Florence BERGEAUD-BLACKLER, *Le marché halal ou l'invention d'une tradition*

Paris, Éditions du Seuil, 2017, 259 p.

Sophie Nizard

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/assr/44570>

DOI : 10.4000/assr.44570

ISSN : 1777-5825

Éditeur

Éditions de l'EHESS

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2018

Pagination : 199-201

ISSN : 0335-5985

Référence électronique

Sophie Nizard, « Florence BERGEAUD-BLACKLER, *Le marché halal ou l'invention d'une tradition* », *Archives de sciences sociales des religions* [En ligne], 184 | octobre-décembre 2018, mis en ligne le 01 décembre 2018, consulté le 10 janvier 2022. URL : <http://journals.openedition.org/assr/44570> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/assr.44570>

Ce document a été généré automatiquement le 10 janvier 2022.

© Archives de sciences sociales des religions

Florence BERGEAUD-BLACKLER, Le marché halal ou l'invention d'une tradition

Paris, Éditions du Seuil, 2017, 259 p.

Sophie Nizard

RÉFÉRENCE

Florence BERGEAUD-BLACKLER, *Le marché halal ou l'invention d'une tradition*, Paris, Éditions du Seuil, 2017, 259 p.

- 1 Reprenant le concept *d'invention des traditions*, Florence Bergeaud-Blackler montre comment la norme halal s'est construite au cours du temps et comment elle est devenue un instrument politico-religieux dans les mains des fondamentalistes musulmans, sur fond d'une lutte d'influence que se livrent l'Iran et l'Arabie Saoudite. En diaspora, la maîtrise du halal est aujourd'hui « un enjeu dans la course à la représentativité et dans l'affirmation de l'autorité religieuse » (p. 247). Mais cette norme n'est pas fixée clairement ni par les textes sacrés ni par les institutions religieuses, contrairement aux représentations qu'en ont les États, les organismes de normalisation de l'alimentation français ou européens (AFNOR, Codex alimentarius) et une partie des musulmans eux-mêmes, notamment les plus jeunes, qui n'ont pas la mémoire de ce qu'était cette norme avant l'émergence d'un marché halal mondialisé ; la plupart des autorités religieuses considéraient alors comme halal les nourritures des « gens du Livre » (juifs, chrétiens et musulmans), à l'exception du porc.
- 2 Ce marché, dont l'auteure retrace la genèse et l'évolution, est « né industriel » (p. 14). Il est le résultat d'une rencontre, dans les années 1980, entre « d'une part la révolution néo-libérale » qui impose à tous les États une économie de marché mondialisée régulée par des organisations supra-étatiques et « d'autre part la montée des fondamentalismes culturels et religieux, religions intégralistes, productrices d'idéologies identitaires,

déterritorialisées, déculturées et particulièrement adaptables à la mondialisation » (p. 22-23). Mais il ne s'agit pas d'opposer ces deux forces, ni de croire que la mondialisation est la preuve de l'émergence d'un islam sécularisé, au risque d'une analyse erronée présentant l'islam intégral comme une simple réaction au paganisme du marché. Bien au contraire, cet islam se nourrit de la mondialisation pour imposer un *islamic way of life*.

- 3 Comment la norme halal a-t-elle été inventée ? Pour « halaliser » (rendre licite), explique l'auteur, il faut avoir préalablement « haramiser » (de *haram*, illicite : p. 84). La volonté de contrôle du marché halal a fait émerger un modèle intégral que l'auteure appelle le « modèle ummique » qui fait passer d'une production alimentaire conforme aux normes techniques (modèle inclusif), essentiellement pour la viande, à une production sous contrôle musulman, incluant la surveillance de tous les produits alimentaires et des comportements, basée sur un principe de pureté absolue. Ainsi le marché halal s'étend peu à peu à la finance, au business, à la mode, à la santé et au tourisme, créant à la fin des années 2000 le modèle d'un *sharia-conscious consumer* comme « nouvelle cible marketing à séduire » (p. 95) pour développer un *world halal market* potentiellement constitué d'un milliard d'*homo islamicus* à travers le monde. Ce chiffre, jamais vérifié, vient renforcer l'argument en faveur de la conquête de ce marché mythique. En outre, l'argument économique est relayé par un argument moral visant à toucher également un public non musulman : le marché halal serait profondément éthique, il contribuerait à lutter contre la pauvreté tout en transformant le pur en sain.
- 4 Quant au centre du *halal world*, il s'est déplacé de la Malaisie en perte de vitesse vers Dubaï, donnant aux Émirats arabes unis, maîtres en matière de finance islamique, un statut de nouveau pôle de l'économie islamique globale.
- 5 « L'utopie du modèle ummique *par les musulmans* et non plus seulement *pour les musulmans* est portée par les poids lourds de l'OCI (l'Organisation de la coopération islamique), la Ligue islamique mondiale (LIM) et des associations islamiques en diaspora » (p. 110) excluant les non-musulmans lesquels, selon la charia, ne peuvent légitimement certifier le halal. En donnant des exemples précis, l'auteure montre que les enjeux pour ces institutions dépassent largement la sphère économique : financement de mosquées, formation d'étudiants missionnaires... (p. 117). On retrouve la LIM et les Frères musulmans derrière l'association AVS (première agence de contrôle halal en France) qui se présente pourtant comme indépendante des intérêts marchands et politiques.
- 6 La Turquie de l'AKP a, pour sa part, bien compris le bénéfice social, politique et économique d'une réislamisation du pays par le marché. Pays de tradition musulmane aux frontières de l'Europe, elle a joué un rôle de normalisation du halal à la fois du côté occidental et du côté de l'OCI ; « Les islamistes turcs ont ainsi réussi à promouvoir une identité islamo-consumériste libérale sur le plan économique et conservatrice sur le plan des mœurs » (p. 132). Pour l'auteure, « les entrepreneurs islamiques turcs ne font pas qu'user de l'attractivité de l'islam auprès des consommateurs, ils sont également les producteurs d'un discours normatif et politique élaboré autour du rejet de l'Occident laïque passé au tamis de la modernité » (p. 134). Les tentatives d'élaboration d'une norme halal européenne au sein du Comité européen de normalisation (CEN), même avec la coopération de groupes musulmans, ont échoué, les mouvements

