation et de contrôle social, l'habitat de type pavillonnaire figure, dès lors, un microcosme susceptible d'une lecture religieuse. Chez le musulman indonésien pieux, en particulier dans les lotissements islamiques que j'ai pu visiter, la *ruang tamu*, la pièce où l'on accueille les visiteurs, est inévitablement décorée d'une image de la Kabaah ou d'une représentation de tel ou tel haut lieu de l'islam javanais, rappelant, dès l'entrée, le rôle de l'habitation comme sanctuaire²⁸. Placée sous la protection divine, la maison est aussi le lieu de la plupart des cinq prières quotidiennes, de l'observation et surtout de la transmission des commandements de l'islam. Le lotissement figure quant à lui un espace de transition protecteur au sein duquel le voisinage représente la *jamaah*, cette communauté de fidèles, bienveillante et attentive qui aidera l'occupant à vivre en bon musulman²⁹.

L'entrée d'une partie de la communauté musulmane indonésienne dans une ère de consommation de masse et, partant, le renouveau d'une économie se réclamant de l'islam se sont donc faits au prix d'une inversion du schéma wébérien considéré comme étant à l'origine du capitalisme occidental. Alors que le principe de systématisation éthique du quotidien à l'œuvre chez les puritains de Weber avait permis aux producteurs d'enclencher une dynamique d'accumulation – qu'encourageait selon lui le désir de voir confirmée par une réussite terrestre cette prédestination propre au calvinisme – c'est, dans l'islam indonésien contemporain, le consommateur qui porte cette ascèse intramondaine guidant ses choix économiques. Conscient de la « prédétermination » de sa vie terrestre (et non de la prédestination de son sort céleste), le croyant est en quête de cette orthopraxie rassurante qui le confortera dans une voie vertueuse (Carré, 1986 ; Djedi, 2011 ; Njoto-Feillard, 2012 : 36-37). La démarche de l'entrepreneur musulman (ici le promoteur) ne se distingue plus véritablement de celle de ses concurrents non musulmans et il peut mobiliser pour son activité d'autres référents identitaires que l'islam. Mais même largement dépourvue de toute motivation religieuse, la démarche entrepreneuriale des promoteurs de lotissements islamiques joue un rôle prépondérant dans cette nouvelle économie du salut que dessine l'irruption du capitalisme en terre d'islam.

28. Ainsi de la classe moyenne des banlieues anglaises qui évoque la maison en terme religieux (autel, sanctuaire).

29. En témoigne également le terme de *Sakinah*, le plus utilisé parmi les noms de lotissements islamiques à Jakarta : employé au sens d'habiter dans le Coran, il désigne par extension la quiétude, la paix profonde promises aux futurs acheteurs (Lasman, 2007).

L'entrepreneur musulman, artisan d'un nouveau concordisme et fossoyeur de l'islamisme indonésien ?

Si l'immobilier islamique demeure un marché de niche, il participe de ce vaste mouvement de confessionnalisation du capitalisme dans le monde musulman fort justement qualifié « d'Islam de marché » (Haenni, 2005). À ce titre les nouveaux acteurs que sont les promoteurs des *perumahan islam* jouent un rôle de premier plan dans cette évolution de fond de l'islam indonésien. Au début des années 1970, Yunan Helmi Nasution représentait un entrepreneur musulman à l'ancienne qui, porté par sa foi, se sentait investi d'une vocation de transformation sociale, dans le cadre d'une économie coopérative. Il s'inscrivait dans une tradition issue de l'islamisme modéré des années 1950, dont le but était de donner à la communauté musulmane son indépendance en promouvant une économie sociale et solidaire, conformément à l'idéal de redistribution qu'elle lisait dans le Coran. Dans ce milieu, l'économie était considérée comme un outil de transformation de la société au service d'un projet politique plus global dont le grand parti musulman Masjumi était porteur (Madinier, 1999). Nasution était proche de l'Association des entrepreneurs musulmans d'Indonésie (*Himpunan Usahawan Muslimin Indonesia*, HUSAMI) que dirigeait Sjafruddin Prawiranegara, membre de la direction du Masjumi, ancien ministre de l'économie et des finances dans les années 1950 et penseur d'un « socialisme religieux » qui renvoyait dos à dos capitalisme et communisme (Madinier, 2012 : 387-394 ; Njoto-Feillard : 136-137). Entre la fin des années 1940 et le milieu des années 1970, ce moment « socialisant » de l'économie islamique toucha l'ensemble du monde musulman, avant de céder le pas face aux réseaux et au *credo* de la globalisation libérale (Sor, 2002).

