



**LE VIRUS
DE LA RECHERCHE**
L'ÉTAT DU LARD

DAVID NADJARI

**LA THÉMATIQUE PORCINE
DANS LA CRISE DE L'INTÉGRATION
EN FRANCE**

PUG

Directeur de la collection et de la publication: Alain Faure

Directeur de la série: Laurent Bègue

Relecture: Sarah Fontaine--Demay

Maquette et mise en page: Catherine Revil

Motif en 1^{re} de couverture: Freepik

ISBN 978-2-7061-5820-9 (e-book PDF)

ISBN 978-2-7061-5821-6 (e-book ePub)

Les éditions PUG s'opposent à ce que le contenu de leurs publications
serve à l'entraînement des IA génératives.

© PUG, octobre 2025

5, rue de Palanka – 38000 Grenoble

www.pug.fr

LA SÉRIE **L'ÉTAT DU LARD**
FAIT PARTIE DE LA COLLECTION **LE VIRUS DE LA RECHERCHE**

Il existe peu d'animaux dont l'incarnation dans les sociétés humaines s'impose avec autant de force que le cochon. Du livre d'images au roman, des fresques au cinéma, le corps massif de ce mammifère omnivore habite grassement tous les arts et nombreuses sont les cultures humaines qui l'invitent dans leur imaginaire... et leurs enclos. Familier des humains, il l'est par sa compagnie grégaire, mais plus encore, à ses dépens, pour son usage alimentaire. Délectable pour les uns, objet de tabous et de répulsion pour les autres, il agrège une symbolique et des pratiques foisonnantes. Il pèse lourdement dans l'économie mondiale, tandis que son élevage intensif est dénoncé pour ses externalités environnementales et les conditions de vie imposées au quadrupède exploité. L'anatomie porcine et la nôtre sont si proches que nous greffons des parties vitales de cet animal en nous. Enfin, on impute à cet animal sociable une intelligence remarquable et une vie émotionnelle riche.

Les 8 Virus de cette nouvelle série ouvrent le festin intellectuel d'un état de nos connaissances, représentations, usages et perspectives d'avenir à propos de cet attachant suidé.

Ils ont été rédigés dans la suite d'un colloque interdisciplinaire piloté par les Maisons des sciences de l'Homme Alpes et Lyon Saint-Étienne. La coordination scientifique a été assurée par Éric Baratay, professeur d'histoire contemporaine à l'université de Lyon, membre de l'IUF, Laurent Bègue-Shankland, professeur de psychologie sociale à l'université Grenoble Alpes, membre honoraire de l'IUF, directeur de la MSH Alpes, et Cédric Sueur, maître de conférences HDR en éthologie et éthique animale, Institut pluridisciplinaire Hubert-Curien, CNRS-université de Strasbourg, membre de l'IUF.

Bonne lecture!

LA THÉMATIQUE PORCINE DANS LA CRISE DE L'INTÉGRATION EN FRANCE

DAVID NADJARI, CONSULTANT EN COMMUNICATION

L'interdit du porc peut être vu comme un obstacle de taille au partage de la table dans un pays qui glorifie les rituels de convivialité. La dimension alimentaire de l'intégration semble certes secondaire au regard d'autres dimensions comme la participation à la vie civique ou l'insertion économique, mais elle joue un rôle important dans l'imaginaire du corps social. Il semble nécessaire de rappeler qu'à plusieurs reprises, à travers l'histoire de France, un discours sur le porc a été produit pour exprimer les modes d'inclusion ou d'exclusion sociale.

Au Moyen Âge, la société féodale et chrétienne exclut les non-mangeurs de porc, c'est-à-dire les juifs, et elle exige leur conversion et la consommation ostensible de porc¹.

À une époque plus moderne, de la Révolution française au début du xx^e siècle, le porc a pu avoir une fonction intégratrice². La nouvelle République invite les minorités religieuses à rejoindre son idéal de fraternité universelle et à abandonner un rite perçu comme suranné. C'est le triomphe de l'assimilation.

À la fin des années 1970 et au début des années 1980, avec l'émergence du nouvel idéal « d'intégration », le discours sur le porc évolue. Il devient le symbole de l'ouverture aux différences culturelles. Parmi les mesures symboliques de la République, on retiendra l'offre d'un menu de substitution au porc dans les cantines scolaires.

Que ce soit par conversion, par assimilation ou par intégration, le porc joue le rôle de révélateur des conceptions du corps social qui sont associées à ces modèles. Où en est-on aujourd'hui ? Sommes-nous entrés dans une nouvelle phase ? Et que peuvent nous apprendre vingt ans d'usage rhétorique de la thématique porcine sur « la crise de l'intégration » ?

