

Les enjeux du halal en France

Mohamed ALI-ADRAOUI

Depuis quelques années, la « révolution du halal » est un fait culturel marquant en France. Évoquant les enjeux politiques, religieux, et identitaires d’une norme qui fixe la limite entre le licite et l’illicite, cet essai jette un regard neuf sur les interactions entre la France et ses musulmans.

Le terme arabe *halal* renvoie à ce qui est perçu comme « permis », « licite ». Plus généralement, il désigne « le domaine des possibles », notamment sur un plan religieux. L’acception musulmane de ce mot a une visée morale. Est halal ce que la norme islamique prévoit comme autorisé sur le plan du rite et des relations sociales. Ainsi, il fait, en théorie, partie de la foi du musulman de veiller à se tenir éloigné des interdits prévus par la religion pour se concentrer, dans les différents domaines de la vie, sur ce qui est permis. C’est de cette manière qu’il se rapproche de Dieu et peut espérer gagner le paradis. Par conséquent, la dichotomie licite/illicite (ou *halal/haram*) est importante pour comprendre une partie du mode de vie des musulmans, quelle que soit la société dans laquelle ils évoluent. Elle renseigne sur les manières de voir et de se comporter des personnes cultivant un certain rapport avec l’islam.

La question du licite et de l’illicite dans une société majoritairement non musulmane comme la France se pose avec d’autant plus d’acuité que pendant longtemps la dimension purement religieuse des musulmans a été cantonnée à la sphère du domicile et de la « communauté ». Consistant en une simple reproduction des mœurs islamiques héritées des sociétés d’origine d’un grand nombre de musulmans établis en France, le rapport au halal était moins dense qu’aujourd’hui. Cependant, les personnes en France d’héritage musulman, depuis un certain nombre d’années, semblent redéployer une référence islamique à portée plus grande, dont le désir de consommer halal est sans doute un des signes les plus visibles. L’avènement d’une immigration visant à faire souche a, en partie, contribué à une redéfinition de la norme islamique dans un espace à la fois libéral et séculier dont le fait islamique a pendant longtemps été marginal.

Par « industrie du halal » ou « marché du halal », il est possible d’entendre l’offre et la demande de biens alimentaires (en attendant éventuellement l’élargissement de la notion de halal à d’autres secteurs) respectant les dispositions prévues par l’islam pour abattre une bête

destinée à être consommée ou pour épurer certains aliments de produits interdits aux musulmans. Par extension, le terme « halal » en est venu à désigner tout aliment, et plus spécifiquement toute viande, permis par les dispositions légales islamiques. Ceci exclut par exemple la viande porcine et toute viande dont la *dabiha* (« égorgement ») n'a pas répondu aux prescriptions islamiques¹. Le principe du halal dans le domaine alimentaire renvoie au verset coranique 3 de la sourate « La Table » :

« Vous sont interdits la bête trouvée morte, le sang, la chair de porc, ce sur quoi on a invoqué un autre nom que celui de Dieu, la bête étouffée, la bête assommée ou morte d'une chute ou morte d'un coup de corne, et celle qu'une bête féroce a dévorée - sauf celle que vous égorgez avant qu'elle soit morte -. (Vous sont interdits aussi la bête) qu'on a immolée sur les pierres dressées, ainsi que de procéder au partage par tirage au sort au moyen de flèches. Car cela est perversité. Aujourd'hui, les mécréants désespèrent (de vous détourner) de votre religion : ne les craignez donc pas et craignez-Moi. »

Cette « révolution du halal » est sans doute l'un des traits sociaux et culturels les plus marquants dans la société française depuis un certain nombre d'années. Au carrefour de nombreuses dynamiques et suscitant de nouvelles interrogations, la problématique du halal est importante pour comprendre et prévoir les interactions entre la France et ses musulmans.