L'entrée des pays d'Islam dans un capitalisme mondialisé entraîna un virage à droite de la pensée économique musulmane dont la naissance de la finance islamique fut le signe le plus patent. L'enrichissement des classes pieuses arracha l'économie de sa matrice militante initiale et donna naissance à un « Islam de marché » marqué par un reformatage de l'offre religieuse à leurs attentes (Haenni, 2005 : 9). Dans les pays du Proche et du Moyen-Orient, ce découplage eut toutefois des effets contrastés dans le champ politique. Face aux régimes autoritaires et laïcisants en place en Turquie, en Égypte, en Tunisie, au Maroc ou en Iran, les nouvelles bourgeoisies pieuses s'engagèrent au sein de partis proches des Frères musulmans (Kepel, 2000 ; Kuran, 2004)³⁰. Commerçants, patrons de petites industries, ces nouveaux entrepreneurs ne travaillaient pas dans des secteurs en lien direct avec la religion, mais inscrivait leur démarche dans un soutien à la cause islamiste qu'ils contribuèrent largement à financer.

30. Par bien des aspects, l'Iran chiite connut une mobilisation semblable avant la révolution (Gabriel, 2001).

Leur ennemi n'était plus le capitalisme – qui avait assis leur prospérité – mais sa déclinaison étatique, corrompue et porteuse d'une libéralisation des mœurs qu'ils jugeaient inacceptable.

En Indonésie, par contre, l'émergence d'une nouvelle bourgeoisie musulmane active politiquement se fit avec la bénédiction du pouvoir. S'étant, dès la fin des années 1960, largement appuyé sur la minorité sino-indonésienne pour mettre en œuvre sa politique de développement volontariste et prébendière, l'Ordre nouveau voulut, à partir du milieu des années 1980, s'assurer du soutien d'un islam militant en plein renouveau. En insistant sur la nécessaire « indigénisation » de l'économie, cette habile instrumentalisation priva l'islamisme indonésien de l'effet mobilisateur qu'avaient eu, ailleurs, les violentes confrontations avec les pouvoirs en place (Hefner, 1993 ; Hadiz, Robison, 2012)³¹. La chute de Suharto en 1998 et la démocratisation qui accompagna la période dite de *Reformasi*, ne mirent pas fin à cette faiblesse relative de l'engagement politique : malgré l'attachement massif exprimé dans les enquêtes d'opinion aux thèmes portés par l'islamisme (création d'un État islamique, application de la charia, etc.), aucun des partis représentant ce courant n'est parvenu – que ce soit au pouvoir ou dans l'opposition – à exercer d'influence majeure sur la conduite des affaires du pays (Hadiz, 2011 ; Kikue, 2011). Le comportement adopté par le croyant dans un marché religieux désormais beaucoup plus ouvert, celui d'un « consommateur » guidé par des postures identitaires bien plus que par les cadres traditionnels de la société musulmane, s'étendit alors à la scène politique. L'islam devint un produit d'appel incontournable pour l'ensemble des partis, y compris les plus séculiers, dans une surenchère qui en galvauda le message. Malgré quelques dérisoires effets de manche, la représentation politique de l'islam demeura éclatée : lors des élections nationales de 2009 et de 2014, pas moins de cinq partis se partagèrent les suffrages de leurs compatriotes. Bien que représentant, ensemble, près de 30 % de l'électorat, ils demeurèrent, pour l'essentiel, cantonnés au rang de caution religieuse des autres formations. À l'instar du promoteur de lotissement islamique, le politicien indonésien, usant habilement d'une pseudo-éthique identitaire pour tenter de capter à son profit individualisation du croire et fluidité des appartenances, contribua ainsi à amoindrir considérablement la capacité de mobilisation et de transformation sociale de l'islam.

