

A quand la France halal ?

L'affaire du Quick halal de Roubaix est d'autant plus sérieuse qu'elle montre non seulement ce qu'il advient du vivre-ensemble lorsque l'on s'éloigne des règles laïques de vie sociale, mais encore lorsque l'on prêche la diversité à tout crin.

Depuis quand, en effet, le religieux aurait-il à faire son entrée dans la grande consommation, qu'elle soit alimentaire, vestimentaire ou autre ? Le religieux a ses entrées : ce sont les édifices construits à cet effet. Les Quick, que je sache, ne sont pas des mosquées !

Tout aussi grave est l'engouement pour la diversité – qui conduit, en l'occurrence, à son contraire, car dans le Quick dont nous parlons, ce sont les non-musulmans qui perdent la leur ! Or, cela semble ne choquer nullement la communauté musulmane, pourtant si prompte à exiger la réciprocité à son endroit !

Cette contradiction est, cependant, facile à expliquer : ce que veulent les musulmans, c'est leur culture, et rien d'autre. Traduisez : leur appel au pluriculturel français est le cheval de Troie du monoculturel islamique !

Et dire que d'aucuns n'ont toujours pas compris cela ! Pour Un tel, le reproche fait à Quick d'avoir exclu les produits non halal de sa carte n'est «qu'un coup de pub» en faveur de la marque (tiens donc !). Pour tel autre, «il y a des choses plus importantes» (ben voyons !). Pour un troisième, il n'y a là aucune discrimination (ah bon ?).

Par contre, pour les musulmans roubaisiens interrogés, le vendredi 19 février 2010, à l'entrée du Quick, la satisfaction est complète, chacun éprouvant «un sentiment de confort face à la reconnaissance de son identité culturelle et religieuse».

Quant à Jean Eichenlaub, président du fonds Qualium (actionnaire à 94 % de Quick et filiale de la Caisse des dépôts), il n'hésite pas à affirmer que la restauration

exclusivement halal du centre commercial de Roubaix est «facteur d'intégration sociale» (sic) : «Avant – précise-t-il – les filles ne venaient pas dans ce restaurant fréquenté surtout par des jeunes hommes. Maintenant la clientèle musulmane sort en famille : les parents, les enfants, les grands-parents... ».

Les bras m'en tombent... mais pas l'esprit critique ! Car ce qui échappe visiblement à ce monsieur, c'est qu'à céder à des exigences confessionnelles n'admettant aucune concession, on peut s'enrichir, certes (la consommation halal devant générer en 2010 un chiffre d'affaire de 5,5 milliards d'euros)... jusqu'au jour où la France entière sera halal.

Alors ?

Alors, comme le mot «halal» signifie «permis», par opposition à «haram» qui signifie «interdit», il sera interdit à ce monsieur de ne pas se conformer aux préceptes islamiques – donc de ne pas être musulman (!) –, sauf s'il paie l'impôt que tous les mécréants devront aux croyants ! On appelle cela la dhimmitude !

Maurice Vidal