



Réseau d'Aide aux Toxicomanes

ACTES DU COLLOQUE

***ENTRE OMBRE ET LUMIÈRE : LES ADDICTIONS
DROGUES, RELIGIONS, MONDES VIRTUELS***

**CONSOMMEZ !
VIVRE POUR CONSOMMER,
CONSOMMER POUR (SUR)VIVRE**

FLORENCE BERGEAUD-BLACKLER

Réflexions sur l'aspect normatif halal

JANVIER 2018

***Florence
Bergeaud-Blackler***

Réflexions sur l'aspect normatif halal

Janvier 2018

LE COLLOQUE

Dans une époque où l'injonction à consommer déborde et envahit la vie de nos contemporains et tous les canaux de communication de nos sociétés, une question semble s'imposer : cet impératif ne concerne-t-il pas certaines choses uniquement, seulement celles qui en étant consommées rapportent beaucoup d'argent à des personnes, des organisations ou des communautés déjà assez riches ou puissantes pour imposer leurs produits ou leurs marques.

Mais cet acte indispensable, devenu presque identitaire, se transforme en action déconsidérée, voire réprouvée, dès qu'il s'agit de consommer soit des objets ou dispositifs majoritairement immatériels (religions, spiritualité, jeux en ligne, série TV, etc.), jugés de moindre valeur aux mesures du capitalisme, soit des objets très rentables, mais en dehors de l'économie régulée par les institutions ou organisations légales (drogues...) et dès lors échappant en partie à la capacité d'emprise des acteurs dominants.

Pour sa septième édition, le Colloque RAT-LAAP ouvrira cette fois la discussion sur la contextualisation des consommations. Nous explorerons l'histoire de l'usage des psychotropes qui par exemple ont souvent permis d'amoraliser les armées, celle des jeux qui rendent dociles les peuples, celle de la vague libérale et du consumérisme qui y est intimement associée. Nous explorerons plus particulièrement la notion d'envie, considérée depuis la nuit des temps comme le sentiment le plus dangereux et dans nos sociétés christianisées comme si immorale, pourtant omniprésente comme moteur de l'économie marchande. Nous nous pencherons aussi sur la place des replis religieux dans l'économie psychique qui prévaut dans notre siècle.

Afin de quitter une fois pour toutes cette idée que l'addiction est une maladie qui se contracterait dans une enfance mal gérée ou qui s'installerait dans un psychisme défaillant, nous tenterons de comprendre par quels rouages les consommations en tous genres transforment notre regard, utilisent et contaminent nos affects.

FLORENCE BERGEAUD-BLACKLER, née à Bordeaux en 1964, est une anthropologue française, chargée de recherche CNRS en poste à l'Institut de Recherches et d'Etudes sur les Mondes Arabes et Musulmans (IREMAM) d'Aix-en-Provence depuis 2013.

RÉFLEXIONS SUR L'ASPECT NORMATIF HALAL

Je m'intéresse au marché des produits halal depuis pas mal d'années. Votre invitation à un colloque sur les addictions m'a étonnée au départ. Pourquoi inviter une spécialiste du marché halal ? Vous établissez un lien entre consommation et addiction. Il y a un intérêt évident des firmes à provoquer une dépendance des consommateurs à ses produits afin d'augmenter ses profits, créer une situation de quasi monopole tout en faisant mine de jouer le jeu du marché libre et concurrent. On pense à Coca Cola par exemple. Mais on pense aussi à Mac et aux *Mac addicts*, avec ses designs épurés comme la poudre blanche, avec ses stratégies de capture des acheteurs en changeant par exemple ses connecteurs etc. Rendre addict les consommateurs par tous les moyens, créer un *captive market* est évidemment le rêve de la firme capitaliste.

La question est donc ici : Existe-t-il des liens entre marché halal et addiction ?

Il y a en effet des pistes de réflexion possible, au moins deux. L'une concerne le marché lui-même et des formes de dépendance qu'il génère. Le marché halal est-il un marché captif, et crée-t-il des consommateurs dépendant ? Ce marché de niche empêche-t-il la concurrence et soumet-il ses dictats aux consommateurs par ailleurs privés de choix ? Manger de la viande abattue rituellement se fait-il au détriment des autres qualités de la viande ? les consommateurs de halal sont-ils devenus dépendant de l'offre halal et donc de certaines marques qui se servent du religieux pour se constituer en monopole ? L'autre piste concerne la consommation halal comme rachat des conduites haram (illicites).

