

## *Les recensions de l'Académie de janvier 2026<sup>1</sup>*

*Le djihad par le marché : comment l'islam radical s'empare du marché halal /*

**Florence Bergeaud-Blackler**

**Éd. O. Jacob, 2025**

Ce livre retrace l'histoire du marché halal, invention de la fin du XXe siècle, né d'un lien entre néolibéralisme et néofondamentalisme et produit d'une partie du monde voulant se conformer à la charia. Le marché halal est dicté par une volonté capitaliste de marchandisation du religieux et un désir d'islamiser le marché. Il en découle qu'une économie de marché peut fonctionner sous l'empire de la charia (p.8). La révolution iranienne de 1979 fut le moment fondateur transformant une question alimentaire en enjeu géopolitique obligeant les industries occidentales à mettre en place des chaînes de production sous contrôle religieux pour l'exportation (p.11).

Dans le Coran, le terme *halal*, est cité 12 fois pour désigner des aliments licites et 7 fois précédé d'une négation pour ce qui n'est pas permis en référence aux femmes, au mariage, au divorce (p.7). Mais le Coran n'interdit pas de consommer la viande des juifs et des chrétiens (p.18).

La société occidentale prend en compte la douleur animale que provoque la mise à mort. C'est pourquoi, en 1974, la France interdit de tuer les animaux en dehors des abattoirs (p.27). Or, l'acte d'abattage rituel musulman implique que l'animal soit égorgé vivant (p.26), les techniques variant d'un rite à l'ordre (p.27). En France, à partir des années 1980, les associations musulmanes revendiquent le droit de l'utiliser dans les abattoirs (p.33). Il existait déjà une dérogation, demandée par les autorités juives auxquelles un décret de 1964 autorisait un égorgement rituel sans étourdissement préalable exigé jusqu'alors (p.44) et confié à des sacrificateurs juifs rétribués par les taxes d'abattage (p.43). Dans les mêmes conditions, un arrêté du 15 décembre 1994 publie l'agrément de la Mosquée de Paris pour habilitier les sacrificateurs rituels. Le 27 janvier 1996 les grandes mosquées de Lyon et d'Evry sont également agréées (p.51). L'égorgement rituel prévoit d'orienter la tête de l'animal vers La Mecque et de lui trancher la gorge, l'œsophage et les deux veines jugulaires (p.53). Toutes les carcasses sont considérées licites dès lors qu'elles sont passées entre les mains du sacrificateur musulman (p.43) ; il n'existe d'ailleurs toujours pas de comptage officiel du nombre d'abattages rituels en France ni en Europe (p.57). La Charte *halal* du Conseil français du culte musulman (CFCM) de 2016 impose l'abattage rituel musulman pour que la viande soit reconnue licite (p.61). Les pays importateurs envoient des délégations visiter les entreprises françaises pour s'assurer de la véracité de certification *halal* (p.62) qui exige que l'animal soit vivant au moment de la saignée (p.66). Aujourd'hui, l'utilisation de la dérogation à l'étourdissement est majoritaire dans l'U.E. (p.223) en contradiction avec le règlement européen du 24 septembre 2009 qui prévoyait l'étourdissement préalable de l'animal (p.55).



Les recensions de l' [Académie des sciences d'outre-mer](#) sont mises à disposition selon les termes de la licence [Creative Commons Paternité - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 3.0 non transposée](#).

Cette recension est basée sur un ouvrage disponible à la [bibliothèque de l'académie des science d'outre-mer](#)

L'auteure rappelle que le marché halal est né hors du Moyen-Orient, en Malaisie multireligieuse, qu'il n'existe pas de consensus unique sur la définition du *halal* et que l'extension du *halal* aux autres domaines n'est qu'une instrumentalisation du religieux. *Halal* est à la fois un concept religieux et un label marchand (p.198). La commercialisation du « hijab running » par Décathlon en 2019 illustre bien combien le marché, en offrant des produits charia-compatibles, normalise l'interdit religieux (p.203) et montre que l'État français laïque contribue à la sacralisation d'un rite industriel (p.41). La norme *halal* s'étend aussi aux produits incorporables, médicaux, cosmétiques, etc... Cette tendance provient, on l'a vu, de Malaisie qui fut le premier laboratoire mondial du *halal business* dès 1969 (p.74). Le Premier Ministre Mahathir intégra alors la promotion des valeurs islamiques en augmentant la part économique des Malaisiens musulmans majoritaires sur la minorité chinoise (p.74). Son *Codex Alimentarius* introduisit le principe de contamination du *halal par le haram* et en fait par tout ce qui n'est pas *halal*. Il faut donc tout *halaliser* (p.78). Le marketing du *halal* séduisit le marketing international (p.81) et le concept fut repris par les États du Golfe (p.85). Le projet soutenu par la Ligue Islamique Mondiale (LIM), fit du *halal* un instrument de réislamisation et de promotion d'une économie islamique alternative (p.87), basée sur la finance, l'agroalimentaire, les loisirs et voyages, la mode vestimentaire, le secteur pharmaceutique, les cosmétiques et les médias (p.93).