fondamentalistes s'étant opposés à tout contrôle non musulman sur la norme halal marchande.

- 7 L'auteure centre ensuite son analyse sur le marché halal français. La production halal en France est portée par un fort marché intérieur (4,1 millions de musulmans auto-déclarés) et par une forte exportation de viande halal vers des pays du pourtour méditerranéen, du Proche-Orient et d'Asie. Ceci fait du secteur halal un secteur stratégique pour l'exportation des viandes françaises.
- 8 Les études de marché montrent que la boucherie islamique de proximité reste le principal lieu d'approvisionnement en viande et produits halal, les grandes et moyennes surfaces n'étant fréquentées que par une minorité d'acheteurs. La grande majorité des musulmans de France consomme des produits halal ; 60 % d'entre eux achètent exclusivement halal selon un sondage IFOP de 2009 (p. 148).
- 9 Les enquêtes menées par l'auteure montrent que, pour les personnes interrogées, l'égorgeage est un trait distinctif de la viande halal. Par ailleurs celle-ci est perçue comme ayant des qualités d'ordre moral ; plus des 2/3 des personnes interrogées pensent que l'abattage rituel fait moins souffrir l'animal, « en contradiction avec le message de certaines organisations animalistes ou vétérinaires » (p. 149).
- 10 « L'anxiété alimentaire » est forte dans la génération la plus jeune (celle qui a grandi dans les années 2000) selon l'auteure qui psychologise la question en qualifiant ces comportements de « recherche obsessionnelle d'une nourriture saine » (p. 153). Ainsi, remarque-t-elle, le passage du halal-licite au halal-pureté a contribué à séparer les sociabilités entre musulmans et non-musulmans en mettant l'accent sur la « contamination ». Une autre conséquence de la vigilance des consommateurs en matière agro-alimentaire est le développement d'un véritable *marketing de la confiance alimentaire* qui a contribué au renforcement des certifications halal.
- 11 Ainsi, montrant la continuité « du contrôle de la viande à la surveillance des âmes », l'auteure décrit comment l'implication dans la sphère halal permet l'imposition progressive d'une norme islamique intégraliste. Les acteurs responsables du contrôle sont en général issus des principales mouvances de l'islam intégral, minoritaires dans le champ religieux, mais extraordinairement actives : les Frères musulmans et les salafistes néolibéraux (p. 158). Pour ces derniers, la société de marché est plus efficace pour propager le message religieux que l'action politique.
- 12 Pour certifier le caractère halal des viandes, au-delà de l'habilitation du sacrificateur par l'une des trois mosquées agréées par l'État (Paris, Évry et Lyon), il existe des « agences de certification halal » qui se présentent comme indépendantes. Elles contribuent à produire la catégorie du « consommateur musulman » par l'intermédiaire des réseaux sociaux. Ces agences, qui ont le plus souvent un statut d'association loi de 1901, entretiennent une opacité singulière sur le prix des prestations facturées aux producteurs.
- 13 La participation massive de musulmans rigoristes à la certification halal, rassurant les consommateurs, même ceux n'adhérant pas aux rituels puristes des salafistes, a pour conséquence un financement des courants les plus fondamentalistes par le biais du marché halal et a une incidence certaine sur l'équilibre et la composition du champ religieux.
- 14 L'une des questions centrales posées par la certification halal est celle de l'abattage avec ou sans étourdissement. Dans les années 2000 en France, les Frères musulmans,

fondant leurs pratiques sur des décisions autorisées, mangeaient de la viande préparée par des non-musulmans à partir du moment où la bête était vidée de son sang. Aujourd'hui, la plupart des autorités religieuses se sont alignées sur les positions les plus rigoristes (notamment celle de l'UOIF), rendant obligatoire l'abattage rituel pratiqué et contrôlé par des musulmans. Les avis contraires, en particulier quand ils sont exprimés publiquement, sont devenus extrêmement rares ; ainsi l'islamologue Ghaleb Bencheikh, longuement cité par l'auteure, dénonce « une normativité excessive » récente tant sur l'alimentation que sur le vêtement.