Enjeux politiques et religieux

la définition d'une norme halal reconnue

L'émergence du marché du halal en France ne doit pas faire oublier une problématique majeure et paradoxale. Si l'offre ainsi que la demande de biens alimentaires halal connaît une croissance impressionnante, il semblerait bien que le halal soit davantage un label qu'une réalité tangible. Au delà, effectivement, des interprétations strictement religieuses sur ce qu'il convient d'appeler nourriture halal, la définition d'une norme alimentaire halal est l'objet de disputes et d'instrumentalisations diverses. L'attrait que peut représenter un marché nouveau a mené certains acteurs du marché, qu'ils soient distributeurs ou producteurs, à considérer, dans certains cas, avec peu de rigueur l'aspect islamique de l'abattage des viandes commercialisées ou encore le respect des interdits religieux pour d'autres produits. Ce « flou » juridique, économique et éthique permet à certains acteurs de jouer sur la définition même du concept de halal. Cherchant l'agrément (le « tampon ») d'une mosquée musulmane, sans vérifier si les règles « traditionnellement » retenues comme islamiques pour l'abattage ou le transport des bêtes utilisées sont remplies, les acteurs du halal ont contribué à faire de ce marché un secteur où la qualité première recherchée par les consommateurs est fortement contestée. Cela engendre le paradoxe notable en vertu duquel ces derniers désirent

¹ L'islam admet, par exemple, comme nourriture halal ce qui provient de la mer (poissons, fruits de mer etc.) et tout bovin ou ovin du moment que ce n'est pas du porc. Le cheval peut être mangé mais sous certaines conditions très strictes, l'animal étant considéré comme noble et ne devant pas servir à la consommation. La *dabiha* est halal lorsque la bête a été égorgée, puis vidée de son sang, le tout en direction de La Mecque. L'opération doit être précédée de l'invocation divine. En outre, la bête ne doit pas avoir été étourdie avant l'opération (même si ce point est discuté), et son abattage doit avoir tenu compte d'un respect minimal de la condition animale (pas de caractère industriel, une bête ne doit pas être sacrifiée devant une autre).

initialement promouvoir une norme religieuse dans leur mode de vie se trouvent à constamment spéculer sur son respect, fragilisant de fait le halal aujourd'hui.

S'il paraît très difficile d'estimer la part de produits présumés halal qui ne le sont pas en réalité, deux problèmes récurrents se posent. Le premier concerne davantage les petits commerçants ainsi que les boucheries de proximité. Certaines ruses comme le fait d'acheter un mouton halal, dans une boucherie, avec le tampon particulier et le mettre en évidence servent à attirer le client vers le reste des produits achetés ailleurs. Le second est plus structurel puisqu'il concerne la manière même de définir ce qui est halal sur un plan islamique. Si certains distributeurs ont tendance à faciliter la commercialisation de produits étiquetés halal émanant de mosquées réputées moins rigoureuses, à commencer par la Grande Mosquée de Paris, l'enjeu politique et religieux dépasse de loin la simple logique économique.

Pour essayer de rendre l'abattage rituel plus objectif, le ministère de l'Intérieur, en 1994, par le biais du « décret Pasqua » a fait la Grande Mosquée de Paris la seule autorité religieuse autorisée à désigner des sacrificateurs. Inaugurée en 1926 après avoir été financée par de l'argent public, la GMP est ainsi « récompensée » et « encouragée » à rester ce pôle « modéré » de l'islam de France, sa position étant ainsi, de fait, renforcée. En 1995, le Recteur de la GMP, Dalil Boubakeur, signe un accord avec la FNEAP (Fédération Nationale des Abattoirs Publics) qui stipule que cette dernière va verser un franc par kilo de viande abattue au titre de « l'assistance technique et théologique » (CATT). Face à la levée de boucliers de nombreuses associations musulmanes voyant dans ce décret une mainmise symbolique et financière de la GMP sur les musulmans en France, le ministère de l'Intérieur dut tenir compte des appels contre l'hégémonie de la GMP, et par là même, de l'Algérie sur l'islam en France². En définitive, en 1996, le nouveau ministre de l'Intérieur, Jean-Louis Debré suspend le décret ce qui revient, de fait, à l'annuler. Néanmoins, cet évènement marque le véritable début d'une tentative d'unifier, au moins pour cette question du halal, la « communauté » musulmane largement hétérogène. Un décret du 1^{er} octobre 1997 réaffirme l'autorisation de l'abattage rituel dans les abattoirs réglementaires, ces derniers concernant, de fait, principalement les juifs et les musulmans, car permettant d'égorger les bêtes sans étourdissement préalable³. Depuis cette époque également, l'État a mis en place, par arrêté, la nomination de sacrificateurs par trois mosquées, qui sont encore aujourd'hui celles que l'on retrouve comme cautions religieuses des marques de halal que l'on trouve dans les grandes et

² À l'époque, certains fonctionnaires même s'ils arguent du fait que c'est une affaire strictement française attirent l'attention de la Place Beauvau sur le risque que le tampon du halal passe exclusivement entre les mains des cadres de la GMP.