La consommation halal, c'est à dire licite, peut-elle racheter des conduites addictives haram, c'est à dire illicite, comme la drogue, l'alcool etc. ? Est-ce que lorsqu'on consomme de l'alcool et que l'on produit des syiates (des mauvaises actions comptabilisées le Jour du Jugement Dernier), on peut racheter des hassanats (des bonnes actions) pour les neutraliser, se racheter une bonne conduite ?

Ces deux exemples montrent la double nature des produits halal : biens de consommation et biens de salut.

Je vais examiner ces deux pistes (la première plus que la seconde). Pour cela il faut que je vous explique le fonctionnement du marché halal, le contenu discursif de sa norme, les circonstances de création de ce marché et les raisons pour lesquelles il concerne aujourd'hui non plus seulement la viande mais sept secteurs qui doivent permettre au consommateur musulman en un seul mot à vivre dans le licite, dans le halal, *l'islamic way of life*.

Le dernier rapport annuel de Thomson Reuters sur l'état de l'économie islamique globale fait état de 7 secteurs :

- > **Alimentation**
- > **Cosmétiques**
- > **Médicaments**
- > **Voyage et tourisme**
- > **Médias**
- > **Mode islamique**
- > **Finance**

L'alimentation halal compterait pour **1173 milliards de dollars annuels**

Le tourisme : **151 milliards**

La Mode : **243 milliards**

Les Media et loisirs : **189 milliards**

Les médicaments : **78 milliards**

Les cosmétiques : **56 milliards**

D'ici 2020, le marché halal devrait représenter, nous affirme ce rapport, entre 5 à 10% de l'économie mondiale.

Il faut prendre ces chiffres pour ce qu'ils sont : des estimations, qui ont surtout pour rôle de créer un horizon de coordination pour les investisseurs.

Je pose que le marché halal est indissociablement un phénomène religieux et marchand, plus exactement néo-libéral et fondamentaliste, ce qui n'est pas révolutionnaire en soi a priori. Mais si on y réfléchit cette hybridité est assez difficile à produire. Le religieux est normatif et s'il n'est pas franchement détaché des biens de ce monde (en dehors des formes les plus ascétiques), il gère les biens de salut dans une économie terrestre qui se prolonge dans l'au-delà.

Le marché néo-libéral, mondialisé, est au contraire matérialiste et perçu comme normativement neutre, opportuniste et intéressé. Comment ces deux dimensions ont-elles pu se combiner ?

Ma réflexion, en particulier celle que j'ai menée à l'occasion de l'écriture de mon dernier ouvrage, est destinée à montrer comment plusieurs dynamiques économiques, religieuses, politiques, juridiques se sont effectivement combinées à un certain moment de l'histoire pour produire un marché mondialisé.

Je voudrais ici me concentrer sur l'acte de naissance de ce marché et ses dynamiques d'extension et d'expansion.

Je vous donne d'abord quelques définitions des usages du halal :

Dans le Coran, la première source d'inspiration en islam, le terme *halal* ne se comprend que par rapport à son antonyme *haram* : interdit.

Harām représente à la fois ce qui est interdit et ce qui est sacré.

Par exemple, les espaces sanctuarisés sont Harām : la Ka'ba à la Mecque.

Le terme Harām représente l'exception ou la pureté : les impurs ne peuvent pas s'approcher de l'espace sacré et interdit.

Au fil du temps les juristes musulmans, confrontés à des problèmes pratiques complexes, vont adopter un système de catégorisation des actes plus nuancé, qui va aboutir aux cinq catégories de l'action.

Cette échelle distingue :

- 1) L'obligatoire
- 2) Le recommandé
- 3) Le licite / indifférent
- 4) Le répréhensible
- 5) L'interdit (*wād j ib, mandūb, mubah / d j ā'iz, makrūh, harām*)

On voit ici que le licite est traduit par *mubah*, il est positionné au milieu, il est neutre. Le licite c'est ce sur quoi rien n'est dit. On est loin d'une définition substantielle de halal comme celle qui est proposée aujourd'hui par le marché du même nom.

