



Florence Bergeaud-Blackler

Le marché halal ou l'invention d'une tradition

Seuil, 2017, 272 pages

Dans cet ouvrage, Florence Bergeaud-Blackler (anthropologue au CNRS) s'intéresse à deux questions : « comment [la] convention du halal est-elle advenue et à quoi tient-elle ? », et « qu'est-ce que le monde du halal aujourd'hui ? ». À cette fin, son analyse porte sur l'histoire moderne de ce marché, les acteurs, intermédiaires et stratégies, allant à l'encontre du « mythe de l'histoire millénaire sur lequel repose la "fiction du halal" ». Elle en décrit le développement et cherche à en saisir les enjeux, mobilisant pour cela différentes approches et s'attachant tant aux aspects religieux qu'aux logiques économiques du système productif, de régulation et de consommation.

Le premier chapitre (« l'invention d'un marché ») décrit la naissance du marché halal et son évolution au cours des quarante dernières années, avec une attention particulière aux conditions socio-économiques et politiques en jeu. Le deuxième porte sur l'« invention d'une norme » halal, depuis les directives du *Codex alimentarius* jusqu'au modèle *ummique* (« le halal par les musulmans ») et ses liens avec la finance islamique, en passant notamment par le modèle malaisien inclusif et le rôle des Émirats arabes unis. Le troisième chapitre s'intéresse quant à lui au développement du marché du halal en France et le quatrième à l'invention du « consommateur musulman ». Y sont décrites les modalités du contrôle des produits et des entreprises, puis le prolongement de cette surveillance jusqu'aux conduites des consommateurs, le halal ayant ainsi évolué d'une « règle appliquée à un produit alimentaire » vers un « espace normatif » s'appliquant aux individus. Enfin, le dernier chapitre passe en revue plusieurs controverses françaises (abattage, restauration collective, etc.).

Cet ouvrage met en lumière les dynamiques passées et présentes et décrit le rôle d'acteurs clés méconnus, en particulier les organismes certificateurs et les associations de consommateurs musulmans. Il met également en évidence les implications sociétales de la diffusion du modèle *ummique*, reposant sur « une tradition inventée qui fait table rase du passé, de l'héritage et de la transmission ». Plus généralement, l'auteure montre que ce marché relève « indissociablement d'un phénomène religieux et capitaliste », et que la rencontre entre néolibéralisme et fondamentalisme islamique, deux idéologies fortes du XX^e siècle, a permis le développement de ce syncrétisme.

Julia Gassie

Centre d'études et de prospective
MAA

julia.gassie@agriculture.gouv.fr