³ Cette possibilité suscite depuis ces années la vindicte de certaines associations de défense des animaux jugeant le non étourdissement des bêtes sacrifiées contraire au respect de la condition animale. Le point d'orgue des critiques d'associations de protection des animaux est sans conteste l'Aïd Al Kebir, où environ 120 000 ovins et 4 000 bovins sont sacrifiés. Aujourd'hui, le Conseil Français du Culte Musulman s'est dit prêt à discuter de ce phénomène à condition d'impliquer les représentants de la « communauté » juive, dans leur majorité, opposés quant à eux au fait de renoncer à la loi mosaïque qui interdit l'étourdissement de la bête à sacrifier.

moyennes surfaces : la Grande Mosquée de Paris (réputée proche de l'Algérie), la Grande Mosquée d'Evry (réputée proche du Maroc) et la Grande Mosquée de Lyon (gérée par Kamel Kabtane, d'origine algérienne mais « dissident » par rapport à l'État algérien). Ce sont environ 600 sacrificateurs qui sont autorisés par ces mosquées parmi lesquels on trouve aussi bien des artisans bouchers que des salariés d'abattoirs, qui doivent renouveler chaque année leur accréditation en payant une cotisation. À titre d'exemple, la Grande Mosquée de Lyon a mis en place l'ARGML (Association du Rituel de la Grande Mosquée de Lyon), qui retire environ 15 centimes d'euro par kilogramme de viande contrôlée.

Parallèlement à ces grandes mosquées, existe un réseau d'organismes de certification dont certains ont une assise nationale et parfois même une légitimité auprès de certains musulmans bien plus grande que celle des mosquées évoquées ci-dessus. Le plus connu est sans doute AVS (A Votre Service), créée par des croyants assez proches de la lecture des Frères Musulmans et aujourd'hui connue pour être la plus rigoureuse dans l'activité de contrôle du halal chez de certains musulmans. Le label AVS est ainsi celui qui se rapproche, dans l'esprit d'un grand nombre de fidèles, du halal « authentique ». À titre d'illustration, les publicités AVS sont celles qui insistent le plus sur le fait que l'entreprise garantit à chaque moment du circuit qui va de l'abattoir au lieu de commercialisation la « traçabilité » du produit ou de l'animal sacrifié halal. On trouve également d'autres organismes tels que Errissala, MCI (Muslim Conseil International), Attakwa ou SFCVH (Société Française de Contrôle de Viande Halal), qui dépend de la GMP. Ces entités tirent leurs revenus de l'apposition d'un signe sur les produits contrôlés de manière à ce que le consommateur final puisse, théoriquement, vérifier le caractère halal des biens qu'il achète.

Si la possibilité de déterminer une norme halal sur un plan juridique et économique, en plus des débats d'interprétation religieuse inhérents, dans le but de « protéger » le consommateur et de permettre le développement du marché, est encore aujourd'hui assez largement insuffisante, il existe certaines tentatives de réguler et d'organiser l'émergence d'une norme halal consensuelle et acceptable par le plus grand nombre des musulmans. À ce titre, l'année 2010 a vu surgir la première entreprise de communication à portée nationale destinée à sensibiliser le maximum de personnes à la « cause du halal ». Depuis en effet plusieurs mois, circule une pétition sur internet intitulée « Pétition pour le respect des principes qui fondent le halal » sur le site dont le nom est des plus explicites : www.halalendanger.com⁴, au demeurant signée par les principaux organismes cités plus haut.

La question d'une certification halal est donc posée⁵. Si pour l'heure, ni aucun label, ni aucune délimitation rigoureuse juridiquement et religieusement ne fait autorité, il convient de

⁴ Le site fait état de près de 25 000 signatures dont les principales figures de l'islam en France : Hassan Iquioussen (Jeunes Musulmans de France), Ahmed Jaballah (Union des Organisations Islamiques de France), Kamel Kabtane (Recteur de la Grande Mosquée de Lyon), Khalil Merroun (Recteur de la Grande Mosquée d'Evry-Courcouronnes)...