Sur le marché, halal est considéré comme une qualité.

On peut distinguer trois catégories de marchandises qui portent le label ou l'indication "halal" :

- 1) Viandes issues d'un processus de transformation qui vise à en rendre l'usage licite (les viandes issues d'un abattage rituel)
- 2) Produits commercialisés ne contenant ou n'ayant été en contact avec aucune des trois substances déclarées illicites : porc, alcool, viande non rituelle (les produits incorporables, aliments, beauté, soins médicaux, ménagers etc.)
- 3) Plus récent, les biens et services conformes à la charia : tantôt traduit par loi, ou par « éthique islamique » (la mode, le tourisme, les loisirs, la finance etc)

Pour moi il y a un quatrième usage de halal :

Ce que j'appelle *Le Halal (substantivé) comme espace symbolique*.

Un espace de vie où tout est rendu licite au (bon) musulman.

Ce que je décris là est différent d'un repli communautaire.

Il s'agit au contraire de rendre le monde islamo-compatible.

Les forces religieuses à l'oeuvre dans cette expansion prosaïque de l'espace normatif du halal sont les tendances fondamentalistes qui rêvent de la société islamique à défaut d'Etat Islamique.

Comment s'est constitué ce marché halal ?

Selon mes enquêtes, l'acte de naissance de ce marché, c'est le moment d'apparition de « l'agence de certification halal » dans l'univers industriel, un agent qui se spécialise dans la définition du licite et de l'illicite. Cet organisme hybride - car on ne peut jamais dire qu'il soit plus religieux que marchand ou vice versa- repose sur une « convention halal ». J'entends par convention un accord sur le principe mais pas nécessairement sur les termes. La convention autour d'un abattage rituel halal s'est imposée avant que les différents opérateurs du marché sachent s'accorder et définir précisément sur les règles d'abattage.

Cette convention s'est établie, instituée, au tournant des années 1970-1980 une période caractérisée au plan géopolitique international : par l'émergence de l'islam politique et par le triomphe du néo-libéralisme (arrivée au pouvoir de Thatcher-1979 et de Reagan-1981).

Ces deux idéologies utopiques de la mondialisation: celle du libre-échange, celle du fondamentalisme musulman (littéraliste et légaliste) ont travaillé de conserve à la fixation d'une norme halal mondialisée pour fabriquer des biens de croyance, mais des biens de croyance d'un genre particulier puisque ce sont aussi des biens de salut, (j'y reviendrai.)

Concernant l'offre halal, je distingue trois étapes dans l'apparition et l'extension du marché halal mondial que je présente sommairement et que je détaillerai ensuite.

1) **La première étape (1980)** est celle de la création d'un « mode opératoire industriel d'abattage islamique » qui donnera lieu au « marché de la viande halal »

2) **La seconde étape (2000)** correspond à l'extension au-delà de la viande et des produits carnés

3) **La troisième étape (2010)** correspond à la naissance d'une « économie islamique globale », par la liaison entre l'industrie des biens et services halal et la finance islamique

1^{re} étape- la création d'un mode opératoire d'abattage islamique

Le régime de la République d'Iran a joué un rôle important dans la fixation de ce protocole d'abattage industriel dit « islamique ». Khomeyni, peu après son arrivée au pouvoir en 1979 déclare illicite l'importation des viandes venues des pays occidentaux au motif qu'elles sont impures. C'est un acte politique destiné à ériger les frontières du monde musulman. Mais cet acte symbolique pose des problèmes pratiques de fournitures de viande à sa population. Très pragmatiquement, il va envoyer ses représentants religieux « islamiser » les chaînes industrielles d'abattage, et les placer sous contrôle religieux. Jusque-là les assurances étaient verbales, les pays importateurs s'inquiétaient surtout de savoir s'il n'y avait pas de contamination porcine à l'entrée des ports ou dans les avions transportant les denrées alimentaires.

Les abattoirs industriels des pays non musulmans acceptent ce contrôle –qu'ils jugent assez peu contraignant techniquement- car ils en espèrent un avantage concurrentiel sur les marchés des pays musulmans qui s'ouvrent à la consommation de masse. Sur le plan légal, il n'y a aucune difficulté puisque les réglementations des pays sécularisés exportateurs prévoient une dérogation pour « rites religieux », un traitement spécifique mis en place pour la shehita, le rite d'abattage codifié par les juifs.

