

# Marks & Spencer, Lidl, Carrefour : la soumission à l'islam

En décembre dernier, un client anglais a porté à la connaissance du Sunday Telegraph qu'une caissière voilée, dans un magasin Marks & Spencer de Londres, a refusé de prendre un client qui avait à la main une bouteille de champagne. Elle lui a dit d'attendre « qu'un autre employé soit disponible ».

Apparemment, ce n'était pas la première fois qu'un cas similaire se produisait.

D'après BFMTV, une porte-parole a expliqué que la politique de la chaîne « depuis des années » était d'essayer d'offrir une « fonction appropriée » aux employés dont la religion interdit de toucher à certaines boissons et aliments comme du porc. Par exemple en les affectant « au rayon vêtements » ou à la « boulangerie ».

Elle a ajouté que la politique s'appliquait à l'ensemble de ses 700 magasins au Royaume-Uni... Marks & Spencer a dit regretter que l'employée en question se soit retrouvée à la caisse et « que le règlement n'ait pas été appliqué ».

Aussitôt l'incident révélé, le 23 décembre, un appel au boycott de ce magasin trop respectueux des croyances de ses employés a été lancé sur Internet et a connu un certain succès. Cette saine réaction se devrait d'être suivie. Si les enseignes commerciales se soumettent à la loi de l'islam, aux clients de réagir.

En France, de plus en plus de magasins par crainte d'un boycott des consommateurs musulmans s'y soumettent et même anticipent comme c'est le cas pour Lidl.

Il faut dire que Lidl a plusieurs fois été la cible « d'attaques » de la part des musulmans, le tout orchestré à partir du site Al-Kranz:

– RAMADAN: LE MAUVAIS TOUR DE LIDL 24/8/11 Des produits non halal avaient été proposés dans le rayon ramadan: Renseignement pris auprès d'un fournisseur de Lidl, il est apparu que les tajines n'étaient pas halal!

Alors bien sûr « honte à Lidl ». Des conseils ont alors été prodigués pour manifester sa désapprobation contre l'enseigne : écrire dans les forums, sur Facebook..., appeler Lidl (numéro d'appel indiqué), se rendre dans les magasins pour parler au responsable.

On trouve en plus un argument qui se voudrait imparable mais qui est surtout exagéré: « en cette période, la consommation des ménages musulmans soutient l'économie française et renfloue les caisses de très nombreuses entreprises. »

Si ramadan rime bien avec plus de consommation alimentaire du côté musulman, il ne faut quand même pas oublier que les musulmans ne représentent qu'une minorité chez nous. De par ce constat, ils ne sauraient être une manne vraiment providentielle pour notre économie d'autant plus qu'ils se plaignent souvent de n'occuper que des postes secondaires mal rémunérés et même de ne pas en occuper du tout (le chômage, ce n'est pas un mystère, touche plus les populations issues de l'immigration) .

Il faut croire que la mobilisation n'a pas été suivie d'effet puisqu'un nouvel article paraissait sur Al-Kranz :

-NON HALAL LIDL REJOUE SON MAUVAIS TOUR 9/5/12 Les plaintes portent cette fois sur la présence de bouteilles d'alcool dans le rayon ramadan et également de produits non halal. Et les pleureurs d'avancer les mêmes propos fallacieux concernant l'importance de leur consommation: « Le marché des consommateurs musulmans, véritable aubaine en cette période de

crise, constitue un filon que toutes (les enseignes commerciales) ont décidé d'exploiter...Ces derniers (les consommateurs musulmans) doivent prendre conscience qu'ils sont en situation de force. »

Amis musulmans, vous n'êtes guère plus de 7% de la population, vous ne sauriez donc en aucune façon, légitimement vous targuer d'être en position de force!

Comme dans l'article précédent, on incite à lever les boucliers en faisant connaître à Lidl son indignation de la même façon qu'indiquée déjà et surtout d'insister sur le fait que ce n'est pas la 1ère fois que Lidl agit de la sorte.

Malgré ce nouvel appel, il semblerait que Lidl n'ait pas encore entendu. Alors, nouvel article sur Al-Kranz :

-RAMADAN 2013 CATALOGUE RAMADAN DE LIDL 29/6/13 On se plaint tout de suite que « Lidl vient de publier son catalogue ramadan sans évidemment évoquer ramadan ». Le catalogue parlait de « Délices de Méditerranée ». Pourtant, selon les mécontents, c'est bien parce que c'est ramadan que l'on espère en quelque sorte faire marcher le commerce. Puis toujours le même grief récurrent:des produits halal et pas halal dans le même rayon. Et le comble « une mousse de volaille sans porc et contenant de l'alcool »!

En ce tout début de l'année, Lidl a-t-il voulu ENFIN faire plaisir à ces consommateurs se plaignant de n'intéresser l'enseigne qu'en période de ramadan, car le 1er catalogue du 2 janvier 2014 leur est en priorité consacré : 5 pages sur les « Saveurs d'Orient ». Entre Noël 25 décembre et l'Epiphanie 5 janvier, dates à connotation chrétienne, le geste sera-t-il ENFIN apprécié ?

Il est regrettable que petit à petit, les enseignes cèdent et même anticipent sous la pression du communautarisme musulman, comme en témoigne un autre exemple, cette fois-ci concernant Carrefour:

Une lectrice d'Al-Kranz, photo à l'appui, s'était plainte le 23/9/12 que le halal dans le magasin Carrefour Market était placé entre viande pour animaux et bouteilles d'alcool. Elle avançait même que c'était sûrement exprès : »On remarque qu'il ne s'agit pas d'un agencement à la va-vite. La signalétique a été étudiée et placée à bon escient. »

Là encore, il est demandé aux lecteurs du site de contacter le service consommateurs de Carrefour et le Carrefour Market de Châteauroux (numéros de téléphone et de mail indiqués) pour que les consommateurs musulmans se manifestent.

Aussitôt dit, aussitôt fait, et réponse rapide de Carrefour le 29/9/12 avec « remerciements de nous avoir contactés » (!!!) et assurance d'une meilleure réimplantation des produits halal dans le magasin.

Pour le ramadan en juillet 2013, il n'y aura pas de réclamations, les produits pour musulmans se trouvaient à la meilleure place, c'est-à-dire dès l'entrée principale de Carrefour et de Carrefour Market de Châteauroux.

Comme quoi l'obstination paie. Les grandes enseignes qui se vendraient pour faire des bénéfices se soumettent avec une docilité affligeante à l'islam.

A quand l'interdiction de vendre de l'alcool, du porc? Dans pas longtemps sans doute, car telles de petites araignées certains se mobilisent pour tisser et étendre leur toile sur l'ensemble de la sphère commerciale sans rencontrer aucune résistance.

Dans un écrit qui date de 2005, on parlait en évoquant l'islam de « colonisation rampante » apparaissant dans les manœuvres pour imposer des usages.

En 2014, la colonisation semble bien en marche pour détruire nos usages.

**Françoise Lerat**