1. Voir Vassas, C., *La bête singulière. Les juifs, les chrétiens et le cochon*, Gallimard, 1994.

2. Birnbaum, P., *La République et le cochon*, Paris, Le Seuil, 2013.

« Le porc, c'est la France ! »

Premier enseignement : les discours nous renseignent sur le repli identitaire d'une partie des Français. Le cochon émerge peu à peu comme le symbole d'une France nostalgique et progressivement comme l'étendard de l'extrême droite.

L'instrumentalisation politique du cochon émerge au début des années 2000 dans la nébuleuse ultranationaliste qui fantasme la filiation des Français avec les Gaulois. L'association militante « bloc identitaire », créée en 2003, adopte le sanglier comme emblème. Le cochon sous toutes ses formes devient par la suite le support d'une agit-prop et d'un discours obsessionnel de l'ultra-droite.

On se souvient par exemple des « soupes au cochon », des apéros saucisson-pinard, des profanations de mosquées à la viande de porc. Avec les « fêtes du cochon » organisées dans les villes conquises, le Front National (devenu ensuite Rassemblement National) se rallie aux thèses identitaires et défend à son tour le porc comme symbole de l'art de vivre à la française³.

Ce qui est frappant dans ce fétichisme porcin d'extrême droite, c'est l'auto-identification des Français de souche avec le porc. Plusieurs canaux d'expression de la mouvance montrent que le discours surinvestit la ressemblance des Français avec l'animal-totem. Dans une boulimie de gras et d'alcool, on appelle à festoyer et à vivre une sexualité décomplexée. L'homme et le porc tendent à se confondre. Les hommes virils sont des porcs, les femmes des cochonnes. La nation française est fantasmée à travers *l'ennemi*, le musulman, qui non seulement opprime le corps national par sa présence, mais opprime aussi le corps des Français au nom de sa supposée abstinence.

Ce discours promeut une convivialité radicalement exclusive. Il rompt non seulement avec le projet d'intégration mais même avec l'idéal assimilationniste français. L'assimilation se fonde sur un rapport de domination de la majorité sur les minorités. Avec la rhétorique du grand remplacement, on assiste à une inversion de ce schéma mental. Les identitaires s'imaginent appartenir désormais à un groupe ethnique minoritaire. La sous-culture identitaire exprime certes des positions caricaturales mais le slogan « Le porc, c'est la France ! » reçoit un certain écho dans la société et au-delà des appartenances partisans dans la mesure où de nombreux Français adhèrent à l'imaginaire qui donne de l'importance aux rites de convivialité et à la culture hédoniste.

3. Voir Har-Peled, M. et Nadjari, D., *Le complexe du cochon*, Paris, Hermann, 2019, p. 71.

« Non à l'intégration par le jambon ! »

Ce malaise identitaire qui provient des Français enracinés s'exprime aussi au sein de la minorité musulmane, mais dans des termes différents. C'est le deuxième enseignement sur les usages rhétoriques de la crise : les allusions au porc se multiplient pour critiquer l'injonction intégrationniste.

Ce sont d'abord les islamistes qui fantasment une purification de la société sur deux arguments : en se débarrassant de la présence physique de l'animal honni, mais aussi en dénonçant l'hédonisme « cochon » dont la société moderne ferait la promotion. Sur ce point, islamistes et identitaires de droite se rejoignent dans une certaine identification de la France et des Français au porc. Le discours séparatiste des islamistes exige de construire une enclave purifiée de toute souillure.

L'autre discours radical est celui de l'antiracisme décolonial qui voit dans le porc le symbole même de la domination blanche sur les « colonisés ». L'interdit du porc est instrumentalisé pour démontrer que le projet républicain d'intégration est un masque visant à briser la fierté musulmane.

L'une des meilleures caisses de résonance de ces évolutions est le rap. Le lexique des rappeurs révèle un glissement sémantique progressif de la symbolique porcine. Dans les années 1990, l'univers du porc a dans un premier temps une connotation vraiment politique pour dénoncer de manière virulente les discriminations. Pour Zebda, NTM ou encore IAM, le porc est lié à la police⁴ et à l'extrême droite⁵.

À partir du milieu des années 2000, l'interdit du porc change de sens. Il sert à montrer la supériorité morale des habitants du quartier et il permet d'absolutiser la différence avec des Français dont l'identité est réduite à leur seule préférence alimentaire. Vus de la cité, le jambon ou le saucisson ont une fonction métonymique pour parler de ceux qui vivent en dehors du quartier. D'horizon désirable, « l'intégration » devient synonyme d'oppression... L'identité imaginaire de la cité est construite comme un monde menacé de l'extérieur, un ghetto dont l'interdit alimentaire est l'un des codes d'appartenance⁶.

