

Le marché halal, instrument d'un « djihad économique » ? (1)

écrit par Juvénal de Lyon | 5 février 2025

Florence Bergeaud-Blackler



Florence Bergeaud-Blackler



Le marché halal, instrument d'un « djihad économique » entre le pur (eux, les soumis) et l'impur (nous, les impies) ? Un racisme dissimulé !

La France halalisée !!! Il n'y a pas d'obligations pour les bouchers traditionnels d'informer les consommateurs sur le mode d'abattage des animaux vendus et parfois il nous est vendu des animaux égorgés vivants sans que nous le sachions. Ces animaux saignés à vif sans étourdissement préalable, contrairement à la réglementation, souffrent parfois jusqu'à 1/4 d'heures de souffrances en secousses et spasmes nerveux avant

l'arrêt cardiaque définitif selon le vétérinaire Alain de Peretti, président de Vigilance Halal :

Juvénaï

Les enjeux du halal sont bien plus préoccupants que les seuls problèmes de compétition économique dans un espace de libre concurrence, explique l'anthropologue*. Le développement et le fonctionnement de ce marché aboutissent, selon elle, à normer non plus seulement les produits mais aussi les comportements des musulmans dans tous les domaines de leur vie. Il permet également à des puissances étrangères d'imposer leur conception de l'islam en France, analyse-t-elle

En 2017, je publiais un livre intitulé *Le Marché halal ou l'Invention d'une tradition* (Seuil). Ce qui m'avait conduite à l'écrire était une question simple : puisque les textes religieux traditionnels, le Coran et la sunna (tradition du Prophète), ne peuvent rien dire de très concret sur la fabrication de produits industriels créés des siècles après eux, **sur quoi se basent les certifications halal qui s'appliquent désormais à tous les produits et services commercialisés dans le monde entier ?**

Mon livre montrait plusieurs choses, notamment :

1. La norme halal est une coproduction normative, c'est-à-dire une norme issue de la négociation entre trois acteurs : les acteurs économiques, les acteurs religieux et les acteurs de la régulation (États). Par exemple, les viandes sur lesquelles sont apposées le label halal sont issues d'un abattage industriel selon un procédé qui inclut une combinaison d'instructions vétérinaires, religieuses et industrielles.

2. Le périmètre de la norme halal s'étend, pourrait-on

dire, à l'infini, car personne ne décide où se trouve la limite, laissant libre cours à l'innovation et à la compétition. Au départ, le label halal ne concernait que les viandes, puis il s'est appliqué à tous les produits alimentaires, aux produits détergents, aux produits cosmétiques ou médicaux, aux hôtels, aux vêtements, à la finance, etc. **La dynamique de halalisation du marché mondialisé aboutissait à normer non plus seulement les produits, mais les comportements des musulmans dans tous les domaines de leur vie. Il était l'instrument de choix de la da'wa (prédication) frériste.**

3. Le marché halal est une fiction qui ne peut être dévoilée. La certification halal n'est pas un sceau divin déposé sur les produits comme la publicité peut le laisser entendre. Et si personne ne le dit, c'est parce que la certification ne serait plus monnayable. **Le commerce halal n'existerait pas sans un dispositif capable de maintenir en permanence la croyance qu'il est religieux.** Personne n'a intérêt à lever le voile de l'hybridité de ces produits halal, ni les acteurs économiques pour qui la croyance est le moteur de l'achat, ni les acteurs religieux pour qui le halal incarne le religieux, ni les États qui régulent, exportent et en tirent des bénéfices fiscaux. On fait donc comme si ces produits étaient simplement religieux. La conséquence de cela, c'est que nos politiques ne s'en occupent pas.

Peu de gens savent que les produits halal sont pour la majorité fabriqués par des entreprises et industries conventionnelles qui n'ont aucun caractère religieux. Pour qu'ils portent le label halal, elles accommodent des recettes ou instructions et les font certifier par des agences de certification qui s'auto-déclarent islamiques et décident elles-mêmes des contrôles à mener et de leur étendue. **Par exemple, un producteur de**

charcuterie remplace le porc par de la dinde, un producteur de yaourts inclut une présure issue d'un animal abattu en mode halal, un embouteilleur d'eau étiquetée halal achète des produits sans alcool pour nettoyer ses machines, etc. Et elles paient les agences pour certifier les produits.

Ces agences sont en compétition sur un marché concurrentiel de la certification. Chaque entreprise peut choisir l'agence de certification halal qui convient pour ses produits et à ses clients. Un pays importateur aussi. Il peut imposer à ses entreprises la ou les agences de son choix. Par exemple, la Malaisie importe des produits français uniquement s'ils sont certifiés par l'ARGML (Association rituelle de la grande mosquée de Lyon), que ce soit pour les aliments, les produits pharmaceutiques ou même les produits chimiques ou industriels. L'Arabie saoudite, quant à elle, exige la certification de l'Association finistérienne pour la culture arabo-islamique (AFCAI) ou bien de Halal Quality Control France (HQC). De son côté, l'Algérie ne laisse entrer sur son territoire que les produits certifiés par une entreprise adossée à la Grande Mosquée de Paris (GMP), en vertu d'un accord passé avec son recteur, Chems-Eddine Hafiz, signé le 20 décembre 2022.