La Ligue Islamique Mondiale en compétition pour la dawah 'la prédication de l'islam » avec le voisin et concurrent chiite établit pour sa part un lien entre l'argent du contrôle de la viande halal et la prédication. La LIM suggère à l'AS et aux pays du Golfe de n'acheter que les livraisons certifiées par des associations musulmanes en diaspora qui diffusent une vision de l'islam compatible avec sa vision religieuse et pas aux formes d'islam qu'ils jugent hérétiques.

Le contrôle de la viande halal (surtout pour les pays d'exportation) rapporte de l'argent à ces associations et il va dès lors devenir un moyen de pression sur l'organisation culturelle des minorités islamiques. Les groupes en concurrence pour la représentation islamique locale dans les pays non musulmans vont se disputer le monopole de la certification. Certains Etats sécularisés vont encourager ce lien entre représentativité et contrôle de la certification et de la norme religieuse.

Mais personne n'ira aussi loin qu'un pays pourtant laïque : la France. Le ministre de l'Intérieur Charles Pasqua tente dans les années 1990 de mettre en place une « chacheroute halal » pour donner le pouvoir institutionnel, financier et normatif (dire ce qui est halal et haram) à la seule mosquée de Paris. Monopole d'abattage et certification. Ce sera un échec, mais les agréments d'abattage resteront.

Voilà pour la première étape de création de ce marché halal.

2^e étape : le codex alimentarius et la pureté industrielle

Une seconde étape qui commence dans les années 2000 a été décisive cette fois dans l'extension du périmètre du marché halal. Elle correspond à la publication en 1997 des directives halal du Codex Alimentarius. Il s'agit d'un organe de référence de l'Organisation Mondiale du Commerce chargé d'assurer la sécurité et les pratiques loyales du commerce international des aliments, en réalité de lutter contre toutes les formes de protectionnisme des Etats, de lutter contre les obstacles au libre-échange.

Ces directives ont été inspirées par la Malaisie, petit pays qui avait entrepris une politique de halalisation de son économie, une façon de développer ses infrastructures et de neutraliser les résistances à la modernisation.

Ces directives introduisent la notion de pureté industrielle. Les produits, les process et les environnements ne pourront être garantis halal s'ils sont contaminés ou contaminable par des substances déclarées illicites : porc, alcool, viande non rituelle à des doses microscopiques. Or ces substances (additifs, colorants, épaississants et exhausteurs de goût) sont omniprésentes dans l'industrie agro-alimentaires, pharmaceutiques ou cosmétique. Tous ces produits devront être certifiés halal pour les musulmans.

La dynamique d'extension du marché halal est la suivante : la halalisation n'est que le deuxième temps de la haramisation. Ce qui est déclaré haram entraîne la mise sur le marché de sa version halal.

Déclarer illicite l'ADN de porc ou de substances déclarées impures, conduit à également halaliser le poisson. Par exemple les poissons qui se sont nourris de déchets d'emballages de jambon au fond des mers sont positifs aux détecteurs d'ADN.

Les directives du Codex ont donc à la fois rendues légitime dans le monde entier ces agences de certification et ont élargi considérablement le périmètre du halal.

Le principe du marché halal global, c'est d'assurer la continuité de l'espace halal pour le confort des consommateurs musulmans, afin qu'ils ne soient pas confrontés à l'illicite.

La tranquillité de l'esprit, the « peace of mind », c'est d'ailleurs la préoccupation de la multinationale Nestlé, plus grand producteur de halal sans le monde... qui, comme un de ses directeurs exécutif l'expliquait, veut aider à propager la conscience du halal dans le monde.

C'est ça l'espace normatif du halal : assurer la continuité du halal dans l'espace pour que les musulmans ne soient jamais en contact avec l'illicite...

Nestlé présent sur tout les continents est un opérateur historique du marché halal, sa filiale Nestlé Malaysia installée en Malaisie depuis

1912, a travaillé avec le ministère des affaires religieuses malaisiens (le JAKIM) pour propager la conscience du halal, halal awareness dès les années 1980.