Qu'il soit consumériste ou politique, ce mieux-disant islamique n'est certes pas sans conséquence sur les relations intercommunautaires en Indonésie. L'intellectuelle musulmane Musdah Mulia dénonçait il y a quelques années, le caractère « malsain » des lotissements islamiques, menaces, selon elle, pour la transmission aux jeunes générations de cette capacité de vivre ensemble qui a longtemps caractérisé l'Indonésie³². Le consensus religieux sur lequel repose le pays depuis son

31. C'est une situation comparable à celle de la Malaisie où le parti au pouvoir fit de l'émancipation économique des Malais musulmans une priorité (Delfolie, 2013).

32. « Depok's majority enjoys living in exclusive Islamic residences », *Jakarta Post*, 26 juin 2009.

indépendance – une reconnaissance à part égales de six religions malgré l'écrasante domination démographique de l'islam – est certes écorné mais pas fondamentalement menacé par cette « intolérance productive » (Menchik, 2014). Car, à moyen terme au moins, cet éparpillement de la référence islamiste constitue aussi sa faiblesse : instrumentalisée par tous, elle n'est plus véritablement profitable à personne. Au sein du complexe Darussalam, Yon Machmudi, par ailleurs, l'un des cadres du Parti de la justice prospère (PKS), regrette ainsi que la pieuse convivialité de son lotissement ne débouche pas sur un engagement politique commun³³. L'évolution du projet Az-Zikra vers le tourisme religieux reflète également les progrès d'une religiosité individualiste, peu militante, délaissant les grands projets collectifs au profit d'ambitions plus personnelles où domine la réalisation de soi.

Sans préjuger de la sincérité de ces démarches, on mesure à quel point, à l'image de l'évolution du champ politique et ce bien plus encore qu'ailleurs dans le monde musulman, ces nouvelles manières de faire religion enterrent la perspective d'une alternative islamique globale que portaient des projets plus anciens. L'évolution de l'immobilier islamique figure une mutation fondamentale des hiérarchies et donc des capacités d'encadrement des engagements collectifs qu'annonçait déjà le succès d'une nouvelle génération de prédicateurs, sans formation religieuse solide ni caution des grandes organisations qui structurent traditionnellement la communauté islamique indonésienne (Nahdlatul Ulama et Muhammadiyah). Au service d'un concordisme à bas bruit, qui teinte aux couleurs de l'islam des modes de vie inspirés de l'Occident, le promoteur de lotissements islamiques cautionne l'individualisme du croyant et encourage son émancipation par rapport à une définition collective de la norme. Nulle trace en effet, au sein de ces entreprises de construction, de conseillers religieux ou de ces fameux *sharia-boards* qui font les riches heures de la finance islamique. Le *halal* dans l'immobilier est désormais ce que le croyant-consommateur est prêt à acheter comme tel.

Rémy MADINIER

Centre Asie du Sud-Est, CNRS-EHESS-INALCO

remy.madinier@gmail.com

33. Né en 1998 dans la mouvance des Frères musulmans, le PKS a longtemps porté les espoirs de l'islam militant indonésien. Mais pour les raisons évoquées plus haut il n'est pas parvenu à représenter une véritable alternative au système politique en place dont il a fini par prendre les atouts (une indiscutable ouverture démocratique) et les travers (un penchant encore très marqué pour la corruption) (Tomsa, 2012).