Quand, récemment, le député européen François-Xavier Bellamy affirmait dans un courrier à la Commission que le monopole de la certification de la GMP était « *totalelement injustifiable au regard du droit européen* » et parlait d'une distorsion manifeste de la concurrence, quand il ajoutait qu'il n'y a « *aucune valeur ajoutée ni même acte réel de certification* », que « *le prélèvement devient une rente disponible sans contrôle* », il soulevait un problème structurel de régulation du marché halal pourtant bien connu des fonctionnaires du ministère de l'Agriculture

et même du Bureau central des cultes, mais ignoré des politiques. En effet, un pays importateur peut parfaitement imposer à ses entreprises de choisir un ou plusieurs certificateurs qu'il a accrédités. Il s'agit certes d'une barrière technique au libre-échange, ce que l'UE et l'ancien commissaire européen au Commerce, Valdis Dombrovskis, réprouvent, mais rien ne l'interdit car le halal n'est pas une qualité reconnue et régulée sur le marché international. Le Comité européen de normalisation (CEN) a tenté, durant des années, d'instaurer une régulation du halal mais a échoué face à des agences de certification halal et des pays musulmans ligüés contre ce qu'ils considéraient être une ingérence des non-musulmans dans le domaine religieux.

Le Bureau des cultes ne peut ignorer le fonctionnement du marché de la certification halal, puisque je l'ai décrit à son attention dans un rapport rendu en 2018. J'alertais alors sur le fait qu'avec le développement mondial du marché halal, l'État français, par le biais de France Agrimer ou Business France, ne se contentait plus d'accompagner les acteurs économiques dans leurs transactions avec les pays étrangers. Il pouvait agir comme un promoteur d'agences islamiques, lesquelles diffusent une norme fondamentaliste par le marché. Il y avait donc matière à réfléchir sur les problèmes que rencontre un pays qui ne considère les transactions halal que sous l'angle commercial. En voici trois, illustrés par le cas algérien mais qui pourraient s'appliquer à d'autres :

– Le problème du contrôle du champ islamique français par le financement du culte via les revenus de l'abattage et de la certification halal. Le contrôle du halal n'est pas qu'une question commerciale, c'est aussi une question de contrôle du champ islamique en France. Rappelons qu'il y a trente ans Charles Pasqua, alors

ministre de l'Intérieur chargé des cultes, avait tenté, sans y parvenir, d'attribuer le monopole de la certification à la Grande Mosquée de Paris, symbole à ses yeux de « l'islam tranquille », pensant de cette manière endiguer l'influence du FIS en France. Il redoutait qu'une « taxe » halal puisse tomber entre de « mauvaises mains » qui nourriraient « l'intégrisme islamique ». Mais les temps ont changé, le marché halal s'est étendu pour devenir une puissance économique et normative. Si elle veut être compétitive et également renforcer sa crédibilité de gardien du licite et de l'illicite, l'agence de certification halal de la GMP doit s'aligner sur les certificats les plus stricts, et tenir un discours public ferme reflétant son attachement sans compromis à la charia. Elle est entraînée qu'elle le veuille ou non vers les franges fondamentalistes et intégristes du spectre religieux.

– Un problème d'instrumentalisation politique de la diaspora par le pouvoir du pays d'origine. Rien n'empêche d'imaginer que, dans le cas présent, le pouvoir algérien ait promis au recteur de la GMP une exclusivité sur la certification des produits importés en Algérie en échange d'un soutien actif du recteur à sa candidature présidentielle, et au régime d'Abdelmadjid Tebboune, auprès des trois millions d'Algériens qui vivent en France.

– Un problème de contrôle des comportements : le marché halal international peut être instrumentalisé par un État ou un réseau (frériste) pour normer, structurer et contrôler les comportements des musulmans, et ce bien plus efficacement qu'en imposant des imams. La norme halal opère une limitation de la commensalité et de la convivialité, une normalisation de la séparation sexuelle de l'espace et du travail. Les hôtels et les plages halal, les boycotts et les boycotts sont des

pratiques qui visent à ériger des écosystèmes halal dans des sociétés sécularisées de plus en plus charia-compatibles. L'Algérie – comme les autres pays importateurs – peut, par le biais de l'agence de certification, tenter de contrôler et d'orienter les comportements des musulmans en France et soutenir un « halal way of life », une vie dans le halal, flattant ainsi les tendances islamistes, et empêchant toute assimilation de la diaspora.

On voit que les enjeux du halal sont bien plus préoccupants que les seuls problèmes de compétition économique dans un espace de libre concurrence. Le marché halal peut être l'instrument d'un « djihad économique », c'est-à-dire une guerre économique déployée dans le but de constituer et renforcer la communauté musulmane (Umma) et de promouvoir ses valeurs en conformité avec les principes de la charia. L'Algérie, tout en n'étant pas un pays islamique, peut s'appuyer sur ce djihad économique pour contrôler sa diaspora.

* *Docteur en anthropologie et présidente du Cerif (Centre européen de recherche et d'information sur le frérisme), Florence Bergeaud-Blackler a notamment publié « Le Marché halal ou l'Invention d'une tradition » (Seuil, 2017). Dernier livre paru : « Le Frérisme et ses réseaux, l'enquête » (Odile Jacob, 2023).*

Source: <https://kiosque.lefigaro.fr/reader/58e0e4d4-cb90-4118-a39c-24d104516579?origin=/catalog/le-figaro/le-figaro/2025-02-04>

Pcc : Juvénal de Lyon