Grace à Nestlé notamment, La Malaisie a été jusqu'à la fin des années 2000, le leader icontesté du halal business.

3^e étape : l'économie islamique globale

Il faut se tourner aujourd'hui vers les Emirats arabes unis. Dubaï et sa face religieuse Sharjah vont renouveler le message promotionnel qui élargit encore un peu plus le périmètre du halal.

Ce message publicitaire est le suivant : « *L'industrie du halal doit être moralisée, et elle ne peut pas être financée par de l'argent haram* ».

Autrement dit la finance des industries halal doit elle aussi être islamique. Et donc les riches monarchies du Golfe ont vocation à assurer cette moralisation et ce service bancaire pour l'industrie.

Devant la Malaisie qui certes a pris beaucoup d'avance, ce sont les riches pays arabes du Golfe qui organisent désormais le domaine stratégique de l'information à propos du marché halal global, en se payant les conseils d'experts en marketing mondialement reconnus, de cabinets de conseils prestigieux, d'agences de communication anglosaxonnes à la puissance fantastique comme Thomson Reuters, et d'agences de conseil islamique comme DinarStandard composés d'entrepreneurs islamiques.

Les Emirats sont également, il faut le noter, à l'origine de la reconnaissance du « marketing islamique » comme discipline académique, avec la publication de revues académiques dédiées, le financement de ces départements dans les départements d'islamologie qu'ils subventionnent ou achètent comme en Grande Bretagne par exemple.

L'Arabie saoudite, le Koweït sont également sur ce créneau.

La demande de halal

Comme je l'ai montré dans un article de mon précédent ouvrage « les sens du halal » dans un article intitulé « la fatwa du Transvaal », la demande de « viande halal » s'est constituée tardivement, et d'abord

dans des sociétés multireligieuses ou en diasporas après les migrations massives de pays musulmans vers les pays non musulmans.

Les sacrifices religieux en émigration concernaient surtout les occasions exceptionnelles, mais pas nécessairement la consommation quotidienne de viande.

Plusieurs raisons étaient mobilisées : la nourriture des GDL était licite donc halal, ou bien un musulman en voyage n'était pas soumis à l'obligation rituelle, ou bien les habitudes d'abattage étaient considérées comme des coutumes, elle ne constituaient pas une obligation religieuse stricto sensu etc.

La demande de halal s'est constituée principalement dans les diasporas. En Europe, elle est un effet de l'offre destinée à l'exportation vers les pays musulmans, mais aussi un effet de deux dynamiques qui se combinent au cours des années 1980 : la dynamique que j'appelle **diasporique** et la dynamique de **réislamisation**.

Dynamique diasporique : Les anthropologues savent que les groupes qui émigrent protègent leur culture, développent des pratiques de conservation du groupe. Parmi celles-ci on trouve : le contrôle de la sexualité des filles et, c'est moins souvent souligné, la clôture alimentaire. Ces stratégies fonctionnent d'autant mieux que les groupes d'arrivées acceptent mal les nouveaux arrivants avec leur spécificité.

En Europe ce sont les femmes maghrébines, turques, africaines qui sont à l'origine de la demande de halal, une demande qui est à la fois religieuse et culinaire. Les femmes sont chargées de la socialisation religieuse primaire des enfants, et la frontière alimentaire est apprise très tôt. Ce sont les cuisinières qui ont demandé de la viande égyptée comme au bled pour leur cuisine, une viande à la teinte claire signe de bonne exsanguination, de pureté, pas une viande de charogne impure et malfaisante. Ces croyances des femmes ont d'abord été considérées comme des superstitions de la part des groupes de réislamisation qui arrivent au même moment dans les années 1980.

Eux mangent la nourriture des GDL conformément au verset 5 de la sourate 5. Mais les dynamiques de réislamisation vont s'appuyer opportunément sur cette frontière rituelle diasporique et sur l'offre marketing.