Bibliographie

- BOLAND BJ, 1982, *The struggle of islam in modern Indonesia*, The Hague, Martinus Nijhoff.
- BURGAT François, 2007 (1995), *L'islamisme en face*, éd. mise à jour.
- , ROUSSILLON Alain, ROY Olivier, 2001, dossier « Polémiques entre chercheurs à propos de l'islam politique », *Esprit*, n° 227, août-septembre, p. 78-138.
- CARRÉ Olivier, 1986, « À propos de Weber et l'islam », *Archives de sciences sociales des religions*, 61, 1, janvier-mars, p. 139-152.
- DELFOLE David, 2013, « Le développement de la finance islamique en Malaisie : l'histoire d'un volontarisme d'État », *Revue de la régulation*, n° 13.
- DJEDI Youcef, 2011, « Prédestination ou prédétermination dans l'islam ? De Friedrich Ulrich à Max Weber », *Revue européenne de sciences sociales*, 49, 2.
- FEALY Greg, « Consuming Islam: commodified religion and aspirational pietism in contemporary Indonesia », Fealy G., White S. (eds), Singapore, *Institute of Southeast Asian Studies*, 2008, p. 15-39.
- FEILLARD Andrée, MADINIER Rémy, 2011, *The End of Innocence? Indonesian Islam and the Temptations of Radicalism*, Singapore, Leiden, Hawaï, NUS Press, KITLV, University of Hawaï Press.
- GABRIEL Satya J., 2001, « Class Analysis of the Iranian Revolution of 1979 », Gibson-Graham J. K., Resnick S., Wolff R. (eds.), *Representing Class: Essays in Postmodern Marxism*, Durham, Duke University Press, p. 206-226.
- GERKE Solvey, 2000, « Global lifestyles under local conditions: the new Indonesian middle class » Chua Beng-Huat (ed.), *Consumption in Asia: Lifestyles and Identities*, London, New York, Routledge.
- GILLIS John R., 1996, *A world of their Own making. Myth, Ritual, and the quest for Family Values*, Cambridge, BasicBooks.
- HADIZ Vedi R., 2011, « “No Turkish Delight”: The Impasse of Indonesian Islamic Party Politics », *Indonesia*, 92, October, p. 1-18.
- , ROBISON Richard, 2012, « Political Economy and Islamic Politics: Insights from the Indonesian Case », *New Political Economy*, 17, 2, p. 137-155.
- HAENNI Patrick, 2005, *L'Islam de marché : l'autre révolution conservatrice*, Le Seuil.
- HEFNER Robert W., 1993, « Islam, State and Civil Society: ICMI and the Struggle for the Indonesian Middle Class », *Indonesia*, 56, p. 1-35.
- , 2000, *Civil Islam: Muslims and Democratisation in Indonesia*, Princeton, Princeton University Press.
- HERYANTO Ariel, 2011, « Upgraded Piety and Pleasure: The New Middle Class and Islam in Indonesian Popular Culture », Weintraub A. (ed), *Islam and Popular Culture in Indonesia and Malaysia*, London, Routledge.
- HEW Wai Weng, 2014, « Making “new” Muslim places in urban Malaysia and Indonesia », *International institute for asian studies newsletter*, 67, 9, spring, <http://www.iias.nl/the-newsletter/article/making-new-muslim-places-urban-malaysia-and-indonesia>
- HOWELL Julia D., 2008, « Modulations of active piety: professors and televangelists as promoters of Indonesian “Sufisme” », Fealy G., White S. (eds.), *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*, p. 63-85.
- KEPEL Gilles, 2000, *Jihad, expansion et déclin de l'islamisme*, Paris, Gallimard.
- , 2012, *Quatre-vingt-treize*, Gallimard.

- KIKUE Hamayotsu, 2011, « The End of Political Islam? A Comparative Analysis of Religious Parties in the Muslim Democracy of Indonesia », *Journal of Current Southeast Asian Affairs*, 3, 2011, p. 133-159.
- KURAN Timur, 2004, *Islam and Mammon: The Economic Predicaments of Islamism*, Princeton, Princeton University Press.
- LASMAN Diah Kartini, FRANCIS P. S., 2007, *Representasi identitas dalam Brosur dan Artikel Perumahan Muslim*, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia.
- LEEUEWEN Lizzi van, 2011, *Lost in mall. An ethnography of middle-class Jakarta in the 1990*, Leiden, Koninklijk Instituut voor Taal- Land- en Volkenkunde Press.
- MADINIER Rémy, 1999, « Le Masjumi, parti des milieux d'affaire musulmans ? », *Archipel*, 57.
- , 2012, *L'Indonésie, entre démocratie musulmane et Islam intégral. Histoire du parti Masjumi (1945-1960)*, Paris, Karthala.
- MENCHIK Jeremy, 2014, « Productive Intolerance: Godly Nationalism in Indonesia », *Comparative Studies in Society and History*, 56, 3, p. 591-621.
- NASR Vali, 2009, *Forces of Fortune: The Rise of the New Muslim Middle Class and What It Will Mean for Our World*, New York, Free Press.
- NJOTO-FEILLARD Gwenaël, 2012, *L'islam et la réinvention du capitalisme en Indonésie*, Paris, Karthala-Institut d'études de l'islam et des sociétés du monde.
- PERMANADELI Risa, TADIÉ Jérôme, 2014, « Understanding the Imaginaries of Modernity in Jakarta: A Social Representation of Urban Development in Private Housing Projects », *Papers on Social Representations*, vol. 23, 22.1-22.33, Peer Reviewed Online Journal, http://psych1.lse.ac.uk/psr/PSR2014/2014_1_21.pdf
- ROY Olivier, 2002, *L'Islam mondialisé*, Le Seuil.
- SOR Khaled, 2012, « De l'économie à la finance islamique : itinéraire de l'ajustement d'un produit identitaire à la globalisation libérale », *Relioscope*, Études et analyses, n° 25, URL : http://religion.info/pdf/2012_04_Sor
- TANTER Richard, YOUNG Kenneth (eds), 1990, *The politics of middle class Indonesia*, Clayton, Monash University.

