

Patrick Banon

Chercheur, associé à la Chaire Management, Diversités et Cohésion sociale, Université Paris-Dauphine, spécialisé en systèmes de pensée religieux (EPHE), il enseigne la Diversité culturelle à l'École Polytechnique de l'Université d'Orléans. Directeur de l'Institut des Sciences de la Diversité, il conseille entreprises et institutions sur les thèmes de la diversité culturelle et religieuse, la mixité et l'égalité féminin masculin. Écrivain, il a récemment publié *Marianne en péril : Religions et laïcité* (Presses de la Renaissance) et le *Guide du Mieux vivre ensemble : ma religion, ma laïcité, mon identité* (Actes Sud)

Les enjeux des relations interculturelles dans l'entreprise dépassent de loin la simple question de la gestion des comportements sur le lieu de travail. Depuis des dizaines de millénaires les systèmes de pensée religieux ont forgé nos sociétés. Nul groupe humain ne s'est construit sans religion. « Jamais État ne fut fondé que la religion ne lui servît de base », écrivait Jean-Jacques Rousseau¹. L'expression religieuse a un impact qui va bien au delà de sa simple pratique, l'homme étant sans doute incapable d'une désacralisation totale de son identité. Son territoire sacré pour repère, il s'est certes mondialisé au fil des siècles, mais tout en conservant un lien rassurant avec son territoire de référence, réel ou fantasmé. Aujourd'hui, chacun veut être un citoyen du monde, tout en revendiquant un attachement local. L'expérience de la globalisation de l'économie et la déterritorialisation des cultures constituent donc un bouleversement inédit pour les hommes comme pour les religions, et un nouveau défi pour les entreprises qui ont la responsabilité d'accompagner la diversité des profils dans le monde du travail. L'émergence d'un marché global identitaire vient fragmenter les peuples en redéfinissant de nouvelles frontières culturelles au cœur même de territoires désacralisés.

¹Rousseau, Jean-Jacques, *Du Contrat social*, Livre IV, Chapitre 8, Garnier Flammarion, 1966, p. 174.

²Éliade, Mircea, *La Nostalgie des origines* (1969), Gallimard, Folio essais, 1971, p. 13.

« Je consomme, donc je crois. Je crois, donc je suis. »

Déterritorialisation des cultures et pluralisme religieux : Vers un marché global des identités ?

Nos sociétés à travers le monde traversent une crise, au sens grec antique de *krisis*, le moment critique où un choix s'impose. Nous vivons collectivement le paroxysme d'une situation dont l'issue dépend de notre capacité à prendre une décision juste. Hippocrate y voyait la situation d'un malade entre la vie et la mort, le remède lui étant administré pouvant soit le sauver soit précipiter sa fin.

Pourtant, la globalisation des religions et l'inédite déterritorialisation des cultures, vécues par beaucoup comme une agression, ne sont pas une maladie contre laquelle il faudrait lutter, mais une crise de croissance sociétale qui exige de prendre des décisions claires dans une situation confuse. Il ne s'agit donc pas d'une crise au sens de catastrophe, mais d'une accélération de symptômes qui indiquent le paroxysme d'une situation. Les principes sur lesquels s'organisent les sociétés – quelles que soient leurs particularités – semblent aujourd'hui remis en cause partout dans le monde, dans des contextes culturels, politiques et religieux différents, mais avec une intensité équivalente. Soit cette *krisis* mènera à la naissance d'un nouveau monde organisé autour d'une éthique des différences, préférant l'universalisme des droits individuels, des libertés et des responsabilités, au cloisonnement culturel ; soit la peur de l'autre, la défiance à l'égard du différent conduira à une resacralisation des territoires, au morcellement des espaces collectifs et à un retour à l'échelle archaïque des différences sociales, qui affectait à chacun sa place et son rôle dans le cosmos, évaluant les droits et les obligations des uns et des autres en fonction de leurs apparences et de leur supposée appartenance à un groupe.

Cette crise sociétale suscite un effritement des liens sociaux, une inflammation des identités, et donne l'impression d'un retour du religieux, alors qu'il s'agit d'abord de l'adaptation des systèmes de pensée religieux à la déterritorialisation de leur mythologie. Il s'agit moins d'un ré-enchantement du monde que d'un ajustement, d'une quête de visibilité culturelle au delà de son territoire de référence. Cette recomposition de son identité n'exprime pas nécessairement une forme

d'orthodoxie religieuse. 69 % des musulmans des États-Unis³ et 60 % des musulmans de France poursuivent en effet leur vie spirituelle sans fréquenter de mosquée⁴, mais par le développement d'un marché global de mode de vie et de consommation à caractère identitaire. Si 91 % de ceux qui vont à la mosquée consomment « halal » 44 % de ceux de qui se déclarent musulmans consomment aussi « halal », mais en dehors de toute pratique religieuse⁵. Ce qui indique l'aspect identitaire de ce critère de consommation, quitte à soumettre un patrimoine religieux aux risques des lois du marché.

La France vit cette *krisis* à fleur de peau en raison notamment de la singularité de son principe de laïcité, de son exigence d'égalité et de la capacité de son idéal universaliste à éclairer la réflexion au-delà d'elle-même. La dynamique des identités tend à redéfinir les territoires perdus des références culturelles, provoquant un dilemme pour les sociétés pluralistes, démocratiques et sécularisées. Comment en effet garantir à la fois l'égalité entre les identités et la liberté des individus tout en préservant l'intérêt collectif ?

Il ne s'agit pas d'un choc des civilisations

Nous ne vivons pas un choc des civilisations, mais un brouillage des frontières religieuses. Nous assistons à la fois à une reconfiguration du religieux et à l'exigence grandissante des préoccupations liées à la condition humaine. Un territoire, une divinité, un peuple : jadis, les choses semblaient simples. À chaque territoire son peuple et sa religion. La loi de la terre faisait la loi des hommes. Pour survivre à l'éloignement de leur territoire nourricier, les systèmes de pensée religieux ont vocation à séculariser leurs espaces sacrés. Le judaïsme par exemple s'est adapté à la destruction du temple de Jérusalem en 70, mettant fin aux rites de sacrifice, et à sa déterritorialisation qui a suivi. Le Talmud avait alors donné les règles du jeu : « *Dina demalkhouta dina* », « La loi du royaume est la loi ». Sans oublier la parabole de Jésus : « Rendez à César ce qui est à César et à Dieu ce qui

³Pew Research Center, Religious Beliefs and Practices « *Survey of U.S. Muslims* » 2017.

⁴El Karoui, Hakim « Un islam français est possible » Institut Montaigne, Rapport septembre 2016.

⁵IFOP, « Pratiques et jugements de la population d'origine musulmane sur les produits halal en France » 2010.

⁶Principe de la loi orale rédigée et codifiée par la *Mishna* (point de départ du Talmud) entre les années 200 et 220.

est à Dieu ! »⁷. La liberté de religion et de culte est désormais supposée s'exercer dans le cadre des lois de pays pluriculturels.

