

4^e

CONGRÈS

des études sur le Moyen-Orient
et les mondes musulmans

28 juin - 2 juillet 2021



Atelier 39

Les pratiques de l'islam dans le champ professionnel

Les marchés islamiques, de production et de consommation de produits et services islamiques, s'instituent en France depuis près de quatre décennies avec d'abord le marché agroalimentaire du 'halal' avant de s'étendre à d'autres secteurs économiques comme le tourisme, la mode, la restauration, la cosmétique ou encore le sport et la finance (Bergeaud Blackler, 2015, 2017). Avec *l'islam de marché* (Haenni, 2005) émergent une nouvelle classe moyenne pieuse désireuse de concilier des pratiques issues de la *shar'ia* (Coran et Sunna) à son activité professionnelle, des musulmans français qui expriment, dans le champ professionnel, leurs multiples appartenances. Cet atelier veut présenter différentes études réalisées en France sur les pratiques de l'islam dans le champ professionnel. Elles montrent des conflits de normes et de pratiques (Kammarti, 2017, 2019), des discriminations et inégalités sociales, économiques et symboliques dans le monde du travail (Benaïssa, 2015) mais aussi des *interpénétrations* (Göle, 2005, 2015) qui permettent le dépassement des conflits. Les contributions des chercheur.es analysent d'une part les interactions et interrelations de ces acteurs économiques avec l'état, la société et la culture majoritaire et d'autre part les trajectoires de vie à l'échelle individuelle pour mieux comprendre les conflits rencontrés, les conversions professionnelles observées, et l'articulation de l'intime et du public ainsi que des différents ordres de grandeurs, profession, religion, éthique et citoyenneté.

Responsable et discutante : Bochra Kammarti (Cespra-EHESS)

Programme de l'atelier

Hicham Benaïssa (GSRL-EPHE)

Les entrepreneurs musulmans en France : l'idéologie d'une classe en ascension

Faire la sociologie des entrepreneurs musulmans, c'est faire la sociologie d'une classe en ascension. Massivement issus des classes populaires, ils accèdent aux classes moyennes par leur statut social, leur niveau de vie et/ou leur niveau d'instruction. S'il est sociologiquement impossible de rassembler en une seule appellation un ensemble de positions sociales qui n'ont rien à voir entre elles (Damon, 2012), je vais m'intéresser ici à la dynamique d'émancipation d'une partie des musulmans de leurs conditions sociales d'origine et les discours qui l'accompagnent. À partir d'une vaste enquête quantitative et qualitative, trois aspects de cette *émancipation* se dégagent : 1/les stratégies d'ascension sociale, 2/les ressources morales et éthiques de vies 3/les stratégies identitaires. Critique à l'égard des études sur le « halal » ou l'« islam de marché », comme lieux d'analyse de la rencontre entre l'islam et l'économie, je vais concentrer la réflexion sur le versant non-islamique des activités économiques des entrepreneurs musulmans. C'est à dire sur cet « islam » en dehors du marché et qui n'est pas non plus de l'islamisme politique. Un islam dont on se sert individuellement comme ressource morale pour s'émanciper de ses conditions d'origine et pour faire valoir ses droits collectivement.

Hanene Karimi (Université de Strasbourg)

Quand la visibilité religieuse détermine le rapport au travail : le cas des entrepreneuses musulmanes

En France, la législation encadrant la visibilité religieuse au travail indique dans l'article 2 de la loi travail du 8 août 2016 que « Le règlement intérieur peut contenir des dispositions inscrivant le principe de neutralité et restreignant la manifestation des convictions des salariés si ces restrictions sont justifiées par l'exercice d'autres libertés et droits fondamentaux ou par les nécessités du bon fonctionnement de l'entreprise et si elles sont proportionnées au but recherché ». Cet article légalise une pratique déjà courante dans le secteur de l'emploi depuis les premières polémiques sur le port du voile. Nous verrons que l'harmonisation des pratiques au niveau européen n'est pas sans dissensus. L'expérience de la régulation de la visibilité religieuse en France a entraîné un recours à l'entrepreneuriat comme une ressource pour les femmes qui ne veulent pas négocier leur visibilité religieuse au travail. Le recours à l'entrepreneuriat permet à la fois de contourner les refus motivés par leur visibilité religieuse et de combiner identité religieuse et travail. Dans cette communication, je présenterai les différents types de rapport vis-à-vis de l'emploi de femmes musulmanes portant le voile en les caractérisant à l'aune des apports d'une sociologie du travail.