⁵ Il existe bien un *codex alimentarius* défini au niveau international et notamment chargé de permettre les exportations et les importations de viande halal d'un pays à un autre mais celui-ci reste assez peu connu des

mentionner les contours d'une réflexion d'ensemble sur le sujet. En 2005, ont été rendus publics les résultats d'une enquête réalisée dans le cadre d'un partenariat entre l'inspection générale de l'administration du ministère de l'Intérieur et l'inspection générale du ministère de l'Agriculture traitant des possibilités de parvenir à la définition d'une norme et d'une certification halal consensuelles et pouvant être contrôlées par les autorités musulmanes, le CFCM en premier chef. Le rapport propose quelques pistes de réflexion telles que la recherche d'une méthode de traçabilité des produits par un système d'étiquetage facultatif, la création d'un certificat de conformité du produit ou une attestation de spécificité ou encore la mise en place d'une marque déposée enregistrée à l'Institut National de la Propriété Intellectuelle. De son côté, l'AFNOR (Association Française de Normalisation), habilitée à délivrer les normes NF et ISO mène une réflexion depuis 2008 sur la meilleure manière de définir une norme halal, essayant par là même d'imiter d'autres pays européens comme l'Autriche⁶ et la Belgique⁷ ayant déjà mis en place une norme halal nationale en 2010. En décembre 2009, l'AFNOR a édité un communiqué interne où le CEN (Comité Européen de Normalisation) explique que ses membres sont invités à réfléchir à « l'opportunité du développement d'une norme européenne sur les produits halal »⁸.

Certains débats, notamment au sein de la frange la plus jeune et la plus occidentalisée de la « communauté » musulmane, ont été soulevés au sujet de certaines enseignes de restauration affichant vendre des produits élaborés à partir de viande « islamiquement » abattue et préparée. Le cas le plus célèbre est celui de la chaîne de restauration rapide « spécialiste du poulet » KFC. Cette société fait l'objet depuis plusieurs années de doutes de la part de certains consommateurs doutant du caractère halal du poulet proposé aux clients. L'analyse des forums « communautaires »⁹ ou encore les campagnes de presse sur internet organisées à la suite de la diffusion de reportages télévisés sur KFC a amplifié la rumeur « d'arnaque au halal » dont un certain nombre de musulmans s'est fait l'écho. D'autres marques ont également fait l'objet de ce type de mise en garde sur le « web musulman », dont notamment la marque contrôlée par la GMP, Zakia Halal¹⁰ (marque du groupe Panzani), dont

musulmans dans le monde et ne fait l'objet d'aucune forme de consensus sur le marché du halal aujourd'hui, notamment en France. L'un des principaux critères retenus dans ce *codex* est l'interdiction de l'étourdissement.

⁶ Qui souhaite faire de sa norme nationale la norme européenne.

⁷ C'est la Chambre de Commerce et d'Industrie belge qui s'est chargée de travailler à une « certification halal » reconnue aux entreprises qui souhaiteraient en bénéficier contre une somme de 1500 euros. Dans le cas de la Belgique, la mise en place d'une certification halal est d'abord une manière de faciliter les exportations vers certains pays musulmans.

⁸ http://www.saphirnews.com/La-Belgique-lance-sa-norme-halal_a11217.html

⁹ Un bon exemple est le site de sensibilité maghrébine *bladi* (« mon pays », en arabe) : <http://www.bladi.net/forum/57343-kfc-halal/>

¹⁰ Une vidéo sur *Youtube* porte atteinte au sérieux et à la rigueur de la société : <http://www.youtube.com/watch?v=LsnKxAb9iAY>. Il est intéressant de noter que la publicité télévisée Zakia Halal est l'une des premières (sinon la seule ?) à être passée sur les chaînes généralistes à des heures de grande écoute. C'est d'ailleurs sur cette publicité d'un couple maghrébin faisant ses courses dans une grande surface sur laquelle commence la vidéo de « dévoilement » de Zakia Halal diffusée sur le site de partage de vidéos. On y voit des bovins souffrant le martyr car faisant l'objet d'un abattage industriel et sans précaution. La vidéo, si elle

l'image de marque par rapport à des sociétés comme IslaDéllice ou Réghalal (toutes deux contrôlées par AVS) est loin de faire l'unanimité. À titre d'exemple, les magasins Hal'Shop¹¹ ne proposent que peu de produits Zakia Halal et lui préfèrent de loin IslaDéllice¹², Réghalal (marque du groupe LDC, numéro deux européen du marché de la volaille) ou encore Dounia Halal¹³.

