



Brèches

par Paul-Henri Moinet

Pasolini dernière

Le feu politique rallumé par nos élections régionales va-t-il se propager en Italie ?

Berlusconi, pompier pyromane de la démocratie italienne, a mis le paquet pour faire gagner son parti: campagnes publicitaires massives, cars électoraux prêchant l'Évangile selon Silvio du Frioul aux Pouilles, petit livre blanc

A la lumière du dernier entretien de Pasolini, le drame du berlusconisme brille d'une lumière encore plus apocalyptique

intitulé l'amour l'emportera toujours face à l'envie et la haine, compilation des messages

de solidarité adressés par les Italiens à leur héros depuis son l'agression à Milan. Le parti de Berlusconi s'appelle le Peuple de la liberté. Merveilleuse antiphrase ironique. Car où sont le peuple et la liberté dans une démocratie dont le chef en appelle tour à tour au salut de la Vierge et au pacte avec la mafia ?

A la lumière du tout dernier entretien de Pasolini accordé le 1er novembre 1975, la veille de sa mort, et réédité aujourd'hui chez Allia, le drame du berlusconisme brille d'une lumière encore plus apocalyptique. Et le propos prémonitoire de l'artiste projette sur notre époque une lueur intense et sombre. Pasolini fait bien plus qu'analyser son époque, il la déchire avec une violence sans haine ni ressentiment. Avec lui, la vérité est plus froide encore que la mort. Écoutez ses obsessions, elles éclairent parfaitement la part obscure de notre présent.

Son refus obstiné de servir: *"Le refus a toujours été un geste essentiel. Les saints, les ermites mais aussi les intellectuels. Le petit nombre d'hommes qui ont fait l'histoire sont ceux qui ont dit non, jamais les courtisans et les valets des cardinaux".*

Sa conscience pure de la tragédie: *"En quoi consiste la tragédie ? La tragédie, c'est qu'il n'y a plus d'êtres humains mais d'étranges machines qui se cognent les unes contre les autres".*

Son corps à corps avec la vérité: *"Le complot nous libère de la lourde tâche qui consiste à nous confronter en solitaires avec la vérité".*

Pasolini ne se contente pas d'analyser son époque, il la déchire sans haine ni ressentiment...

Sa sainte frayeur du conformisme: *"Nous sommes tous poussés par une éducation commune, obligatoire et erronée dans l'a-*

rène du tout avoir à tout prix. L'éducation se décline en ces termes: avoir, posséder, détruire".

Son élitisme populaire: *"J'ai la nostalgie des gens pauvres et vrais qui se battaient pour abattre le patron sans pour autant devenir ce patron. J'ai peur de ces Noirs qui se révoltent et qui sont identiques au patron, autant de brigands qui veulent tout à n'importe quel prix".*

Sa passion du peuple qu'il faut sauver de l'extinction culturelle en le protégeant de la masse: *"La masse ne cesse de s'accroître, tout comme le désespoir, tout comme la rage. Et la fameuse école obligatoire fabrique nécessairement des gladiateurs désespérés".*

Son instinct sauvage du destin: *"Les fils sont condamnés à payer les fautes de leurs pères".*

Et les pères ont légué à leurs fils une double dette: historiquement, ils ont laissé passer le fascisme et culturellement ils ont organisé le triomphe de la

...Et ses obsessions d'hier éclairent parfaitement la part obscure de notre présent

sous-culture de la consommation, immense génocide culturel pour les langues, les arts et les traditions populaires.