Aujourd'hui, plus de 4 000 croyances et des dizaines de milliers de divinités cohabitent sur des territoires partagés, accompagnés de leurs patrimoines culturels. Avec plus de deux milliards d'internautes actifs sur les réseaux sociaux – soit près de 28 % de la population mondiale –, des cultures des confins du monde, qui n'étaient pas destinées à se rencontrer, interagissent désormais en l'espace d'un clic. La rencontre n'est pas seulement virtuelle. Sur une année, plus de 232 millions de personnes vivent durablement sur une terre qui n'est pas celle d'origine, dont 12% sont des jeunes de 15 à 24 ans⁸. Près d'un tiers des mariages sont mixtes, c'est à dire célébrant l'union d'une personne de nationalité française et d'une personne de nationalité étrangère⁹, sans compter les Pacs et les concubinages. Un majeur sur cinq compte un parent étranger¹⁰. Les multinationales étaient 7 000 en 1980 ; trente ans plus tard, elles sont 78 400. Leurs filiales étrangères ont employé en 2014 plus de 75 millions de personnes¹¹. D'ici 2020, la mobilité internationale devrait avoir augmenté de 50 %, contre un rythme de 25 % ces dix dernières années¹². Les cultures se mondialisent en même temps que le travail.

Au commencement, il s'agit toujours de territoires

Les systèmes de pensée religieux sont historiquement attachés à un peuple et un territoire. L'attachement à la terre définissait jadis l'identité d'une personne. La question n'était pas : « Qui es-tu ? », mais : « D'où viens-tu ? ». Le citoyen d'Athènes n'était-il pas supposé être « né de la terre » et non des femmes ? Les hommes d'un même groupe seraient du même sang, reliés entre eux par une mère

⁷Évangiles selon Marc 12 :17 ; Luc 20 :25 ; Matthieu 22 : 21.

⁸Organisation Internationale du Travail (O.I.T.) Rapport du Groupe Mondial sur la migration : « *La migration et les jeunes: défis et opportunités* » 2014.

⁹INSEE, Division Enquête et Études démographiques, « Mariages célébrés en France en 2015 » N° 1638, parution 13 mars 2017. Commission des lois du Sénat, Rapport sur le Projet de loi relatif à l'immigration et à l'intégration, 31 mai 2006.

¹⁰Sondage IFOP pour *La Vie*, 2010.

¹¹Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement (Cnuced), chiffres 2010 ; Cnuced « Rapport sur l'investissement dans le monde : Réformer la gouvernance de l'investissement international » Repères et vues d'ensemble », Nations Unies, 2015.

¹²Conseil PwC, Étude « Talent mobility : 2020 and Beyond » 2013.

commune, leur pays¹³. L'identité collective est alors garantie par l'appartenance à un territoire matriciel. Le terme « juif », en hébreu *yehoudi*, issu de *Yehoudah* (Juda), ne désignait pas l'appartenance à la religion juive, mais les habitants de la Judée. Le ferment de la société, c'est alors la ressemblance, une même divinité protectrice, une langue commune, une alimentation commune et une apparence faisant office de miroir de l'âme. La différence était alors étrange, voire étrangère, supposée source de chaos. Pourtant, il ne peut y avoir d'identité sans rencontre avec autrui. « Nous n'existons jamais au singulier »¹⁴.

L'entreprise – qui est aussi un territoire – se trouve aujourd'hui l'ultime espace de rencontre d'une diversité culturelle rassemblée autour d'un projet collectif que représente le monde du travail. Émile Durkheim ne rappelait-il pas que la division du travail est créatrice de lien social, de solidarité et d'une interdépendance entre ses acteurs¹⁵ ? Il est inévitable que ce soit par le biais du marché globalisé et du développement d'un consumérisme identitaire que les héritiers de systèmes religieux tentent d'échapper à l'anomie culturelle qui les fragilise pour reprendre le contrôle de leur identité. Le buissonnement religieux qui en résulte intensifie la quête de reconnaissance des individus et une concurrence des traditions pour une plus grande visibilité. Ce bouleversement ne conduit pas à la revitalisation des messages religieux, mais à une réappropriation de leurs symboles et de leurs styles de vie, qui tient plus de l'émergence de nouveaux marchés de consommation identitaire que d'une inflation de la foi.

Notons que la conviction qu'une religion détient l'exclusivité de la « Vérité » se dissout avec la mondialisation des cultures et la prise de distance avec une terre-mère. 86 % des bouddhistes, 83% des protestants, 82 % des juifs, 79 % des catholiques, 57% des fidèles aux Églises évangéliques et 56 % des musulmans estiment que des religions différentes peuvent mener à la vie éternelle. Dans cet univers nouvellement partagé, 90 % des bouddhistes, 89 % des juifs, 77 % des catholiques et 60 % des musulmans estiment qu'il existe plus d'une façon d'interpréter et d'enseigner sa religion. À peine 6 % des fidèles croient que leur

¹³Loraux, Nicole, *Les Enfants d'Athéna*, Points Essais, 2007, chapitre II « Sur la race des femmes et quelques-unes de ses tribus », p. 75-117.

¹⁴Lévinas, Emmanuel, *Le temps et l'autre*, PUF, Quadrige, 1983, p. 21.

¹⁵Durkheim, Émile, *De la division du travail social*, (1893), PUF, Collection Quadrige, 2013, p. 157.

religion seule détient la Vérité¹⁶, alors que 80 % du monde se définit à partir d'une religion¹⁷. Impossible donc de ne pas prendre en considération l'importance identitaire que revêt le sentiment d'adhésion à un patrimoine religieux.

L'incertitude, la peur de l'oubli ravive l'attrance pour des territoires fantasmés, attise la nostalgie de langues ancestrales, revendique le renouvellement de traditions archaïques et nourrit le goût pour des particularismes alimentaires. Le retour à des traditions religieuses dont leurs parents et grands-parents se sont le plus souvent éloignés contribue parfois au délitage des liens familiaux. La pratique religieuse s'accroît ainsi aujourd'hui chez les jeunes de 18 à 24 ans¹⁸.

Cette impression de fragilité identitaire traverse la diversité des sociétés.

Aux États-Unis par exemple, alors que 73 % des citoyens américains de confession musulmane nés en dehors des États-Unis ont une opinion positive de leur place dans la société américaine, seuls 30 % de ceux nés aux États-Unis expriment le même sentiment¹⁹. Le rapport au territoire semble ici fragiliser l'identité de ceux nés aux États-Unis et renforcer celle de ceux nés hors des U.S. Selon un rapport de l'Institut Montaigne sur les 28 % de musulmans de France qui poursuivent une pratique rigoriste, et peuvent être qualifiés de « sécessionnistes » en se plaçant en marge de la société française, la majorité fait partie des cohortes les plus jeunes²⁰. Une intensification de l'identité – religieuse ou non – qui n'est pas exclusive aux jeunes musulmans, et s'observe également chez les jeunes qui se définissent comme chrétiens ou sans religion. Cette génération se voit celle de la réactualisation d'un monde « sans frontières et sans limites²¹ ». Le désir de visibilité traduit le désir de revenir à un espace primordial, de redéfinir des frontières sociales et culturelles rendues floues par la mondialisation. En revenant ainsi à

¹⁶Pew Forum Research Centre « U.S. Religious Landscape Survey » 2008.

¹⁷Pew Research Center « Religions & Public Life Project » 2015.

¹⁸Étude IFOP - La Croix « Enquête sur l'implantation et l'évolution de l'islam en France », 1989-2011.

¹⁹Pew Research Center, Religious Beliefs and Practices « *Survey of U.S. Muslims* » 2017.

²⁰El Karoui, Hakim « Un islam français est possible » Institut Montaigne, Rapport Septembre 2016.

