

Le halal, du rituel au business



(1) Depuis quelques années, on trouve le halal un peu partout en France : dans les rayons des supermarchés, mais aussi dans les cantines de certaines écoles, dans les fastfoods... Les chaînes de supermarchés Casino et Carrefour ont même récemment lancé leurs propres marques. De ce fait, le marché des produits halal représenterait aujourd'hui un chiffre d'affaires de plus de cinq milliards d'euros, avec une croissance annuelle de 10% à 15%. Les « beurgeois », ces Français musulmans assez riches, forment la majorité de la clientèle.

(2) Les aliments halal sont les produits « autorisés » par la culture musulmane. Une épicerie 100% halal vous proposera donc du champagne sans alcool, ou des sucreries sans gélatine de porc. Pour ce qui est de la viande halal, elle suppose un mode d'abattage rituel. C'est sur ce

point qu'il y a beaucoup de discussions.

(3) En février de l'an dernier, un reportage télévisé montre que presque tous les abattoirs de la région parisienne pratiquent exclusivement l'abattage rituel. La raison est avant tout 33. Alternner, sur la même chaîne, les deux types d'abattage, c'est-à-dire l'abattage traditionnel et l'abattage rituel, nécessite d'arrêter les machines, de les nettoyer et de changer de personnel : une manœuvre compliquée et donc, une perte de temps. Une partie du stock rejoint alors les boucheries musulmanes ; l'autre, les rayons de supermarchés classiques... mais sans aucune mention. Les Français mangent donc parfois de la viande halal sans le savoir.

(4) Un autre problème se pose : certaines enseignes prétendent faire du halal, mais ne respectent pas le rituel

à la lettre. 34, la chaîne de fast-food KFC déclarait vendre du poulet 100% halal dans certains de ses restaurants français, mais ses certificats étant douteux, elle a dû retirer cette offre il y a quelques mois.

(5) La grande distribution tromperait donc tout le monde : ceux qui achètent de la viande halal à leur insu, et les musulmans qui consomment du faux halal malgré eux. Un label certifiant les produits halal

permettrait d'y voir plus clair. Mais si on étiquetait la viande halal, les consommateurs habituels s'en détourneraient. Aujourd'hui, plusieurs organismes de contrôle assurent la certification halal. Mais leur grand nombre n'aide pas le consommateur, qui se demande auquel faire confiance. En attendant, les affaires continuent... dans la plus grande confusion.

d'après Ecoute, avril 2013

Tekst 8 Le halal, du rituel au business

- 1p 31 A quoi sert le premier alinéa ?
- A A donner une idée de la diversité des produits halal que l'on peut acheter en France.
 - B A expliquer pourquoi les chaînes de supermarchés Casino et Carrefour vendent des produits halal.
 - C A illustrer que les musulmans ne forment plus la majorité de la clientèle des produits halal.
 - D A montrer que les produits halal ne cessent de gagner en popularité en France.
- 1p 32 Noem twee producten die 100% halal zijn volgens de tweede alinea.
- 1p 33 Choisissez le mot qui manque au 3ème alinéa.
- A économique
 - B historique
 - C politique
 - D religieuse
- 1p 34 Choisissez le(s) mot(s) qui manque(nt) au 4ème alinéa.
- A Ainsi
 - B De plus
 - C Donc
 - D Pourtant
- 1p 35 Geef van elke bewering aan of deze wel of niet overeenkomt met de laatste alinea.
- 1 Les consommateurs risquent d'acheter du faux halal ou d'acheter de la viande halal sans le savoir.
 - 2 Les consommateurs restent en confusion quant à la valeur nutritionnelle des produits halal.
- Noteer het nummer van elke bewering, gevolgd door 'wel' of 'niet'.

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.