

Londres : des publicités «Gloire à Allah» sur les bus font polémique



Article rédigé par *contact*, le 11 mai 2016

[Source: Le Figaro]

Une ONG islamique va afficher une publicité « Subhan Allah » sur 640 bus rouges pendant le Ramadan. Des chrétiens dénoncent un double poids, deux mesures alors qu'une publicité anglicane a été proscrite au moment de Noël.

«Subhan Allah». «Gloire à Allah». Ces mots seront affichés pendant deux mois sur les fameux bus rouges londoniens. Une campagne de publicité lancée par la branche londonienne de l'association Islamic Relief (Secours islamique en français), la plus importante ONG islamique britannique, qui collecte des fonds pour venir en aide notamment aux victimes de la guerre en Syrie, et a déjà envoyé 178 millions d'euros là-bas.

Le début de la campagne coïncidera avec le mois de Ramadan qui se tient en juin, où traditionnellement les musulmans font montre de générosité. La «Zakat», l'aumône est l'un des cinq piliers de l'islam: les musulmans sont censés donner une partie non négligeable de leur revenu aux plus nécessiteux, en particulier durant ce mois de jeûne. Environ trois millions de musulmans vivent à Londres, soit près de la moitié des musulmans britanniques. A partir du 23 mai, la publicité sera présente sur 640 bus de Londres, mais aussi de Birmingham, Manchester, Leicester et Bradford, villes qui comptent aussi une population musulmane importante. Cette campagne prend une résonance particulière, alors que Sadiq Khan vient de devenir le premier maire musulman de Londres. Imran Madden, le directeur de la branche britannique du Secours islamique en explique les raisons dans *The Independent* : «Cette campagne a pour but de changer le climat ambiant autour de l'aide internationale et de la communauté musulmane dans ce pays.»

Pour le porte-parole de l'association Martin Cottingham, «il est important de souligner que le secours islamique n'est pas une association prosélyte» «Nous sommes inspirées par la foi, mais notre argent va aux gens dans le besoin, des gens de toutes les religions», a-t-il affirmé.

Cette campagne aux tonalités religieuses n'est pas du goût de tout le monde. Si les Britanniques n'ont pas la même conception de la laïcité qu'en France, et que les religions occupent sans problèmes l'espace public, certains s'offusquent d'un double-poids, deux mesures. En effet, pendant la période de Noël, une publicité de l'église d'Angleterre qui faisait la promotion d'un site internet cherchant à inciter les gens à prier, *Just pray*, avait été proscrite de plusieurs cinémas. On y voyait l'archevêque de Canterbury réciter le Notre Père avec plusieurs autres fidèles. Le spot publicitaire devait être projeté avant le film *Star Wars*, mais il avait été bloqué par la Digital Cinema Media, l'agence qui contrôle la publicité dans les plus grandes salles de cinéma du pays.

«Si nous autorisons cette publicité en faveur de l'islam, nous devons aux Chrétiens plus de liberté pour s'exprimer» a ainsi affirmé Andrea William, directrice de l'association Christian Concern. Dans le *Daily Mail*, Simon Calvert, directeur de l'Institut chrétien, affirme quant à lui que cette publicité «indique le début d'une nouvelle ère d'expression de la foi chrétienne, qui est devenue persona non grata».

Eugénie Bastié