²¹Schlegel, Jean-Louis, « Territoire des religions » In *Murs et Frontières*, Hermès 63, La Revue, CNRS Éditions, 2012, p. 35-41.

l'univers clos du jardin d'Éden, cette génération espère refonder la référence qui leur paraît manquer au territoire.

Le risque de l'endogamie

Si l'exogamie et le désir de l'Autre garantissent la transmission et l'extension du patrimoine culturel, l'endogamie actuelle – l'identification par la ressemblance et l'exclusion de la différence – exigée par nombre de modèles religieux et politiques, perçue pour certains comme un salutaire repli sur soi, n'a pour effet que d'asphyxier la communauté culturelle concernée. L'exogamie contemporaine n'est pas motivée par l'assurance d'une descendance, mais comme jadis par le tissage de liens économiques et culturels entre groupes différents les uns des autres²². La diversité des profils devient alors le ferment de la société. À l'inverse, une logique endogamique qui veut confirmer une identité individuelle par des pratiques et des comportements sécessionnistes vise à renouveler une caste sur la base d'une consommation identitaire, au risque d'obtenir le contraire de l'effet espéré, soit un appauvrissement social et culturel de la caste et une incertitude identitaire.

L'enfer, ce n'est pas les autres, mais l'absence des autres. Pour paraphraser Hannah Arendt : la perte du moi ne peut être évitée que par la présence d'autrui. Par la revendication de rites et de codes culturels toujours plus visibles, n'est-ce pas cette confirmation de son identité et de son « appartenance au monde » qui est recherchée dans le regard de l'Autre²³ ? L'émergence récente d'un marché identitaire global et concurrentiel remplace la notion de tolérance par celle de reconnaissance. Personne en effet ne veut être « toléré » alors que chacun cherche à être reconnu.

Tous déplorent la fragilité de leur identité.

La République proposée par Platon cherchait déjà à apporter une réponse à une société en crise. « Il n'est pas de plus grand mal pour l'État que ce qui le déchire, le divise et lui fait perdre son unité », affirmait le philosophe, posant l'unité comme bien suprême de la cité. Rejetant tout ce qui pourrait privilégier l'individualisme sur l'intérêt supérieur de l'État tout entier, Socrate affirmait, selon Platon, la

²²Lévi Strauss, Claude, *Les Structures élémentaires de la parenté*, 1947 ; EHESS, 2002, chapitre IV « Endogamie et exogamie ». *Anthropologie structurale*, Plon, 1958, p. 57.

²³Arendt, Hannah, *Le Système totalitaire*, III, 1951 ; Le Seuil, Points Essais, 1972, p. 226-229.

nécessité de n'accorder aucun privilège qui pourrait faire passer le bonheur particulier d'une caste avant le bonheur collectif²⁴. Comment alors préserver l'intérêt collectif tout en garantissant les particularismes individuels ? Ce dilemme prend toute sa dimension avec la globalisation des cultures. Les uns y voient l'avènement d'une civilisation mondiale, riche de sa diversité²⁵. Les autres y décèlent la désintégration de leur héritage culturel. Tous déplorent la fragilité de leur identité. Pourtant, les cultures sont toutes à la fois plurielles et irréductibles.

Nous vivons sans doute la révolution sociale et culturelle la plus importante depuis l'avènement de l'économie agricole, il y a une douzaine de milliers d'années. La sédentarisation des groupes humains avait alors conduit à la sacralisation de territoires devenus nourriciers et à l'édification d'une échelle de différenciations sociales entre les êtres humains en fonction de leurs caractéristiques. La globalisation de l'économie et le retour au nomadisme moderne désacralisent les territoires et déconstruisent la hiérarchisation archaïque des personnes. L'ailleurs, c'est désormais ici et partout. Le territoire nourricier s'étend à la terre tout entière, et une nouvelle altérité prend forme.

Aujourd'hui, s'ajuster à ce nouveau monde exige de se réinventer tout en incluant l'Autre à sa démarche. La survie d'un patrimoine culturel, de ses traditions, de ses rites et de ses mythologies dépend de cette capacité à interagir. Les cultures ont vocation à s'enrichir l'une l'autre en nourrissant perpétuellement une culture collective, et non à vivre séparées, chacune dans sa sphère, reproduisant perpétuellement les normes qui l'ont définie.

J.-P. Warnier associe la « mondialisation des cultures » à « la circulation des produits culturels à l'échelle du globe²⁶ ». Les sushis sont devenus un plat courant pour 22 % des Français²⁷, et le couscous est leur troisième plat préféré²⁸. Mac

²⁴Saïd, Suzanne « La République de Platon et la communauté des femmes », *L'Antiquité classique*, tome 55, 1986, p. 142-162.

²⁵Lévi-Strauss, Claude, *Race et Histoire* (1952), Éd. Folio, coll. Essais (1989) p. 77.

²⁶Warnier, Jean-Pierre, *La Mondialisation de la culture*, La découverte-Syros, 1999, Introduction, « Le Père Noël s'est-il globalisé ? » p. 3-4.

²⁷ Étude réalisée du 29 mars au 4 avril 2016, par TNS Sofres pour le Centre des produits de la mer de Norvège(NORGE), in « Les Français et les produits de la mer » 2016.

Donald's compte 22 milliard de clients par an à travers 118 pays²⁹. Le Père Noël, le football, le tennis ou encore l'olympisme ne résultent-ils pas aussi d'une interaction entre commerce et cultures ? Si l'Inde a absorbé avec succès les normes hollywoodiennes de l'industrie du cinéma, McDonald's y propose des menus végétariens³⁰. Ne s'agit-il pas ici de produits culturels destinés à s'adresser à des cultures différentes autour d'un processus de rencontre ? « Venez comme vous êtes ! » plaide McDonald's. Il s'agit d'une expérience de la vie quotidienne à partager et non une invitation à vivre dans un « entre nous » archaïque. La mondialisation se définit désormais en termes culturels, à la fois « par la diffusion de marchandises et par la diffusion d'idées³¹ ». Il faut reconnaître l'importance que revêt la dynamique croissante de produits identitaires destinés à faire exister un individu par sa différence avec autrui, tout en mesurant la capacité de ces produits identitaires à exprimer l'adhésion à une société pluraliste.

Alors que tout groupe humain se distingue, se différencie et se construit au contact d'autrui³², la diversité des profils devient la norme, et les différences font le ciment des sociétés. Le consumérisme identitaire d'inspiration religieuse, pluriel et global, qui résulte notamment de la déterritorialisation des cultures, a-t-il le pouvoir de fragmenter les peuples ou de déconstruire les cultures ? Cette crainte est-elle fondée ? Au contraire, il semble que ce marché concurrentiel des identités accélère la sortie du sacré. Les règles du pur et de l'impur – qui déshumanisent celui ou celle qui n'est pas de mon rite³⁴ – y sont remplacées par les règles d'un marketing global, juxtaposant les labels dans la seule préoccupation d'optimiser les ventes. Cette forme de neutralité imposée par la loi du marché tout en surfant sur la quête d'un consumérisme identitaire, impose une cohabitation des labels et des normes.

²⁸Étude TNS Sofres-magazine pour la *Vie pratique/Gourmand*, « Quels sont les plats traditionnels préférés des Français ? » Août 2015.

²⁹Conso Globe « Statistiques mondiales en temps réel » 2017.

³⁰Dieckhoff, Alain, Christophe Jaffrelot « Vers un monde postnational ? », *Critique internationale*, 2004/2, n° 23, p. 125-139.

