Chasse aux produits non halal

21/08/2009 à 11h01

De plus en plus de marques sont soumises à la pression d'organisations musulmanes afin qu'elles prouvent que leurs produits alimentaires sont conformes aux normes alimentaires de l'Islam. A ces préoccupations d'ordre religieux se mêlent également des motifs d'ordre politique liés au conflit israélo-palestinien. Pour les sociétés mises en cause, l'enjeu commercial est énorme.



Il y a deux ans, une rumeur insistante se répand : le Coca-Cola contiendrait de l'alcool. Accusation farfelue mais immédiatement reprise par les sites musulmans, de forums en articles plus ou moins étayés. Associations et médias communautaires, dont le blog Al-Kanz, très en vogue, assaillent Coca-Cola France de questions. Et reçoivent une réponse standard : «Nos boissons sont reconnues comme non alcoolisées par les autorités gouvernementales de chaque pays.» Une missive qui laisse insatisfaits les plus intransigeants. La législation française considère en effet qu'une boisson est «sans alcool» lorsqu'elle en contient moins de 1,2 %.

Après quelques hésitations, la direction de Coca-Cola France décide de faire appel à «l'organisme de certification de la mosquée de Paris», explique Philippe Marty le porte-parole de la firme. Celle-ci commande une analyse du Coca par un laboratoire indépendant. «Ensuite, nous avons garanti que Coca Cola était parfaitement sans alcool et donc halal», détaille le chef de la certification à la mosquée, Al Sid

Cheikh, qui regrette de voir fleurir «beaucoup d'accusations sans aucun fondement religieux. ***C'est plutôt politique. Mais les sociétés s'inquiètent pour leur notoriété****».*
D'autres marques sont suspectées de financer l'État d'Israël, dont Coca-Cola qui serait «haram» ("interdit")». ***Le PDG de Coca France, Christian Polge, s'est donc présenté à Drancy, espérant clore l'incident avec son certificat Halal.*** *Mais il a dû justifier «la position de Coca-Cola dans le conflit au Moyen-Orient». Il a rappelé que Coca œuvre à Ramallah, «où nous sommes l'un des plus gros employeurs».*
Masterfood, le fabriquant des barres chocolatées Snickers et Bounty, a dû précipitamment démentir l'usage de graisse animale dans ses produits pour éviter la mise au ban. Tandis que médicaments, yaourts et cosmétiques précisent maintenant qu'ils ne contiennent ni alcool ni gélatine animale pour éviter la désaffection d'un public chaque jour plus soucieux de la norme religieuse.
(Le Figaro)