Luttes d'influence religieuses

Comme c'est le cas pour la GMP, certains acteurs religieux peuvent se positionner sur le marché du halal, étant ainsi amenés à agir sur la définition même de ce qui est halal. La quête d'une définition du halal recouvre ainsi une dimension symbolique forte dans la mesure où le rapport au halal recouvre un rapport au religieux spécifique. Ainsi, il est possible, quelles que soient les raisons invoquées, que plus la recherche du halal est qualitativement et quantitativement importante, plus le lien avec le reste de la société est tendu, l'inverse étant également vrai. À ce titre, la nécessité ou non d'étourdir l'animal renseigne beaucoup sur la manière de considérer le halal, surtout si l'on garde à l'esprit avec Mohamed Benkheira, que la consommation de halal constitue, à bien des égards, le cœur même de l'identité musulmane. Sa transgression, plus que le non respect de certaines pratiques culturelles, semble de plus en plus un bon indicateur du rapport à la société, à autrui et à la pratique religieuse :

« La stricte observance des tabous alimentaires est bien plus lourde de sens que la pratique de la prière ou le pèlerinage à La Mecque... »¹⁴

Surtout, celui qui contrôle la définition du halal acquiert non seulement l'influence économique mais aussi le leadership religieux. En déterminant ce qui est consommable ou non, on définit du même coup le contenu d'un certain degré de pratique religieuse. Par

ne saurait servir de preuve, illustre les questions, les craintes voire les tentatives de diffamation qui caractérisent les débats sur le halal aujourd'hui en France.

¹¹ Entretien avec Rachid Bakhalq, fondateur de Hal'Shop, réalisé le vendredi 26 novembre 2010. L'enseigne a aujourd'hui disparu mais cette expérience commerciale est riche d'enseignements pour comprendre la sociologie du halal français, c'est pourquoi nous nous appuyons sur celle-ci pour saisir nombre des traits de ce marché identitaire en expansion aujourd'hui.

¹² Cette marque, quant à elle s'est fait connaître, au moment du Ramadan 2010 pour avoir développé une campagne d'affichage publicitaire sur des panneaux géants mais également dans des quotidiens gratuits tels que *Metro* ou *20 Minutes* intitulée « fièrement halal » (http://www.saphirnews.com/Isla-Delice-Fierement-halal--une-pub-innovante-pour-souhaiter-un-bon-Ramadan-2010_a11715.html). Face à la levée de boucliers de certaines personnes (notamment des sites d'extrême droite mais pas seulement : <http://www.fdesouche.com/128457-fierement-halal>) criant au communautarisme et à l'atteinte à la laïcité et à l'identité française sur fond d'islamisation de la société, IslaDéllice a contre attaqué en lançant une autre campagne intitulée « fièrement halal, strictement halal ». Sur les deux publicités, on peut voir tantôt un coq, tantôt un bœuf la gueule levée pour témoigner l'absence de complexe à revendiquer de consommer halal.

¹³ Quoique même ces marques n'échappent pas à certaines critiques dont le web islamique se fait l'écho : <http://www.al-kanz.org/2010/07/01/reghalal-communication/>. A cet égard, le site *al-Kanz* (« le Trésor ») a acquis une place de choix au titre de sentinelle du halal dans la mesure où ce dernier est connu pour veiller au travail de traçage et de conformité avec les principes religieux sur lesquels sont sensés reposer les produits revendiquant l'appellation halal.

¹⁴ « L'intégration ou l'équarrissage », www.oumma.com, 26 mai 2000

conséquent, il n'est, par exemple, pas étonnant que la GMP connue pour prendre des positions « conciliantes » à l'égard des décisions de l'État ait une définition du halal plus « laxiste » que les Frères Musulmans de l'UOIF paraissant plus « drastiques » dans leur manière de choisir les aliments halal. De fait, auprès de la partie « informée » et soucieuse de respecter le plus strictement possible les règles du halal, les produits certifiés par la GMP sont certainement ceux qui rebutent le plus ce type de croyants¹⁵. La confiance accordée au sérieux de la certification halal semble d'une certaine manière liée à la confiance généralement accordée aux avis et aux prises de position émanant de la GMP. À l'inverse, si aujourd'hui, sur un plan religieux, l'organisme de contrôle et de certification jouissant de la meilleure image de marque semble AVS, cela est lié au « sérieux islamique » avec lequel ses dirigeants paraissent gérer leur activité économique. Ainsi, j'ai déjà eu l'occasion de déjeuner dans un restaurant gastronomique français halal, *Chez Abi*, à Bobigny, et j'ai pu observer la visite surprise d'un contrôleur AVS. Demandant des précisions, après son départ, au gérant du restaurant, ce dernier m'a indiqué qu'il tenait absolument à être certifié par AVS car sur le marché du halal, cette société était celle qui était dotée de la meilleure image de marque. Par ailleurs, celle-ci était également justifiée par le fait qu'au-delà de la garantie de la traçabilité et de la qualité du contrôle généralement prêtée à AVS, les membres de cette entreprise prenaient en compte d'autres éléments lorsqu'ils accordaient ou non leur « tampon ». Par exemple, le fait de ne pas diffuser de musique, et de garantir une ambiance ainsi « halal » était pris en considération dans la délivrance de l'agrément religieux. C'est pourquoi les responsables du restaurant ne passaient qu'une petite musique sans paroles et à faible volume, et s'interdisaient en outre d'organiser des « soirées » dans leur restaurant, exception faite des mariages. Ainsi, il semblerait bien que sur un plan sociologique, le respect d'une certaine vision du halal représente de plus en plus un indicateur intéressant pour les études sur l'islam en France, l'attrait ou non du halal renseignant beaucoup sur le rapport au religieux.