³¹Watson, James, L., *Golden Arches East : McDonald's in East Asia*, Stanford, 1997, 2006, p. 8, p. 11.

³²Chanlat, J-F, (Dir), « L'être humain, un étranger pour autrui » In *L'Individu dans l'organisation, Les dimensions oubliées*, Ste Foy, Les Presses de l'université Laval, Paris, Eska (1990, 2005) p. 375-377.

³³Lévi-Strauss, Claude, *Race et Histoire* (1952), Éd. Folio, coll. Essais (1989) Chapitre III, p. 22.

³⁴Montaigne *Essais*, I. I, chapitre XXXI « Des Cannibales », Folio, tome 1, Gallimard, 2009, p. 305.

Je consomme donc je crois. Je crois donc je suis.

Aujourd'hui, l'identité individuelle n'est plus le résultat d'une succession de rites traditionnels de passage, ni le reflet d'une dimension culturelle intime et indissociable de son être, mais l'expression de sa différence, visible, reconnaissable et reconnue. Il s'agit dans un territoire désacralisé d'y réimplanter les références (réelles ou fantasmées) qui permettent la confirmation de son identité.

Statut des femmes et réglementations alimentaires restent les codes sociaux les plus efficaces pour inscrire un individu dans un groupe et maintenir à distance ceux qui ne partagent pas les mêmes règles. Frontière intérieure sur un territoire globalisé, un statut asymétrique des femmes et des réglementations alimentaires empêchent toute forme d'exogamie. Le respect d'obligations alimentaires, rend en effet les mariages mixtes difficiles voire impossibles. « Épouser et manger » forment un tout rappelait Claude Lévi-Strauss³⁵.

L'émergence au tournant du XX^e siècle d'un marché « *halal* » global, a pour effet de séparer tous les produits de consommation – alimentaires ou non – entre « licite » et « prohibés ». Dès lors, la société des consommateurs se trouvent *de facto* séparée en deux catégories : affiliés et non affiliés à un groupe.

Émancipée de son territoire de référence sous l'effet de la globalisation, l'identité se construit désormais par la revendication de sa différence avec autrui : une différence qui doit être actée et reconnue dans l'espace collectif pour être réelle.

« On aura donc son plateau déjeuner kascher sur la Lufthansa, son site Internet personnalisé avec polices cyrilliques et l'employeur néo-zélandais tolérera boubou ou heures de prière³⁶. » La progression d'un marché dit « *halal* » exprime, au même titre par exemple que le mouvement « *vegan* » ou le marché « bio » une forme de consommation identitaire plus qu'une orthodoxie religieuse. Le marché s'adapte à cette diversité de tendances, puis anticipe, en créant de nouveaux besoins et de nouveaux produits labellisés. À l'instar de restaurants Quick qui servent une viande certifiée « *halal* », la marque Guinness a cessé depuis 2016 d'utiliser de la colle de

³⁵Lévi-Strauss, Claude, *La Pensée sauvage*, Plon, 1962, p. 139.

³⁶Dieckhoff, Alain, Christophe Jaffrelot « Vers un monde postnational ? » In *Critique internationale*, 2004/2, n° 23, p. 125-139.

poisson dans son processus de fabrication de ses boissons afin de rendre sa bière vegan-compatible³⁷. En fait, les règles de consommation identitaire imposées aux fidèles du véganisme pourraient bien être considérées comme une religion.

La commission de révision des textes sur les Droits de l'Homme de l'État canadien d'Ontario a rendu ses conclusions dans ce sens : « Une croyance non religieuse qui influence de manière substantielle l'identité, la vision du monde et le mode de vie d'un individu peut être considéré l'égal d'une religion. » Autrement dit, en actant la porosité entre religion et consommation identitaire, la commission de l'Ontario a établi que le véganisme pourrait être assimilé au judaïsme, au catholicisme, à l'hindouisme ou à l'islam, et bénéficier des mêmes protections contre toute discrimination raciale, sexuelle ou religieuse³⁸. Le « *vegan* » est ainsi équivalent en droits au « *halal* » ou au « *casher*³⁹ ». En effet, au delà d'une doctrine religieuse, ces mouvements visent d'abord à définir un mode de vie, à « transformer les dynamiques identitaires pour les recomposer sur le mode des styles de vie⁴⁰ ».

Le standard « *halal* » qui s'inscrit dans la logique d'un marketing identitaire, désigne selon la pensée de l'islam ce qui est « licite », bon à faire ou bon à consommer. Tout ce qui ne fait pas l'objet d'une interdiction. En matière alimentaire « l'interdit », le « *haram* » ne fait pas l'objet, comme dans le judaïsme, d'une liste exhaustive de ce qui est acceptable, de ce qui est « *casher* » ou « *taref*⁴¹ ».

Si la *Shehitah* régleme nte l'abattage dans la tradition du judaïsme, le Coran ne décrit pas de façon précise le processus à suivre dans l'abattage d'un animal. La loi religieuse n'y impose aucune technique particulière⁴². Certes, la *dhabiha* fixe dans l'islam des règles d'abattage appliquées selon les traditions des régions, les

³⁷CNews, 3 novembre 2015.

³⁸Le Monde « Végan une histoire de culte » 24 février 2016.

³⁹Le Consistoire israélite de France, créé en 1808 par Napoléon 1^{er} pour administrer le culte du judaïsme, est chargé de surveiller les commerces « casher », auxquels il appose son label KBDP (Casher Beth Din de Paris). La redevance, contribution purement privée sert au financement du culte israélite. Concernant la réflexion sur le financement du culte musulman par des redevances de la certification « halal » : Rapport d'Information du Sénat sur « l'organisation, la place et le financement de l'Islam en France et de ses lieux de culte » 4 juillet 2016, N°757.

⁴⁰Gauthier, François, « De l'État-nation au marché : Les transformations du religieux à l'ère de la mondialisation » In « Religion, le retour ? Entre violence, marché et politique » *Revue du MAUSS*, N°49, éditions La Découverte, 2017, p. 70.

⁴¹Lévitique 11, 1-47.

⁴²Bergeaud-Blackler, Florence, *Le marché hallal, ou l'invention d'une tradition*, Le Seuil, 2017, p. 23 ; p.53-56.

époques et les interprétations. Dans le judaïsme, le Deutéronome (14,6) interdit de manger un membre d'un animal vivant et de consommer du sang. Cette interdiction, qui tient une place importante dans le Lévitique (17, 10-16) : « Vous ne mangerez le sang d'aucune chair » reprise dans le verset 3 de la Sourate 5 du Coran: « Voilà ce qui vous est interdit, la bête morte, le sang, la viande de porc... » peut émettre une norme d'ordre théologique. Néanmoins, dans tout abattoir – à vocation « *halal* » ou non « *halal* » – toutes les bêtes sont bien saignées, quelle que soit leur destination. La différence entre l'abattage dit « rituel » et l'abattage conventionnel réside principalement dans des méthodes inconnues des textes religieux fondateurs: l'étourdissement et l'insensibilisation de l'animal.

Le sikhisme n'échappe pas non plus à ce débat, puisque la méthode d'abattage, traditionnelle en Inde et notamment au Pendjab, la « *jhatka* » prescrit de décapiter l'animal d'un seul geste. Une obligation qui conduit une personne de confession sikhe à s'abstenir de consommer de la viande « *casher* » ou « *halal* ». Le faire pourrait être associé à une conversion. La grande majorité des sikhs, comme des hindouistes opte ainsi pour le végétarisme.