4. En empruntant la figure porcine du policier (*pig* en anglais) au lexique nord-américain. Voir Har-Peled, M. et Nadjari, D., *op. cit.*, p. 106.

5. Zebda, « La France », *L'arène des rumeurs*, Barclay, 1992.

6. De 113 à Booba, le porc c'est celui qui mange du porc, c'est-à-dire le « Français ». Voir Har-Peled, M. et Nadjari, D., *op. cit.*, p. 115.

Ces deux visions ethnocentrées du corps social sont évidemment minoritaires en France et elles sont plus prégnantes dans les marges précarisées qui vivent l'ouverture à l'autre sous le signe de l'angoisse. Pour une majorité, en revanche, l'intégration est plutôt une affaire d'ajustement et de bricolage permanent face aux bouleversements des modes de vie. Le marché halal constitue à cet égard une forme d'adaptation nouvelle.

« Fièrement halal »

Le troisième enseignement à tirer de cette inflation des références au cochon concerne l'émergence d'un modèle consumériste d'intégration. Le halal est un phénomène spectaculaire qui suscite d'âpres débats entre spécialistes. Les motivations des consommateurs de produits halal nous informent sur une réalité très contrastée⁷. Sans minorer les diverses dimensions identitaires ou religieuses, on note parmi les jeunes générations une importance accrue de la dimension consumériste. Grâce au halal, beaucoup de musulmans peuvent en effet enrichir leur répertoire culinaire et enfin accéder à la cuisine globalisée qui leur échappait jusque-là. En ce sens, le halal est un accélérateur paradoxal de normalisation alimentaire.

8
—

La charcuterie halal fait en effet partie des produits qui ont le plus de succès. Elle remplit les rayons spécialisés des supermarchés et fait une entrée remarquée dans les foyers musulmans⁸. Le jambon halal semble ainsi répondre à l'aspiration des familles tiraillées entre deux identités. C'est un produit hybride qui l'emporte sur le plan formel mais aussi sur le plan structurel, en tant qu'incarnation du mode de vie français.

Le marketing valorise ce désir d'accommodement en ciblant les consommateurs musulmans. À travers le packaging et les campagnes publicitaires pour la charcuterie halal, on voit émerger un discours de glorification de la « diversité » à la fois comme idéal social et comme idéal de consommation. La référence explicite au terroir français permet à certaines marques d'inciter les consommateurs à bricoler une identité hybride, ce que la République leur refuse formellement comme le montre la querelle des cantines scolaires dans le pays.

7. Rodier, C., *La question halal. Sociologie d'une consommation controversée*, Paris, PUF, 2012.

8. Göle, N., *Musulmans au quotidien*, Paris, La Découverte, 2015.

Le porc comme révélateur

Un nouveau modèle d'intégration « néolibéral » est-il en passe d'émerger, ne définissant les individus uniquement par leurs choix de consommation ? Visiblement, certains appellent ce modèle de leur vœu, ce qui pourrait bouleverser les termes classiques du contrat républicain. Les individus se projetteraient vers un corps d'appartenance, le marché globalisé et ses tribus de consommateurs, qui bien au-delà du strict cadre de la nation française.

Le phénomène d'intégration « néolibérale » ne concerne pas seulement la minorité musulmane mais la société dans son ensemble. Les Français sont potentiellement tous invités à rejoindre le marché des identités qui offre un produit ciblé en fonction des définitions changeantes et hybrides de soi-même. On trouve un exemple frappant avec le label « le porc français » qui tente de convaincre dans ses campagnes publicitaires de manger à la « française » (avec ce que cela recouvre d'imaginaire de la convivialité) alors que cela devrait aller de soi. « Manger français » devient une option de consommation parmi d'autres⁹.

Beaucoup en France soutiennent encore le modèle républicain en dépit de ses ambiguïtés et de ses échecs. Que peut nous apprendre le porc sur les facteurs qui fragilisent le modèle actuel ? Dans une perspective de longue durée, le porc sert de révélateur d'une conception du corps social et du corps physique. Dans la phase actuelle de modernité « liquide »¹⁰, l'intelligibilité du monde est brouillée et l'adaptation est un impératif continu. Deux attitudes se dessinent : d'un côté le repli sur soi avec un imaginaire rassurant, de l'autre l'adoption d'une identité configurable au gré des circonstances.

Pour l'instant, seul le modèle d'inspiration néolibérale a pris acte du changement de la nature du corps social. Il reste à savoir si la République saura réinventer un tout nouveau mode d'intégration pour préserver la cohésion nationale...

Découvrir d'autres titres de la collection [LE VIRUS DE LA RECHERCHE](#).

9. Har-Peled, M. et Nadjari, D., *op. cit.*, p. 214.

10. Bauman, Z., *Liquid Modernity*, Cambridge, Polity Press, 2012.