Du phalanstère au marché de niche : genèse et évolution de l'immobilier islamique indonésien

Le renouveau religieux que connaît le plus grand pays musulman du monde depuis la fin des années 1970 a vu émerger une nouvelle figure de l'entrepreneuriat local : le promoteur de lotissements islamiques. Espace de transition et de transaction avec le monde profane, lieu de réassurance spirituelle et d'exercice d'une piété démonstrative, ces enclos sont présentés par leurs promoteurs comme incitant à une vie plus conforme aux principes de l'islam. Mais au-delà de l'uniformité des plans de communication, la diversité urbanistique de ces lotissements et celle des règlements qui les régissent renvoient à la grande variété des motivations religieuses mais aussi économiques, culturelles et sociales des initiateurs de ces projets. En saisir les ressorts nécessite d'en analyser les différentes générations à la lumière d'une histoire plus longue, celle de l'habitat ségrégué et des clôtures communautaires caractéristiques de la ville indonésienne.

Mots-clés : immobilier islamique indonésien, promoteur de lotissements, renouveau religieux, habitat ségrégué, clôtures communautaires.

From phalanstery to niche market: genesis and evolution of Indonesian Islamic real estate

The religious revival at work since the end of the 1970s in the country with largest Muslim population in the world gave birth to a new figure of local entrepreneurship: the developer of Muslim gated communities. Places of transition and transaction with the profane world, also places of spiritual reinsurance and of demonstrative devotion, these Islamic housing complexes are presented by their developers as stimulant for a life more in compliance with the principles of Islam. But beyond marketing campaigns uniformity, the urbanistic diversity of these lots and the diversity of their regulations show the large variety of the religious, economic, cultural and social motivations of their project managers. In order to understand the processes at work, the author analyzes different generations of Muslim gated communities in the light of political and cultural history of Indonesian Islam.

Key words: Indonesia, Indonesian Islam, gated communities, Muslim housing cluster, Islamic entrepreneurship.

Del falansterio al mercado de nicho: génesis y evolución de la inmobiliaria islámica indonesia

La renovación religiosa que conoce el mayor país musulmán del mundo desde fines de los años 1970 vió emerger una nueva figura del empresariado local: el promotor del loteo islámico. Espacio de transición y de transacción con el mundo profano, lugar de reaseguro espiritual y de ejercicio de una piedad demostrativa, estos lugares cerrados son presentados por sus promotores incitando a una vida más adecuada a los principios del Islam. Pero más allá de la uniformidad de los planes de comunicación, la diversidad urbanística de estos loteos y la de los reglamentos que los rigen remiten a la gran variedad de motivaciones religiosas pero también económicas, culturales y sociales de los iniciadores de estos proyectos. Comprender los motivos requiere analizar las distintas generaciones a la luz de una historia más larga, la del hábitat segregado y de los cerramientos comunitarios característicos de la ciudad indonesia.

Palabras clave: inmobiliaria islámica indonesio, promotor de loteos, renovación religiosa, hábitat segregado, cerramientos comunitarios.