Des labels pour s'identifier ?

L'utilisation du terme « *halal* » pour désigner une conformité au credo de l'islam a aujourd'hui pour effet d'étendre la notion de licite et d'interdit à l'ensemble profane des secteurs marchands, bien au-delà de l'alimentation. Des produits qui n'ont été jusqu'à présent jamais soumis à une quelconque évaluation de pureté se trouvent concernés par une standardisation « *halal* ». L'eau minérale, le pain, le savon, les cosmétiques, les médicaments, les produits ménagers, les vêtements, mais aussi le secteur du service, « la logistique, les hôtels, le tourisme⁴³ » font désormais l'objet d'un label « *halal* ». Il n'y a pourtant aucune légitimité théologique à cette standardisation. Il semble que l'interprétation large de la loi religieuse se soit imposée à loi du marché, qui a saisi cette occasion de fidéliser une clientèle. Cette construction d'une tradition reflète une stratégie classique de marketing, sélection et labellisation des produits, et fidélisation de consommateurs

⁴³ *Ibid.*, p. 11.

authentifiés et validés comme membres reconnus de la communauté.

Jusqu'aux années 1980, la majorité des fidèles musulmans en France limitaient leur pratique alimentaire à l'interdiction de consommer du porc, et il n'était pas question d'extension du domaine « *halal* ». En 1903 déjà, le grand mufti d'Égypte Muhammad Abduh rappelait, à travers sa fatwa dite du « Transvaal », le respect du Verset 5 de la Sourate 5 du Coran : « La nourriture de ceux auxquels le Livre a été donné (Juifs et chrétiens) vous est permise » et le droit de porter des vêtements occidentaux. Cet éclaircissement des textes sacrés est une éclaircie dans les relations inter religieuses. Mais à partir des années 1930, alors qu'émergent deux courants fondamentalistes, les Frères musulmans et le wahhabisme⁴⁴, ce nuage de pluralisme culturel s'évapore.

En 1979, l'ayatollah Khomeiny donne le coup d'envoi de la globalisation d'un marché « halal » interdisant « l'importation en Iran de produits carnés en provenance de pays non musulmans⁴⁵ Cette stratégie se révélera efficace. Si, à l'occasion d'une recherche sur les modes d'appartenance à l'islam, Gilles Kepel constatait que la majorité des personnes interrogées en 1985 s'abstenaient simplement de consommer du porc ou de l'alcool, vingt-cinq ans plus tard, les répondants musulmans font du « *halal* » la condition préalable à leur alimentation⁴⁶.

Le développement de ce marché global apporte une teinte sacrée à des pans profanes de la société. La finance islamique commerciale s'étend dès les années 1970 sur des territoires non musulmans, créant une porosité entre espace sacré et espace profane. Quête d'un retour aux temps fantasmés de l'Âge d'or de l'Islam, finance et commerce « islamiques » dépassent désormais « le cercle des dévots musulmans⁴⁷ ».

Si un produit est financé par une filière non conforme aux réglementations de la finance islamique (terme qui recouvre l'ensemble des transactions et produits

⁴⁴ Haddad, Mohamed, *Le réformisme musulman, une histoire critique* (Mimesis, 2016).

⁴⁵ Washington Post, « Khomeini Power Play, Iran Meat Imports Banned », 3 mars 1979.

⁴⁶ Keppel, Gilles, *Banlieues de la République, Société, politique à Clichy-sous-Bois et Montfermeil*, Gallimard, 2011, p.435-436.

⁴⁷ Allard, Patrick, et Benchabane, Djilali . « La finance islamique²: modèle alternatif, postiche ou pastiche ? », *Revue française d'économie*, vol. volume xxv, no. 4, 2010, p. 11-38.

financiers conformes aux principes de la charia), ce produit pourrait ne pas être considéré « *halal* » et être évité par une large partie de consommateurs. Cela constituerait un risque économique conséquent pour certaines entreprises. La finance islamique connaît en effet une forte progression depuis plusieurs années, avec près de 1 800 milliards de dollars d'actifs bancaires et financiers⁴⁸. La conformité de ces produits financiers, évaluée selon des principes de la charia, fait l'objet de mécanismes de certification spécifiques⁴⁹. Ces réglementations pourraient porter atteinte à l'intégrité culturelle de la plupart des produits sur le marché. La déterritorialisation des cultures vient ainsi fragiliser certains principes de la souveraineté de l'État et sa « puissance absolue et perpétuelle⁵⁰ » comme fixés par le traité de Westphalie (1648), l'État, bien que « multiconfessionnel⁵¹ » ne reconnaissant aucune autorité au-dessus de lui.

Si la déterritorialisation des cultures rend ainsi obsolète le principe de la loi territoriale en privilégiant le principe universaliste des droits humains, quelle que soit la culture du territoire local, la question reste posée de la prévalence des traditions et du système de valeurs d'un territoire sur d'autres traditions et pratiques attachées à d'autres territoires⁵², alors que la « demande grandissante de reconnaissance légale et culturelle » conduit inévitablement à investir l'espace public⁵³.

En Inde, au nom de la protection de la vache considérée comme sacrée dans l'hindouisme, est régulièrement commise une série de lynchages d'Indiens de confession musulmane et de membres d'autres minorités accusés de consommer

⁴⁸Jégourel, Y., Maurin, M., « Économie française, pays émergents et fonds souverains : les enjeux d'une nouvelle donne financière. Le financement de l'économie française : quel rôle pour les acteurs publics ? » *La Documentation française*, n°5404, 2015, p.141.

⁴⁹*Ibid.*

⁵⁰Baudin, Jean, *La Paix de Westphalie ou la naissance de l'Europe politique moderne*, Éditions complexe, 2006, p. 51.

⁵¹Gantet Claire, « Le “tournant westphalien”, anatomie d'une construction historiographique », *Critique internationale*, Vol. 9. 2000, p. 52-58.

⁵²Banon, Patrick et Chanlat, Jean-François, « Le principe français de laïcité et le pluralisme religieux en milieu de travail : une réflexion comparée à partir des principaux constats contemporains » *Cahiers de Recherche de la Chaire Management, Diversités et Cohésion sociale* Université Paris-Dauphine, 2017.

⁵³Gonzalez, Philippe « Montrer les minarets pour imposer une Suisse “chrétienne”. Les sources évangéliques d'une initiative populaire », in Stavo-Debaugé, J, Gonzalez, P, Frega, R, (2015), *Quel âge post-séculier ? Religions, démocraties, sciences*, Paris, Éditions EHESS, p. 249-284.

du bœuf⁵⁴. Depuis une dizaine d'années, dans les régions de l'Inde, des boucheries appartenant à des musulmans sont saccagées, des Indiens accusés de consommer de la viande de bœuf lapidés, et certains tués. En France, les débats ont été passionnés autour de la transformation de restaurants de la chaîne Quick en restaurants « *halal* ». Aujourd'hui, une cinquantaine de restaurants sur les quatre cents rachetés en 2015 par Burger King continuent de proposer une viande « *halal* » et de bannir le bacon de leurs cuisines⁵⁵. KFC (Kentucky Fried Chicken) propose une offre « universelle » précisant sur le site de KFC France que, si « le poulet servi n'est pas certifié *halal* », KFC a développé « une gamme de produits à base de poisson, afin de pouvoir satisfaire tous les goûts. ». Un burger sans viande, « Le Grand Veggie », est commercialisé depuis octobre 2017 dans les 1 419 restaurants McDonald's en France. Il s'agit d'un nouveau produit, végétarien compatible, destiné à « répondre à la demande de variété des clients McDonald's » explique Xavier Royaux, directeur marketing de la chaîne en France⁵⁶.