Enjeux identitaires et sociologiques

« Consommer musulman »

Sur un plan sociologique et culturel, l'émergence de plus en plus visible d'un marché du halal est au confluent de trois dynamiques, dont certaines peuvent paraître paradoxales : la mondialisation des mœurs alimentaires, l'intégration aux codes culturels « français » et la quête de préservation religieuse dans un environnement majoritairement non musulman.

La dimension religieuse et « revivaliste » de la consommation accrue de produits théoriquement halal ces dernières années en France revêt, de manière indéniable, une dimension strictement religieuse. En effet, le « retour » à une forme d'expression islamique jugée plus « authentique » s'accompagne d'une redécouverte des impératifs alimentaires au même titre que celle de certaines injonctions (pratique du jeûne pendant le Ramadan, port du hijab, amplification et banalisation des pèlerinages vers La Mecque et Médine...). Ainsi, une

¹⁵ Entretien avec Rachid Bakhalq réalisé le vendredi 26 novembre 2010.

enquête récente réalisée auprès de 576 personnes lors des rencontres annuelles de musulmans de France au Bourget organisées par l'Union des Organisations Islamiques de France peut nous renseigner sur certains aspects liés à la consommation de halal¹⁶. Le principal enseignement est que la consommation de produits estampillés halal relève d'une considération essentiellement religieuse, les musulmans interrogés répondant qu'ils obéissent à une prescription religieuse même si beaucoup, par ailleurs, affirment, par ailleurs, ne pas forcément respecter les obligations rituelles de l'islam telles que la prière. Les mêmes personnes interrogées regrettent d'ailleurs le manque d'informations relatives à la qualité des produits achetés et à la manière de juger du caractère réellement halal de leurs achats. Ensuite, les individus sondés mettent en avant des motivations moins religieuses que subjectives comme le fait qu'une viande saignée aurait meilleur goût et serait, sur un plan sanitaire, supérieure, ou l'idée selon laquelle les méthodes d'abattage islamique seraient moins douloureuses pour les bêtes sacrifiées¹⁷. La dimension éthique et l'aspect prescriptif du halal représentent donc les deux principaux vecteurs de consommations de halal. Il est également possible d'en ajouter un troisième même si celui-ci relève davantage de la supposition. En effet, l'effet de mode doit également être interrogé pour expliquer la visibilité croissante du halal dans la société. Le fait que ce marché véhicule une certaine « fierté musulmane » à côté des phénomènes de rejet et de stigmatisation, en montrant que les codes culturels dominants peuvent parfaitement se décliner sous une forme islamique, est à prendre en compte dans l'étude des facteurs de succès du halal aujourd'hui. Supposé réconcilier, Donnant le sentiment de réconcilier, l'islam et la France autour d'une pratique consumériste de masse au-delà de tout débat politique ou philosophique sur la question, la banalisation du halal symbolise la prise en compte de la référence islamique dans l'un des fondements de la société « moderne », à savoir le commerce et le capitalisme.

Le second temps est celui de l'incorporation de la « norme » halal dans le patrimoine culinaire et gastronomique français. En effet, la liste des produits et des plats proposés à la clientèle musulmane ne cesse de s'allonger chaque année, notamment en raison de l'offre croissante de plats traditionnels français désormais proposés en halal. Cet attrait de plus en plus visible de la part des musulmans pour une cuisine jadis pensée inaccessible car non déclinée en halal est une marque d'intégration des codes culturels dominants dans la société française. Ainsi, il n'est pas rare de voir, notamment par le biais de reportages télévisés traitant de la question du halal¹⁸, de nombreux musulmans admettre qu'ils ont enfin pu expérimenter tout ou partie du patrimoine gastronomique français grâce à l'extension de

¹⁶ L'exploitation de cette enquête doit bien entendu tenir compte de la nature parfois très militante des profils venant au Bourget chaque année, ou à tout le moins, de leur intérêt pour une approche « sérieuse » de la religion musulmane.