L'auteure observe une tension entre deux conceptions du marché halal, une approche inclusive qui réduit la dimension religieuse de la norme *halal* à des règles de conformité et à une approche juridico-théologique défendue par les pays musulmans (p.96). La Turquie d'Erdogan souhaite remplacer Kuala Lumpur (p.99) en promouvant le *halal* « oummique » (p.105), alors qu'elle importe plus de 60% de produits allemands dont les ingrédients *haram* auraient été effacés avant leur importation (p.108). En 2011, une conférence au Koweït et une autre en 2012 aux Émirats rassemblent des délégués de 37 pays qui adoptent une norme *halal* unique refusant toute intervention de pays non musulmans (p.104). Ils entérinent les décisions de l'Académie internationale de fiqh islamique (fondée en 1981 à Djeddah), émanation de l'OCI, du Conseil de la jurisprudence islamique (fondé en 1977 à La Mecque) de la LIM, liée à l'Arabie Saoudite et du Conseil Mondial des Oulémas (fondé en 2004 à Doha), lié au Qatar (p.112) pour lequel « il revient aux musulmans de montrer la supériorité de la charia sur les autres législations et de mettre en évidence son caractère universel » (p.114). En France, le « Groupement Islamique en France » devenu « Union des organisations islamiques en France », puis « de France » en 1983 puis « Musulmans de France » en 2017, défend ce point de vue (p.122).

L'auteure étudie ensuite les mécanismes qui transforment des prescriptions religieuses en standards industriels, manœuvrés par des « acteurs hybrides » aux frontières entre sacré et profane (p.125). Il s'agit des agences de certification, de marketing islamique et des associations de consommateurs (p.130). Portée par des influenceurs sur les réseaux sociaux, cette économie communautaire se présente comme une alternative éthique au consumérisme occidental, articulant foi et réussite économique (p.147). L'association « Synergie des professionnels musulmans de France » s'inspire de l'Organisation patronale turque MUSIAD proche de l'AKP (p.156). Parmi les media *halal*, le Collectif contre l'islamophobie en Europe, issu du Collectif contre l'islamophobie en France dissous, présente dans ses publications bruxelloises une lecture victimaire de l'islamophobie. *Al Jazeera* + adopte un discours identitaire islamiste aligné sur les positions fréristes du Qatar et une rhétorique jeuniste *woke* suivant les codes de la gauche militante. Quant au *Center for Media Monitoring*, émanation du Muslim Council of Britain, il cherche à façonner dans l'espace public une vision de tourisme frériste incluant les salles de prière, des piscines séparées, offrant une nourriture certifiée halal, interdisant l'alcool et les jeux

de hasard, affichant un code vestimentaire islamique (p.102). Cette halalisation sociétale semble acceptée. Le sondage IFOP pour la chaîne *Elmaniya.IV*, publié le 7 décembre 2023 montre que 78% des musulmans, considérant que la laïcité est discriminatoire, demandent des accommodements religieux, soutiennent le port de signes religieux à l'école, croient au créationnisme, se marient selon les règles religieuses. 85% mangent exclusivement *halal*. 65% des jeunes femmes de moins de 25 ans disent avoir porté l'abaya pour éviter les regards ou par injonction familiale. Ces données confirment la montée d'une religiosité exigeant la reconnaissance dans l'espace public (p.217). L'auteure estime que le monde va se diviser entre *halal* et *haram* parce que c'est plus sûr et plus adapté à la machine industrielle (p.142).

Comme Maoudoudi qui estimait que L'État islamique n'était pas théocratique mais théonomique du fait que la norme révélée primait sur toute autre autorité (p.208), le « djihad civil » englobe les domaines académique, scientifique, culturel, social, économique, éducatif, sanitaire, environnemental, médical, civilisationnel (p.209). C'est en ce sens que le lecteur réfléchira sur la phrase conclusive de cette étude : « le génie propre du frérisme est d'avoir compris qu'un individu se transforme par la modification progressive de l'environnement symbolique et matériel de sa culture » (p.252).

Le livre dispose d'un glossaire (p.253 à 255), d'une riche bibliographie (p.289 à 294). La précision des notes de renvoi (p.257 à 287) montre l'étendue de cette enquête menée avec lucidité et méthode.

**Christian Lochon**