Néanmoins, le seul prisme du marketing peut porter atteinte à l'intégrité culturelle d'un produit, en effaçant ses caractéristiques identitaires pour – par exemple – accéder plus efficacement à un nouveau marché. En 2017, les magasins Lidl et Carrefour ont effacé des emballages de la marque de produits grecs « Eridanous » les croix de l'église orthodoxe de l'île Santorin, à l'instar des « yaourts à la grecque » de Nestlé, de Lynos et de Walmart et des « Oikos » de Danone pour – selon le porte-parole de Lidl – « éviter d'utiliser des symboles religieux afin de n'exclure aucune croyance⁵⁷ ». À ce jour, seule la chaîne de distribution allemande a annoncé la « révision du design de l'emballage dès que possible⁵⁸ ».

Par la voie du marché, les normes religieuses peuvent désormais s'imposer partout et sur tous les produits, bien au delà de leur espace religieux. Mais, à l'inverse, les

⁵⁴Le Parisien, « Le Premier ministre, Modi condamne les lynchages liés à la vache sacrée » 29 juin, 2017 ; La Croix, « L'Inde n'est pas faite que d'Hindous » 22 juin 2017.

⁵⁵BFM TV, « Les Quick *halal* ne deviendront pas des Burger King *halal* » 2 novembre 2016.

⁵⁶Le Figaro « McDonald's lance son premier burger végétarien en France » 7 octobre 2017.

⁵⁷La Croix, « Églises sans croix sur les produits "à la grecque" : Lidl n'est pas seul en cause » 11 septembre 2017 ; Le Figaro « Lidl efface les croix des églises grecques sur ses emballages, les internautes réagissent » ; RTL Be « Retrait des croix du paysage grec sur ses emballages : Lidl présente ses excuses aux personnes qui ont pu être choquées » 31 août 2017.

⁵⁸Le Soir Be « Lidl va modifier ses emballages sans croix après dévives critiques sur les réseaux sociaux » 10 septembre 2017 ; Les Échos « Lidl va remettre les croix sur les églises de ses emballages » 10 septembre 2017.

normes du marché peuvent désormais s'imposer aussi aux normes religieuses. Voilà des patrimoines millénaires soumis à la concurrence des rayonnages dans les supermarchés. Un universalisme inattendu fait irruption dans un marché global concurrentiel des identités. Certes, la consommation identitaire permet de rassurer les individus fragilisés par la globalisation des cultures, en imposant des traditions au-delà de leurs sphères d'origine. Mais, aujourd'hui, ce marché global identitaire, d'inspiration religieuse ou de conviction de style de vie, peut faire office d'instance de régulation sociale et concurrencer à la fois l'État et les religions⁵⁹. Au delà du simple marketing identitaire, il s'agit d'un processus valorisant l'ajustement d'un patrimoine religieux à la déterritorialisation des cultures. Ce nouveau marché est porteur de réinterprétations des traditions religieuses et peut créer les conditions de leur adaptation aux réalités d'une société pluraliste et à ses exigences contemporaines de liberté individuelle et d'égalité réelle entre femmes et hommes⁶⁰.

Dans un esprit purement commercial, l'Afnor, organisme associatif rattaché au ministère de l'Industrie, a rendu publique le 15 septembre 2017 une norme française « dite volontaire » sur le marché halal. « Les industriels de l'agro-alimentaire français peuvent désormais s'appuyer sur un socle commun pour apporter des garanties de maîtrise de leur production d'aliments transformés halal. » explique Solutions Afnor Groupe⁶¹. Cette initiative qui établit un standard pour les aliments ritualisés n'avait été prise par aucun État européen jusque là, exceptée l'Espagne qui a développé un partenariat dans ce sens avec *l'Instituto Halal*, reconnu notamment par les Émirats Arabes Unis, le Conseil Indonésien des Ulémas Majlish, Halal India ou encore le Centre de Recherche Halal de la République islamique d'Iran.

Cette norme Afnor fixe un « guide de bonnes pratiques de fabrication de denrées alimentaires transformées », mais ne définit pas pour autant les pratiques d'abattage et ne livre pas d'interprétations nouvelles d'ordre religieux. Néanmoins, il s'agit bien d'un dispositif d'inspiration religieuse étendu à la sphère publique par une

⁵⁹Rosanvallon, Pierre, *Le Libéralisme économique. Histoire de l'idée de marché*, Le Seuil, 1989.

⁶⁰Haddad, Mohamed, « Pourquoi réformer l'islam est faisable » *Le Monde des Religions*, Propos recueillis par Alice Papin, 22 février 2017.

⁶¹Solutions Afnor Groupe « Production halal : Un socle commun pour maîtriser la transformation des produits alimentaires » http://www.afnor.org/presse_septembre2017/production-halal-socle-commun-maitriser-transformation-produits-alimentaires/

instance laïque. Cette initiative profane ne convient ni aux attentes de la Loi de 1905 de séparation des Églises et de l'État, ni aux autorités religieuses, mais répond aux exigences irrésistibles d'un marché identitaire global grandissant. Le CFCM (Conseil Français du Culte Musulman) dénonce une « manœuvre d'ingérence par l'Afnor dans la définition du halal, qui est – selon le CFCM – du ressort exclusif des instances religieuses musulmanes ». Le recteur de la Grande mosquée de Paris critique l'Afnor, « organisme laïc et civil » de « se parer des attributs de délivrance de licéité cultuelle⁶² ». Pourtant, dans ce contexte globalisé, il paraît irrationnel d'entrer dans le débat millénaire de la pertinence d'un rite ou d'un autre. Il ne peut s'agir de favoriser le monopole d'une norme religieuse sur une autre, ni de créer les conditions d'une concurrence d'orthodoxie religieuse, la plus stricte devenant synonyme de plus vraie. Il s'agit de labelliser un processus de fabrication d'un produit⁶³, ainsi que l'indique aux États-Unis la *Food and Drug Administration* (FDA) concernant le « *cashier* » dont le terme « ne devrait être utilisé que pour les produits alimentaires conformes à certaines prescriptions religieuses ». De nombreuses multinationales et fabricants nationaux aux États-Unis qui ont reçu la certification « *cashier* » proposent des produits sous leurs marques phares, dont Nestlé, Coca-Cola, Lipton, Heinz⁶⁴. En fait, il faut bien faire la distinction entre la normalisation d'une pratique religieuse et la normalisation d'un processus de fabrication et de commercialisation.

Avec un marché global du « halal » estimé à environ 600 milliards de dollars, et 5,5 milliard pour le territoire français⁶⁵, serait-ce donc sur le terrain du marché et de l'économie, et non de la théologie ou de la laïcité que se jouera la question du pluralisme religieux sur un territoire partagé, de l'égalité individuelle et de la préservation de l'intérêt collectif ? Nous trouvons-nous devant une occasion inédite d'harmoniser les particularismes culturels en privilégiant l'émergence d'un marché global de produits pluri-compatibles, les exigences culturelles étant utilisées comme vecteurs de rencontre et non plus de séparation ? Le marché du

⁶²Le Figaro, « Les autorités musulmanes vent debout contre une norme halal inédite » 19 septembre 2017 ; Le Monde « Création de la première norme française pour les aliments halal » 15 septembre 2017.