- 15 Les affaires de « faux halal » et les dénonciations de la « mafia du halal » au milieu des années 2000, ont agité les activistes religieux autour de la défense des droits « du consommateur musulman » et par voie de conséquence de sa promotion, ce qui a également contribué à « promouvoir les valeurs islamiques universelles dans les domaines économique et social y compris la nourriture, l'éducation, la santé, l'économie, le travail, la culture et les loisirs... » (p. 178). Cette évolution s'inscrit dans une stratégie de lobbying économique des islamistes, notamment sous la houlette du chef charismatique des Frères musulmans, Youssef Al-Qaradawi, prônant un djihad économique et consumériste « pour ceux qui ne peuvent combattre par les armes » (au moyen notamment du boycott contre Israël, les États-Unis et suite aux caricatures de Mahomet contre le Danemark).
- 16 Ces activistes dénoncent « l'hypocrisie des Occidentaux », prêts à tout concéder, y compris le principe de laïcité, pour garder ou conquérir le lucratif marché halal. L'UFCM (Union française des consommateurs musulmans) proche de Tariq Ramadan, créée en 2011, cherche à travailler au niveau de la « conscience du musulman » et à faire émerger une consommation « éthique » définie comme conforme à la charia et un modèle « alternatif » à la société de consommation occidentale. Ce discours, au-delà des références théologiques, maîtrise parfaitement la rhétorique altermondialiste qui permet d'assimiler l'éthique du halal à une action écologique et anticapitaliste apte à séduire un public occidental (p. 182).
- 17 Une autre tendance est celle des « salafistes de marché » (p. 186) définis par l'auteure comme une galaxie 2.0 constituée autour d'Internet et des réseaux sociaux. Contrairement aux Frères, les salafistes inscrivent leur projet de société islamique dans le présent. Pour illustrer cette mouvance, l'auteure donne l'exemple du blogueur français Fateh Kimouche, créateur du blog-entreprise Al-Kanz, visant à instaurer par l'entrepreneuriat un islam intégral ici et maintenant (p. 191). Qualifié de néolibéral hyperrétrograde sur le plan des mœurs, en rupture avec une société laïque et égalitaire, chantre de la bataille contre l'islamophobie, il séduit tous les milieux et notamment les journalistes.
- 18 Pour ces nouveaux leaders religieux, l'économie du halal peut enrichir les individus et la collectivité islamique tout en promouvant les valeurs salafistes : pureté, pudeur, modestie, séparation hommes/femmes. Ainsi, « moyens et objectifs convergent » (p. 197).
- 19 Une fois analysés les enjeux du halal, l'auteure procède au décryptage de controverses qui balisent le débat public : l'abattage rituel et la nourriture halal dans les institutions publiques et en entreprise.
- 20 Elle revient sur la campagne présidentielle de 2012 marquée par l'introduction de la question de l'abattage rituel dans le débat public. Suite à un reportage diffusé sur France 2, Marine Le Pen dénonce le fait que toute la viande distribuée en Ile-de-France

est halal. Les Français mangeraient halal sans le savoir. Bien que fausse sur le plan strictement factuel, l'annonce a un impact considérable. L'abattage rituel, sans étourdissement, soulève l'indignation d'une partie de l'opinion publique au nom du bien-être animal. L'auteure, sans pouvoir y répondre tant elle est complexe, pose la question de la douleur animale, principale préoccupation dans les débats publics sur l'abattage (rituel ou non) des animaux de boucherie.

- 21 C'est enfin sur les controverses du « manger halal » dans les institutions publiques (en particulier à l'école ou dans les prisons) et dans les entreprises que se clôt le livre. F. Bergeaud-Blackler analyse dans ces pages les arguments des uns, revendiquant une nourriture strictement halal au nom de la peur de la contamination, et des autres s'opposant farouchement à tout accommodement (repas de substitution végétariens ou à base de poisson par exemple). Mais elle dénonce également le fourvoiement de nombreux responsables politiques proposant d'accorder une reconnaissance et des financements aux courants qu'ils considèrent comme « modérés », et comme des remparts contre la radicalisation alors que selon elle, ils en sont les agents. Elle propose ainsi, en conformité avec le principe de laïcité, qu'ils cessent d'intervenir dans les affaires religieuses dont relève le marché halal.
- 22 Si l'analyse de la consommation halal développée ici aurait gagné à s'appuyer sur des études de sociologie et d'anthropologie de l'alimentation, les sciences sociales des religions et en particulier les travaux les plus récents sur l'islam sont au contraire largement mobilisés, ainsi que les connaissances très fines de l'auteure sur les réseaux islamiques.