

L'incroyable boom des produits halal



(1) «Des saveurs, des valeurs». C'est avec ce slogan que le premier Hal'shop, superette 100% halal, a ouvert ses portes à Paris. A l'origine de ce concept, un jeune Franco-Marocain qui a toujours «rêvé de déguster les spécialités occidentales tout en respectant les règles de sa culture musulmane». Dans les rayons, le client trouve bien sûr de la viande provenant d'animaux qui ont subi un abattage rituel mais aussi des bières (sans alcool), des saucissons (de volaille), des bonbons (sans gélatine de porc) ou encore des pizzas, des soupes et des crèmes glacées... marqués halal. Le terme s'applique aux aliments conformes aux préceptes du Coran (principalement sans alcool ni porc). Selon une étude, 9 musulmans sur 10 seraient des consommateurs de produits halal. Avec quelque 5 millions de musulmans en France, le marché est donc en pleine expansion.

(2) Mais le phénomène ne se limite pas à l'alimentaire. Aujourd'hui, pratiquement tout a sa version

«halal». Ainsi, il est désormais possible de nettoyer toute sa maison avec des produits d'entretien certifiés sans alcool et sans traces d'huiles ou de graisses animales. Plusieurs marques de cosmétiques garantissent également l'absence de ces mêmes composants. En outre, les banques et assurances commencent à offrir des produits conformes aux règles islamiques. Ainsi, elles proposent des investissements halal, qui bannissent la spéculation et qui garantissent au client qu'il n'investira pas dans des secteurs interdits par le Coran, comme des usines où sont fabriquées des boissons alcoolisées.

(3) Comment s'explique cette hausse de produits halal? «Il y a à peine vingt ans», constate la sociologue Florence Bergeaud, «le musulman pratiquant était quelqu'un qui ne mangeait pas de porc, ne buvait pas d'alcool et consommait une viande abattue conformément au rituel. Rien de plus. Aujourd'hui, le halal explose, il est devenu un véritable mode de vie, surtout chez les jeunes générations. Aujourd'hui, pour être branché, il faut donc consommer halal.» La cible privilégiée de ce marché, ce sont les jeunes musulmans au fort pouvoir d'achat qui consomment halal, par respect de la tradition et par souci d'un certain contrôle plutôt que pour des raisons religieuses.

(4) Et ils ne sont pas les seuls concernés par cette tendance. Une enquête de la société Solis révèle que les non-musulmans commencent aussi à acheter des produits halal.

Pour certains, c'est une question de coût, la viande ainsi préparée étant moins chère. D'autres habitent un quartier à forte concentration musul-
75 mane et profitent des commerces halal de proximité sans se pré-occuper du fait que leur steak soit halal ou non. Et il y a ceux qui croient
80 que c'est une garantie de qualité. Comme les certifications et les labels se multiplient et que l'on en parle beaucoup, le consommateur a

l'impression que le produit halal est mieux contrôlé que celui qui ne l'est pas.

(5) Enfin, disons que cette nouvelle offre de produits halal est une chance culturelle, parce que grâce à ces produits, toute la population a
90 accès à une offre globale qui respecte chaque communauté. C'est un vrai processus d'intégration, un pas de plus vers le multiculturalisme.

*d'après Ça m'intéresse,
mai 2011*

Tekst 9 L'incroyable boom des produits halal

- 1p 32 «L'incroyable boom des produits halal» (titre)
Comment pourrait-on expliquer l'explosion du marché des produits halal en France d'après le premier alinéa?
En France,
A il y a de plus en plus de jeunes Franco-Marocains qui ouvrent un magasin halal.
B il y a environ 5 millions de musulmans dont la majorité consommerait des produits halal.
C le nombre de musulmans qui vivent conformes aux règles du Coran a augmenté.
D les jeunes Franco-Marocains se moquent de plus en plus de leur double culture.
- 2p 33 «Mais le phénomène ne se limite pas à l'alimentaire.» (regel 26-27)
Noem drie andere producten en/of diensten die je volgens de tweede alinea in halal uitvoering kunt verkrijgen of waarvan je gebruik kunt maken in halal versie.
- 1p 34 Pourquoi est-ce qu'il y a une hausse des produits halal selon la sociologue Florence Bergeaud (3ème alinéa)?
A A l'heure actuelle, le halal est une façon de vivre, en particulier pour les jeunes musulmans.
B De nos jours, les musulmans ont plus de respect pour leurs traditions qu'autrefois.
C Le nombre de jeunes qui mangent halal pour des raisons religieuses a augmenté.
D Le pouvoir d'achat des musulmans pratiquants a augmenté considérablement.
- 2p 35 Geef van elke van de onderstaande beweringen aan of deze wel of niet overeenkomt met de vierde alinea.
Ook niet-moslims kopen halal producten omdat
1 sommige van deze producten goedkoper zijn.
2 er halal winkels bij hen in de buurt zijn.
3 deze producten minder calorieën bevatten.
4 deze producten garant zouden staan voor kwaliteit.
Noteer het nummer van elke bewering, gevolgd door 'wel' of 'niet'.
- 1p 36 Quelle est l'attitude de l'auteur à l'égard des produits halal selon le dernier alinéa?
Il se montre
A négatif.
B neutre.
C positif.

Bronvermelding

Een opsomming van de in dit examen gebruikte bronnen, zoals teksten en afbeeldingen, is te vinden in het bij dit examen behorende correctievoorschrift, dat na afloop van het examen wordt gepubliceerd.