⁶³Banon, Patrick, *Marianne en péril : Religions et laïcité*, Presses de la Renaissance, 2016, p. 173.

⁶⁴Agriculture and agri-Food Canada - Rapport « Le marché des aliments *cashier* aux États-Unis » 2010, p. 3.

⁶⁵Solis-Agence de communication ethnique et Marketing Identitaire, 2010.

« *cashier* » (13 milliard de dollars aux États-Unis) est en effet diversifié et ne concerne pas exclusivement les consommateurs de confession juive. Le rapport de *Agriculture and agri-Food Canada* classe la majorité des consommateurs de produits certifiés « *cashier* » aux États-Unis en trois catégories :

1) Les personnes pratiquant une religion autre que le judaïsme, tels les membres de l'Église adventiste du septième jour ou les musulmans – 16 % des consommateurs américains d'aliments « *halal* » qui achètent des aliments « *cashier* ».

2) Les personnes qui suivent un régime alimentaire strict pour raisons préférences personnelles ou de santé ; 38 % des consommateurs qui achètent des aliments « *cashier* » parce qu'ils recherchent des produits végétariens, et 24 % parce qu'ils veulent des produits sans lactose.

3) Les personnes préoccupées par leur bien-être et la salubrité des aliments : 55 % des consommateurs achètent des aliments « *cashier* » parce qu'ils estiment que ces aliments sont plus surveillés et sains que les autres⁶⁶.

Nous n'assistons pas à travers ce marché global des identités à une dynamique religieuse, mais au contraire à un processus de construction identitaire dont le religieux serait le référent. L'entrée dans la loi du marché d'aspects consuméristes de la loi religieuse est une forme de sécularisation. Protégeant les individus d'une surenchère religieuse, la loi du marché prévient de l'émergence d'une institution religieuse qui aurait le monopole de la labellisation rituelle. Ce monopole est rendu impossible par la diversité des normes religieuses, géographiques et culturelles. Chacun est libre de confirmer son identité individuelle, de perpétuer un patrimoine culturel, tout en désacralisant la concurrence des interprétations religieuses.

L'inclusion qui ne peut se construire que sur une reconnaissance mutuelle doit être créatrice de vivre ensemble et non de vivre côte à côte. La mise en place par exemple d'un label « *halal* » garanti par une institution laïque, donc neutre, permet aux pratiquants de ne pas se soumettre à la réglementation la plus exigeante de mouvements fondamentalistes, mais de pouvoir exprimer leur conviction sans pour autant faire sécession avec la nation dont ils font pleinement partie. Dans une société pluraliste, l'individu peut faire son marché religieux selon ses propres

⁶⁶Agriculture and agri-Food Canada - Rapport-« Le marché des aliments *cashier* aux États-Unis » 2010, p. 4-6.

exigences personnelles. Il s'agit d'accepter l'idée de se définir et d'agir dans des contextes sociaux, culturels et religieux différents du sien.

La question reste donc ouverte de la pertinence de la dérogation accordée sur la Directive de l'Union Européenne de 1993⁶⁷ à l'abattage rituel, qui dispense de l'obligation d'étourdir les animaux pour les insensibiliser avant leur mise à mort⁶⁸. Cette dérogation est en passe de devenir la norme⁶⁹ ; 128 abattoirs et 68 abattoirs de volailles en France ont obtenu par arrêté préfectoral la dérogation permettant de ne pas étourdir et insensibiliser les animaux avant leur abattage⁷⁰. Selon la liste établie en 2016 par l'OABA (Œuvre d'Assistance aux Bêtes d'Abattoirs)⁷¹, seuls 132 abattoirs n'ont pas sollicité ou obtenu cet agrément. L'Article 515-14 créé par Loi du 16 février 2015⁷² reconnaît que « les animaux sont des êtres vivants doués de sensibilité ». Il est possible de penser que l'animal sera bientôt doté d'un véritable régime juridique protecteur⁷³. La Déclaration Universelle des Droits de l'Animal dispose que la mise à mort d'un animal doit « être instantanée, indolore et non génératrice d'angoisse »⁷⁴. Au Royaume Unis, La *Farm Animal Welfare Council* a recommandé l'interdiction de la *Shehitah* et de la *dhabihah*⁷⁵. Protéger l'animal devient alors un fait culturel, une responsabilité humaine, une nouvelle expression d'un universalisme qui rime avec diversités. Dans ce nouveau marché global des identités, où l'alimentation tient une place centrale, est-il encore possible d'accepter que des morales différentes évoluent dans le même temps et le même espace⁷⁶ ?

⁶⁷Directive 93/119/CE du Conseil, du 22 décembre 1993.

⁶⁸Convention européenne sur la protection des animaux d'abattage, 10 mai 1979, Conseil de l'Europe.

⁶⁹Article R.214-70-1 du Code rural.

⁷⁰« Rapport d'enquête sur les conditions d'abattage des animaux de boucherie »

Commission parlementaire d'enquête, Président, Oliver Falorni, Rapporteur Jean-Yves Caultet, Assemblée Nationale 20 septembre 2016.

⁷¹OABA est une association reconnue d'utilité publique depuis 1965.

⁷²Loi n°2015-177.

⁷³Reboul-Maupin, N., « Nos amis les animaux sont désormais doués de sensibilité : un tournant et des tourments ! » Recueil Dalloz, 2015, p. 573.

⁷⁴La Déclaration Universelle des Droits de l'Animal a été proclamée solennellement le 15 octobre 1978 à la Maison de l'UNESCO à Paris.

⁷⁵Hickman, Martin, « End cruel religious slaughter, say scientists » *Independent*, UK, 21 June 2009.

⁷⁶France, Anatole, *Le Mannequin d'osier- Histoire contemporaine, II*, Calmann-Lévy, 1925, chapitre XVII, p. 314-327.

Sources et Bibliographie

Agriculture and agri-Food Canada - Rapport « Le marché des aliments *cashier* aux États-Unis » 2010.

Allard, Patrick, et Djilali Benchabane. « La finance islamique : modèle alternatif, postiche ou pastiche ? », *Revue française d'économie*, vol. volume xxv, no. 4, 2010, p. 11-38.

Arendt, Hannah, *Le Système totalitaire*, III, 1951 ; Le Seuil, Points Essais, 1972, p. 226-229.

Banon, Patrick, *Marianne en péril : Religions et laïcité*, Paris, Presses de la Renaissance, 2016.

Banon, Patrick, « Alimentation sacrée et restauration collective : Pour mieux comprendre les particularismes alimentaires d'inspiration religieuse et leur gestion dans l'entreprise » Cahier de Recherche, Chaire Management, Diversités et Cohésion sociale, Université Paris-Dauphine.

Banon, Patrick et Chanlat, Jean-François, « Le principe français de laïcité et le pluralisme religieux en milieu de travail : une réflexion comparée à partir des principaux constats contemporains » Cahier de Recherche, Chaire Management, Diversités et Cohésion sociale », Université Paris-Dauphine, 2017.