Wajdi Limam (CREPPA GTM Université Paris 8)

D'objets d'étude à sujets parlants : le cas des travailleurs sociaux « musulmans »

Les sciences sociales ont l'habitude de produire des discours et des savoirs sur des catégories subalternes et dominées telles que les catégories populaires, ethniques ou religieuses qui tendent la plupart du temps à exclure les principaux concernés de la prise de parole, pour « parler en lieu et place de ». Pour appréhender cette question, nous prendrons le cas des professionnels du champ de l'intervention sociale en France, qui se présentent comme musulmans. Les professionnels de l'action sociale sont la plupart du temps inscrits dans des rapports subalternes vis à vis des pouvoirs publics mais également vis-à-vis des disciplines de l'Université qui, à défaut d'une science du travail social, alimentent ce champ professionnel en références méthodologiques et théoriques que les acteurs s'approprient mais nourrissent également de leurs propres expériences et connaissances, notamment religieuses. Dès lors, comment faire émerger un cadre théorique propice pour articuler les connaissances multiples de ces professionnels dans l'exercice de leur métier ? Quelles ressources (valeurs, connaissances, normes, pratiques, discours, expériences, etc.) emploient-ils en vue de répondre au mieux au public et aux prérogatives de leur métier ?

Marie-Claire Willems (Université Paris Nanterre)

Éthique islamique : Associations et entrepreneuriat social - Islamic Ethics : Association and Social Entrepreneurship

Une association qui œuvre pour permettre aux étudiant.es de culture musulmane d'accéder aux grandes écoles françaises et qui s'engage contre les inégalités, une mosquée labellisée « durable et écologique », un homme qui crée une entreprise de peinture bio en faveur de l'environnement, une femme ouvrant un restaurant bio et végétarien, et une autre créant sa ligne de cosmétique bio, toutes et tous le font au nom de leur éthique islamique et citoyenne. Alors que l'islam est constamment associé à un « problème », et particulièrement d'un point de vue politico-médiatique, au moment où la radicalisation et le terrorisme créent un climat suspicieux envers les musulman.es, les initiatives d'entrepreneuriat associatif et social renversent le stigmate et montrent au contraire que l'islam peut être vécu comme positif, émancipateur et éthique en France. Je propose d'analyser cette nouvelle forme d'engagement religieux et citoyen des musulman.es dans le champ professionnel.

Mayuko Yamamoto (CESPRA-EHESS)

L'enseignement privé musulman comme nouveau marché d'éducation ? Une analyse sur les nouveaux « entrepreneurs de cause » de l'islam dans le secteur scolaire

Né au début des années 2000, l'enseignement privé musulman fait figure aujourd'hui d'institution d'utilité publique dans le paysage scolaire en France. La construction de ces écoles était considérée jusqu'à récemment comme étant liée à la question sociale des musulmans français dans leur vie publique et scolaire. Ceci étant toujours le cas, le changement générationnel et la transformation globale du champ scolaire font surgir de nouveaux acteurs, qui investissent dans la construction des écoles privées musulmanes. Dans cette communication, à travers l'analyse du portrait de ces acteurs, les « entrepreneurs de cause », qui mobilisent leurs ressources économique-socioreligieuses pour construire un espace scolaire alternatif, nous examinerons l'aspect entrepreneurial de l'enseignement privé musulman, qui émerge comme un nouveau marché d'éducation au croisement de la recherche de la réussite scolaire et de la formation de l'habitus musulman.