¹⁷ Ce dernier élément relativise donc l'idée que les abattages rituels islamiques inspireraient une crainte généralisée, comme en témoigneraient certains reportages télévisés sur « le scandale du faux halal ».

¹⁸ Un des plus significatifs est celui diffusé dans l'émission *Teum Teum* sur la chaîne France O intitulé « Le halal : business ou identité ? » où l'on a pu voir de nombreux musulmans confier que leur découverte du salé aux lentilles, de la bavette de veau ou de la tartiflette était des expériences très récentes pour eux, le fait que ces plats soient désormais déclinés dans une gamme halal étant interprété par eux comme une manière de se sentir davantage français. Voir : http://www.dailymotion.com/video/xfpx6b_halal-business-ou-identite-y-1-3_lifestyle

l'offre halal aux plats culinaires traditionnels français. Cette « révolution sociologique » s'accompagne d'une autre évolution. En effet, ce sont principalement les jeunes¹⁹ qui portent cette consommation croissante de produits traditionnels français déclinés sous une forme halal, les primo-migrants étant dans leur majorité encore très réfractaires à changer leurs habitudes de consommation héritées de leurs pays d'origine. Population jeune et, pour une partie, en phase d'ascension sociale et de promotion socioéconomique, ce qui a des incidences sur le niveau et la structure de leur consommation, la clientèle de ces nouveaux produits halal se montre friande de « mimétisme culinaire », et paraît rechercher d'abord et avant tout une « convivialité » qui ferait tomber les barrières culinaires héritées de leur histoire familiale.

La troisième dynamique est la recherche d'une modernité islamique à travers l'assimilation des codes de la mondialisation et de la « modernité » mercantile dans le halal. Là encore, c'est le versant jeune de la « communauté » musulmane qui est concerné. L'attrait du halal étant l'apanage d'une culture essentiellement urbaine, jeune, très sensible à ce qui vient d'outre-Atlantique et dont le désir de consommation constitue un trait identitaire important, il est ainsi possible de combiner « mariage », « halal » et « culture mondialisée ». La recherche d'une prise en compte de la prescription religieuse ne s'accompagne pas en effet d'une assimilation de l'ensemble de la « culture religieuse » généralement rapprochée de l'islam. Les musulmans dans ce cas sont avant tout en quête d'une « niche halal » au sein du consumérisme qui touche la jeunesse du monde. Il n'est pas question, par delà le désir de « manger halal » de rechercher les saveurs généralement attribuées aux cuisines moyen orientales, africaines ou même maghrébines. C'est d'abord la volonté de décliner les codes culturels dominants de la globalisation que sont les pizzas, la nourriture de fast-foods, l'*urban food* à destination des yuppies (*Young Urban Professionals*) ou Dinkies (*Double Income No Kids*), sans même parler des jeunes de banlieues friands des sandwiches « grecs » ou « chicken tikka », qui explique la bonne santé du halal dans ce domaine. Signe d'intégration de l'identité islamique dans les circuits symboliques de la consommation occidentale ou mondiale, le « halal food », comme le souligne Amel Boubekour, symbolise bien « le déplacement de l'identité islamique d'objets religieux traditionnels et strictement théologiques [...] à de nouveaux objets islamiques moins évidents et proches de la culture occidentale »²⁰.

De la viande halal au halal way of life

Si elle concerne d'abord le respect des interdits de nature religieuse, la problématique du halal doit de plus en plus être appréhendée en termes sociologiques et culturels. En effet, sous l'effet de la visibilité croissante des signes de l'islamité (foulard, mosquées, émissions diffusées sur des chaînes satellitaires...) le halal en est venu à désigner l'ensemble des prescriptions liées à la religion devant être déclinées sous forme de certains comportements,

¹⁹ Rachid Bakhalq mentionne ainsi la proportion de 90% de sa clientèle qui a moins de 40 ans à Hal'Shop, ce dernier plaisantant sur le fait que son magasin était beaucoup « trop propre » pour les plus vieux, le halal étant associé par eux à l'épicerie de quartier parfois mal entretenue et respirant les senteurs du pays d'origine, alors que l'enseigne Hal'Shop emprunte largement à la culture de distribution dans les pays industrialisés.