Banon, Patrick et Chanlat Jean-François, « Le principe de laïcité et l'entreprise à l'épreuve de la globalisation des religions: Entre liberté de conscience, ruptures sociétales et fonctionnement optimum des services, quel espace pour les particularismes culturels dans l'espace collectif de l'entreprise ? », Cahier de Recherche, Chaire Management, Diversités et Cohésion sociale, Université Paris-Dauphine, 2016.

Banon et Chanlat (2015), «La diversité religieuse et culturelle dans les organisations contemporaines : constats et proposition d'un modèle d'analyse et d'action pour le contexte français », in Guenette, AM, Mutabazi, E, von Overbeck Ottino, S et Pierre, P, *Management interculturel, altérité et identités*, Paris, L'Harmattan, 2015, p. 119-150.

Baudin, Jean, *La Paix de Westphalie ou la naissance de l'Europe politique moderne*, Éditions complexe, 2006, p.51.

Bergeaud-Blackler, Florence, *Le Marché halal, ou l'invention d'une tradition*, Le Seuil, 2017,

Chanlat, J-F, (Dir), *L'Individu dans l'organisation, Les dimensions oubliées*, Ste Foy, Les Presses de l'université Laval, Paris, Eska (1990,2005).

Candau, Joël, *Anthropologie de la mémoire*, Armand Colin, 2005.

Cnuced « Rapport sur l'investissement dans le monde : Réformer la gouvernance de l'investissement international : Repères et vues d'ensemble », Nations Unies, 2015.

Cnuced, Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement « Chiffres 2010 ».

Commission des lois du Sénat, Rapport sur le Projet de loi relatif à l'immigration et à l'intégration, 31 mai 2006.

Conseil PwC, Étude « *Talent Mobility : 2020 and Beyond* », 2013.

Deleuze, Gilles, Guattari, Félix, *L'anti-Œdipe : Capitalisme et schizophrénie*, Vol.1, Les Éditions de minuit, 1972.

Dieckhoff, Alain, Christophe Jaffrelot, « Vers un monde post national ? », *Critique internationale*, 2004/2, n° 23, p. 125-139.

Durkheim, Émile, *De la division du travail social*, (1893), PUF, Collection Quadrige, 2013.

Ditchev, Ivaylo, « De l'appartenance vers l'identité. La culturalisation de soi », *Lignes*, 2001/3, n°6, Éditions Léo Scheer, p. 113-125.

Eliade, Mircea, *Le Sacré et le Profane*, (1957), Folio Essais, Gallimard, 1987.

Eliade, Mircea, *La Nostalgie des origines*, (1971), Folio Essais, Gallimard, 1991.

El Karoui, Hakim « Un islam français est possible » Institut Montaigne, Rapport septembre 2016.

Gantet Claire, « Le "tournant westphalien", anatomie d'une construction historiographique », *Critique internationale*, Vol. 9. 2000. p. 52-58.

Gauthier, François, « De l'État-nation au marché : Les transformations du religieux à l'ère de la mondialisation » In « Religion, le retour ? Entre violence, marché et politique » *Revue du MAUSS*, n°49, éditions La Découverte, 2017, p.61-84.

Gonzalez, Philippe « Montrer les minarets pour imposer une Suisse "chrétienne". Les sources

évangéliques d'une initiative populaire », in Stavo-Debaugé, J, Gonzalez, P, Frega, R, (2015) ; Quel âge post-séculier ? Religions, démocraties, sciences, Paris, Éditions EHESS, p. 249-284.

Haddad, Mohamed, *Le Réformisme musulman, une histoire critique*, Mimesis, 2013.

INSEE, Division Enquête et Études démographiques, « Mariages célébrés en France en 2015 » N° 1638, parution 13 mars 2017.

IFOP-La Croix, « Enquête sur l'implantation et l'évolution de l'islam en France », 1989-2011.

IFOP, « Pratiques et jugements de la population d'origine musulmane sur les produits halal en France », 2010.

Jégourel, Y., Maurin, M., « Économie française, pays émergents et fonds souverains : les enjeux d'une nouvelle donne financière. Le financement de l'économie française : quel rôle pour les acteurs publics ? » *Études de la Documentation française*, n°5404, 2015, .141.

Kuran, Timur, *Islam and Mammon : The Economic Predicaments of Islamism*, Princeton, NJ : Princeton University Press, 2004.

Kepel, Gilles, *Banlieues de la République, Société, politique à Clichy-sous-Bois et Montfermeil*, Gallimard, 2011, p. 435-436.

Le Coran, Sourate 5 : La Table servie » Vol.1, Folio Classique, Gallimard, 1967, p.124-149.

Lévinas, Emmanuel, *Éthique et Infini*, Fayard, 1982.

Lévi-Strauss, Claude, « Problèmes de société : excision et procréation assistée », *La Repubblica*, 14 novembre 1989; 2013.

Lévi-Strauss, Claude, *Race et Histoire* (1952), Éd. Folio, coll. Essais (1989).

Lévi-Strauss, Claude, *La Pensée sauvage*, Plon, 1962.

Lévi-Strauss, Claude, *Anthropologie structurale*, Plon, 1958.

Lévi-Strauss, Claude, *Les Structures élémentaires de la parenté*, 1947 ; EHESS, 2002.

Loroux, Nicole, *Les Enfants d'Athéna*, Points Essais, 2007.

Montaigne, *Essais*, I. I, Gallimard, 2009.

Organisation Internationale du Travail (O.I.T.) Rapport du Groupe Mondial sur la Migration : « *La migration et les jeunes : défis et opportunités* » 2014.

Pew Forum on Religion and Public Life, « *US Religious Landscape Survey* » 2008.

Pew Research Center, « Religion & Public Life Project », 2015.

Pew Research Center, Religious Beliefs and Practices « *Survey of U.S. Muslims* » 2017.

Pew Research Center, étude menée du 23 janvier au 2 mai 2017 « U.S Muslims Concerned About their Place in Society, but Continue to Believe in the American Dream »

Rapport d'enquête sur les conditions d'abattage des animaux de boucherie, Commission parlementaire d'enquête, Président, Oliver Falorni, Rapporteur Jean-Yves Caullet, Assemblée Nationale 20 septembre 2016.

Römer, Thomas, « Résumer l'histoire en l'inventant. Formes et fonctions des “sommaires historiques” de l'Ancien Testament », *RThPh* 125, 1993.

Rousseau, Jean-Jacques, *Du contrat social*, livre IV, chapitre 8, « De la religion civile », 1762.

Rosanvallon, Pierre, *Le Libéralisme économique. Histoire de l'idée de marché*, Le Seuil, 1989.

Saïd, Suzanne « La République de Platon et la communauté des femmes », *L'Antiquité classique*, tome 55, 1986, p. 142-162.

Schlegel, Jean-Louis, « Territoire des religions », In *Murs et Frontières*, Hermès 63, La Revue, CNRS Éditions, 2012, p. 35-41.

Solutions Afnor Groupe « Production halal : Un socle commun pour maîtriser la transformation des produits alimentaires » http://www.afnor.org/presse_septembre2017/production-halal-socle-commun-maitriser-transformation-produits-alimentaires/

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2009). *Trends in International Migrant Stock: The 2008 Revision* (United Nations database, POP/DB/MIG/Stock/ Rev.2008).

Warnier, Jean-Pierre, *La Mondialisation de la culture*, La découverte-Syros, 1999.

Washington Post, « Khomeini Power Play, Iran Meat imports Banned », 3 mars 1979.

Watson, James, *Golden Arches East : McDonald's in East Asia*, Stanford, 1997, 2006.