Dynamique de réislamisation : Mais ces étudiants adeptes de l'islam politique et qui se donnent pour mission de faire revenir à l'islam les enfants des l'immigration vont changer d'opinion sur la question. Et ils vont travailler à la promotion, d'un espace alimentaire musulman, à l'instar de la casheroute qui sera leur modèle théorique. Ils vont s'appuyer sur la frontière diasporique, identitaire pour exiger le contrôle du marché halal. Ils rompent ainsi avec le consensus des élites arabes qui avait suivi la fatwa de Abduh. La viande des GDL n'est comestible que contrôlée par des musulmans. Ils vont eux aussi s'intéresser à ce marché halal et tenter d'en capter les bénéfices, avec la bénédiction des autorités agricoles françaises qui ont besoin de ces intermédiaires, très manifestement musulman, pour vendre des produits garantis halal dans les pays musulmans.

On va passer d'une « barrière » diasporique à une « frontière », gardée par des « garde-frontières », des spécialistes du contrôle : les agences de certification halal.

Ces agences de contrôle des biens marchands et des comportements vont tenir un discours très alarmiste de crainte du haram (et des conséquences en termes de salut), discours culpabilisant pour les mangeurs : vous ne savez pas ce qui est halal/haram, nous allons vous le dire, nous contrôlons pour vous. Dire le halal, c'est dire la loi religieuse.

C'est ainsi que de permis, le halal va prendre le sens de prescrit. Le champ religieux subit la concurrence de ces agences autoproclamées, hybrides marchands et religieux, non régulées par la puissance publique. Ils contribuent à saturer l'espace de références islamiques et prolonge et accentue encore la crise de l'autorité religieuse qui frappe le monde musulmans depuis la fin du XIX^e. Il n'est pas indifférent que ces

agents hybrides, avec qui travaillent les plus grandes firmes commerciales, soient en plus de leurs cursus en marketing dans les universités anglo-saxonnes, soient souvent également dans des cercles de la nébuleuse frériste, formés à l'université de Medine, ou auprès d'autres institutions fondamentalistes et littéralistes. Le périmètre du halal s'étend, c'est le cas en extrême orient. Les consommateurs européens, et notamment français sont ils prêts à accepter cette extension ?

En 2017, nous avons interrogé en face à face 1083 individus demeurant à Paris, Lyon et Marseille, d'origine marocaine, algérienne et turque, dont 70% ont été socialisés en France (nés ou arrivés avant 12 ans)

Nous avons proposé plusieurs items biens ou services et demandé d'ils devaient selon la personne interrogée être forcément halal, ou si cela se discutait, ou si cela ne devait pas être halal Pour la viande et les produits carnés la quasi totalité pensent que ces produits doivent être halal. **Cette proportion a doublé en vingt ans.**

Les bonbons doivent ou peuvent être halal pour trois quarts des personnes interrogées ; pour les plats cuisinés sans viande et les aliments on obtient des scores élevés : près de la moitié pense qu'ils doivent ou peuvent être halal.

Un tiers des personnes interrogées pensent que les hôtels ou le tourisme doivent ou peuvent être halal. Nous travaillons à affiner ces chiffres.

Ils montrent qu'une partie de la population musulmane de France est prête à recevoir les messages promotionnels du marché halal et son slogan : l'islamic way of life.

Réflexions sur la captivité consumériste, la dépendance et l'addiction à une consommation religieuse

Le deuxième lien que l'on peut établir entre la consommation halal et l'addiction, c'est de considérer la consommation halal comme moyen de créditer son compte de hassanat ou bonnes actions pour le jugement suprême et neutraliser ainsi des actions considérées comme illicites. Cette comptabilité peut être inconsciente, elle peut prendre des formes très comptables.

Voici quelques vidéos permettant de se faire une idée du discours contre les addictions : drogues mais aussi sexe (pornographie, masturbation), musique, qui sont considérées comme des consommations illicites addictives inoculées par la société de consommation. Elles amènent au péché suprême la fornication.

Ils proposent une méthode de sevrage consistant à remplacer l'addiction de l'illicite à l'addiction du licite, du halal.

<https://www.youtube.com/watch?v=AqvAuNzut0A>

<https://www.youtube.com/watch?v=bPhuRbqwZj4>

<https://www.youtube.com/watch?v=WXCfBOTbZro>

Florence Bergeaud - Blackler

Janvier 2018

R.A.T.

 UCLouvain

 laap
laboratoire
d'anthropologie
prospective

 Francophones
Bruxelles

 fnrs
LA LIBERTÉ DE CHERCHER