Sa lutte à mort contre la violence: *"C'est vous, avec l'école, la télévision, le calme de vos journaux, c'est vous les grands conservateurs de cet ordre horrible fondé sur l'idée de posséder et sur l'idée de détruire".*

Son anticipation de l'empire de la drogue: *"Les drogués sont à l'avant-garde de cette détermination irrévocable des jeunes à vivre un vide et une perte, et à se mettre en état d'être inaccessibles, c'est-à-dire de ne plus rien accepter au nom de quoi on puisse leur parler" écrit-il dans un article du Corriere della sera de juillet 1975.*

Sa vision de la société de consommation comme machine à castrer au nom du désir souverain: Dans le journal Il Mondo, en août 1975: *"la société pré-consumériste avait besoin d'hommes forts donc chastes. La société de consommation a besoin d'hommes faibles donc luxurieux. Au triomphe de l'amitié et de l'érection s'est substitué le triomphe du couple et de l'impuissance. Les hommes jeunes sont traumatisés par l'obligation que leur impose la permissivité de faire tout le temps et librement l'amour".*

Sa prescience de la fracture politique entre le peuple et les élites: *"J'écoute les hommes politiques avec leurs petites formules, tous les hommes politiques, et cela me rend fou. Ils ne savent pas de quel pays ils sont en train de parler, ils sont aussi éloignés que la lune. Et les lettrés. Et les sociologues. Et les experts en tout genre".*

Son génie de pédagogie: Le pédagogue idéal est celui qui appelle son élève *"à toutes les désacralisations possibles" tout en lui apprenant de la à "ne pas craindre la sacralité et les sentiments pour résister à la société de consommation qui a transformé les hommes en automates laids et stupides, adorateurs de fêtes".*

Sa sincérité radicale: *"Pour la vie que je mène, il y a un prix à payer".*

Son catastrophisme serein: *"Nous sommes tous en danger".*

Et puis ce dernier mot: *"Ne vous faites pas d'illusions".*

Identité nationale

Symbole d'intégration

La grande consommation consacre le marché du halal.



Abbas Bendali: "De nombreux terrains restent à investir et à penser, notamment celui que nous travaillons depuis 1999, les consommateurs de la diversité ethnique."

Tempête sur le Quick. Le parquet de Lille a ouvert, vendredi 19 février, une enquête préliminaire après la plainte de René Vandierendonck, maire (PS) de Roubaix (Nord), pour "discrimination" contre le fast-food qui teste dans la ville, comme dans sept autres de ses établissements (sur plus de 330 restaurants en France), des hamburgers exclusivement halal. Le maire de l'une des villes les plus musulmanes de France a finalement abandonné sa plainte. Les politiques s'émeu-

Le maire de l'une des villes les plus musulmanes de France a finalement abandonné sa plainte. Les politiques s'émeuvent, le Front National en tête

vent, le Front National en tête. Le secrétaire d'Etat à la Ville, Fadela Amara, ou la secrétaire d'Etat aux Sports, Rama Yade, ont cherché à désamorcer la bombe ethnique dans l'assiette républicaine. Côté Verts, Daniel Cohn-Bendit ("*halal, et alors ?*"), Cécile Dufflot ("*une jumenterie*") ont également indiqué qu'ils ne souhaitent pas faire tout un fromage du halal. Au contraire, Christophe Barbier, directeur de la rédaction de L'Express, dans son édito-vidéo en ligne du 18 février, s'insurge contre cet hamburger culturel imposé à toute une communauté. Quoi, en effet, de plus sensible et de symbolique, en un mot, identitaire, que le contenu de l'assiette ?

Interrogé par Libération, Philippe Doucet, le maire (PS) d'Argenteuil (Val-d'Oise), a indiqué que "*le Quick halal va dans le sens du vivre-ensemble*", précisant que le McDonald's tout proche, lui, n'était pas halal, et que si les deux établissements avaient observé cette même exclusivité alimentaire culturelle, il aurait

eu une autre position. En 2002, le député-maire (PS) d'Evry (Essonne), Manuel Valls, avait tenté de faire fermer un Franprix exclusivement halal, le seul commerce dans le quartier des Pyramides.

