Florence Bergeaud-Blackler (CNRS) : “les commerces musulmans s’adressent aux jeunes”

19/05/2016 à 21h43

Ces commerces de livres, de viande, de vêtements dédiés aux populations maghrébines, turques ou subsahariennes existent depuis longtemps. Ils ont toujours mis en avant au moins en partie une dimension religieuse.

Mais on peut remarquer que, depuis les années 2000, ils s’étendent à de nouveaux produits, **ils se développent au fur et à mesure que se concentrent les populations musulmanes dans certains quartiers et ils s’adressent aux jeunes.** Ce sont d’ailleurs en partie ces jeunes, nés en France, qui ont pris le relais de ces commerces tenus initialement par les primo migrants et qui s’appuyaient sur les solidarités des régions des pays d’origine.

[…] **Le message du marketing islamique s’adresse aux minorités musulmanes intégrées pas aux migrants. Il repose sur l’idée que les musulmans ont des besoins spécifiques aussi bien alimentaires, que vestimentaires, ou qu’en matière de loisirs, que l’islam est un mode de vie.** […]

Démarche marketing ou dérive communautariste ?

Les deux. Il y a du marketing qui fait feu de toute discrimination pour proposer des nouveaux segments de marché et du communautarisme qui naturellement veut en récupérer les bénéfices. Maintenant, les acheteurs ne sont pas toujours conscients de ces disputes. […]

Midi Libre