²⁰ Amel Boubekour, « L'islam est-il soluble dans le Mecca-Cola ? Nouveaux métissages culturels en Occident »

délaissements ou préférences. Le « halal sociologique », dont le « halal alimentaire » n'est, en définitive, qu'une partie, devient une ligne de séparation morale entre ce qu'il convient de faire et ce qu'il convient de délaisser. Le « mariage halal », par exemple, est celui qui se fait selon les règles de l'islam (choix de l'époux(se), bénédiction des parents, mariage par un imam...) tandis que l'union « haram » est celle qui se fait en dehors du cadre religieux. Le principe est décliné pour l'activité professionnelle, la fréquentation, le mode d'achat d'une maison (en respectant ou non l'interdiction de l'usure)...

Ce changement éthique voit l'émergence d'une « identité halal », structurée autour de la logique binaire de l'interdit et de l'autorisé sans que de nombreux musulmans se permettent de déconstruire ce principe religieux. Cet opposition fondatrice qui prévaut fait alors de l'islam une religiosité simple par le prisme de laquelle les principes de l'existence doivent obéir à deux questions : « est-ce autorisé ? », « est-ce interdit ? ». L'identité halal, facile à saisir, explique pourquoi les structures islamiques traditionnelles héritées des parents sont perçues comme « légères », « inconsistantes ». Le fait de maîtriser la règle du « halal » et du « haram » détermine pourquoi la socialisation religieuse passe, par exemple, en partie, des parents à celle des « imams », « savants », « prédicateurs » jouant de leur connaissance plus élevée de l'arabe, de leur cursus universitaire ou de leur séjour en pays musulman pour dire « le licite et l'illicite ». La même logique vaut par exemple pour les salafis qui accordent une place prépondérante aux oulémas des pays du Golfe. Ces derniers, bien qu'ils soient souvent considérés comme les croyants les plus attachés au scripturalisme, peuvent néanmoins faire preuve de moins de zèle dans la définition du *halal* que des écoles pourtant plus enclines à travailler avec les autorités non musulmanes. Il est intéressant de constater que certains cadres du salafisme en France, à commencer par ceux qui gèrent des sites reconnus dans cette mouvance, n'hésitent pas à mettre en garde contre un excès de vérification dans le choix des aliments, à commencer par la viande, affirmant que l'islam représente certes une religion normée mais qu'elle n'en appelle pas à l'exagération (*al-ghoulou*) dans le quotidien. Cette conception amène par exemple certains salafis à prendre le contre-pied de structures proches de l'islam frériste telle que AVS dont les dirigeants se montrent plus sourcilieux quant à l'origine des mets proposés aux musulmans dans les grandes surfaces ou dans des réseaux de distribution moins importants²¹.

En somme, la problématique est en constante construction. À travers cette thématique de plus en plus prégnante parmi les musulmans de France, il est possible de jauger les évolutions des pratiques sociales de ces derniers ainsi que les lignes de clivage d'ordre économique, politique ou identitaire qui mettent aux prises les cadres de cette religion dans notre société. Le caractère éclaté du champ islamique français en est une explication mais ce sont d'abord des logiques que le regard profane qualifierait de « matérielles » qui expliquent

²¹ Nous nous reporterons à l'éclairage intéressant de Gilles Kepel sur la controverse entre Nabil Aliouane, responsable du site d'obédience salafie www.salafs.com, et l'un des responsables d'AVS, qui constitue une analyse détaillée de la rivalité qui existe au sein du champ islamique hexagonal pour la définition du périmètre du *halal*, et donc en définitive du sens islamique à l'époque contemporaine. Lire Gilles Kepel, *Quatre-vingt-treize*, Gallimard, 2012 (se reporter au chapitre « Extension du domaine du halal »).

les dynamiques actuellement observables parmi les musulmans nationaux. La conception purement religieuse de ce sujet doit impérativement être analysée en constante interaction avec les enjeux industriels, commerciaux, financiers et donc, au final, politiques soulevés par ce terme plus que jamais insaisissable de *halal*. L'étude de ce concept vient une fois de plus apporter la preuve que derrière le sacré, les logiques les plus terrestres continuent d'occuper les religieux.

Publié dans laviedesidees.fr, le 9 juillet 2013.

© laviedesidees.fr