Qu'est-ce que le halal ? Ce qui dans l'alimentation est licite pour un musulman. Un poisson ou une viande d'une bête égorgée selon un rite précis par des officiants culturels dûment agréés et percevant une "taxe" sont des aliments "halal", le porc ne l'est pas. Le terme a son équivalent dans la religion juive,

vons dans un désert des connaissances", soutient le DG de la société Solis. C'est en se penchant sur la seule étude de grande ampleur de l'Insee sur l'histoire familiale, datant de 1999, que sa société a pu théoriser et extrapoler sur les consommateurs des différents communautés ethniques. *"4,5 milliards d'euros seront dépensés en 2010 par les ménages pour leurs achats de produits alimentaires halal"*, estime le chercheur. Le Ramadan de 2009 aura enregistré la plus importante évolution jamais observée sur le marché du halal en

Si le principe d'une alimentation culturelle "kasher" est intégré aux moeurs gastronomiques français depuis des décennies, celui du "halal" n'en est qu'à ses débuts

"kasher". Si le principe d'une alimentation culturelle "kasher" est intégré aux moeurs gastronomiques français depuis des décennies, celui du "halal" n'en est qu'à ses débuts. Mais le business est prometteur. Ainsi la chaîne Quick (dont l'actionnaire principal à 94 % depuis 2007 est la très républicaine Caisse des dépôts) a l'ambition de s'implanter en particulier en Algérie, après le Maroc et l'Arabie Saoudite. C'est un fait têt, après des années d'un marché ethnique intérieur peu visible, l'alimentation halal s'installe en France et commence à être prise en compte par la grande distribution.

Le marché ethnique du halal

5,5 milliards d'euros en 2010, c'est le chiffre d'affaires qui sera réalisé par le marché du halal en 2010 selon les estimations de l'institut Solis, un cabinet spécialisé dans les études marketing ethniques et technique-

France, dont la présence dans la grande distribution a été amorcée il y a dix ans. *"La viande et la charcuterie sont les principales catégories achetées, loin devant les plats cuisinés, les bouillons cubes, les soupes et la confiserie"*, remarque l'étude de Solis. *Même si des marques nationales comme Fleury Michon, Herta ou Knorr commencent à s'intéresser au halal, les consommateurs préfèrent s'en réjouir massivement à des marques éprouvées comme Dounia, Isla Mondial et autres Médina et Jumbo."*

Le marché des "diversity baby-boomers"

Selon l'étude de Solis, le chiffre d'affaires en 2010 du halal dans la restauration rapide (Quick, sandwicherie et kebab), devrait être de l'ordre du milliard d'euros. L'expansion soutenue est due au "dynamisme démographique, avec notamment l'arrivée progressive des "diversity baby-boomers" à l'âge adulte", ces générations d'enfants d'immigrés nées en France dans les années 1980 et 1990. A. Bendali, le seul expert pour le marketing du halal, les appelle aussi "*les consommateurs de culture musulmane*". Pour ce statisticien, la motivation essentielle de ces nouveaux clients est... une soif d'intégration. Paradoxal ? *"Tout comme pour le kasher, la reconnaissance du halal représente à leurs yeux une intégration dans la République française, une acceptation de leur différence mais fondue dans la masse et la grande consommation"*, affirme le directeur de Solis.

"Tout comme pour le Kasher, la reconnaissance du halal représente à leurs yeux une intégration dans la République, une acceptation de leur différence mais fondue dans la masse et la grande consommation"

majeurs, résidant dans les 4 régions de France qui concentrent la plus grande partie de la population du Maghreb: Ile-de-France, Rhône-Alpes, la région PACA et Nord-Pas-de-Calais. *"De nombreux terrains restent à investir et à penser, notamment celui que nous travaillons depuis 1999, les consommateurs de la diversité ethnique: sur ce thème, nous nous trou-*

Argument inquiétant cependant: il semblerait qu'un Quick observant la laïcité des hamburgers soit impossible, à entendre certains mangeurs islamistes, car un mélange de produits halal et non halal est toujours possible. Veiller à la diversité de ladite diversité est un rude travail.

emmanuel.lemieux@nouveleconomiste.fr