



## Mexique : un pays colonisé par « Coca-Cola »

Au Mexique le coca est devenue une boisson sacrée

Par [Julie Delettre](#) et [Béatrix Moreau](#)

Mondialisation.ca, 29 septembre 2017

[Public Sénat](#) 7 juillet 2017

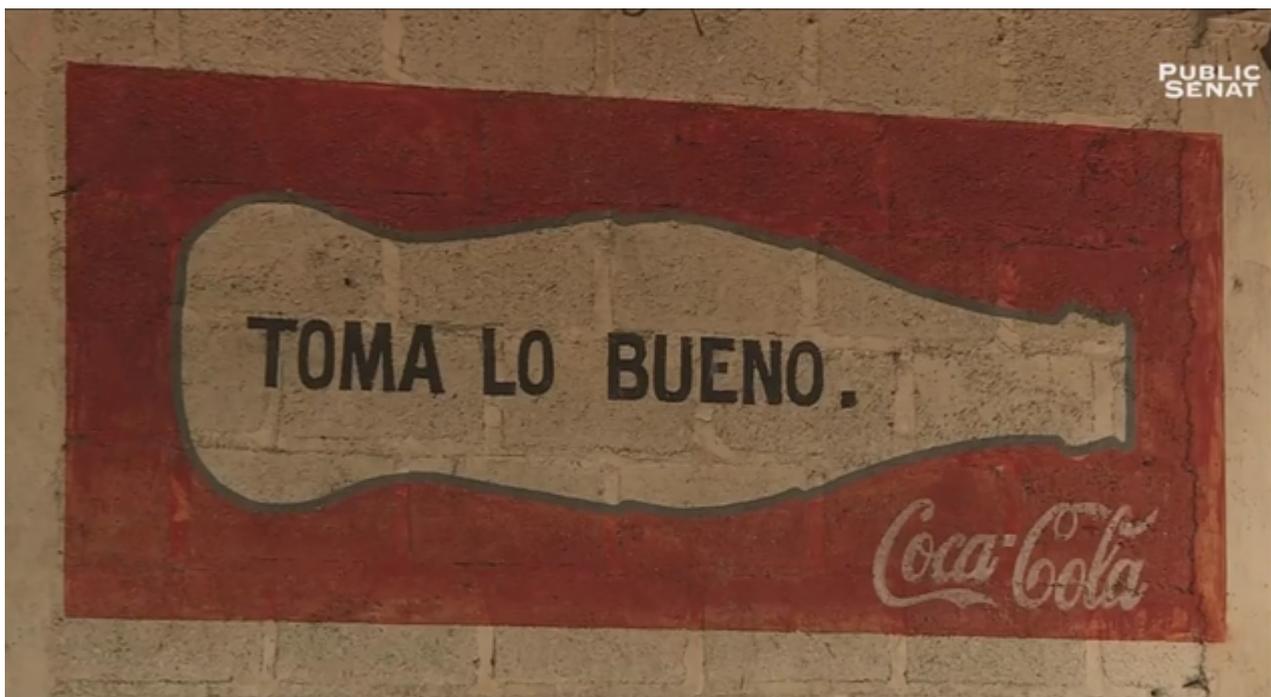
Région : [Amérique latine & Caraïbe](#)

Thème: [Environnement](#), [Pauvreté et inégalités sociales](#), [Transnationales](#)

*Le Mexique est le premier pays consommateur de Coca-Cola dans le monde et représente à lui seul plus de 40% des ventes de la marque en Amérique du Sud. Diabète, obésité, hypertension mais aussi assèchement de certaines régions, les conséquences négatives pour le pays sont nombreuses. Julie Delettre, réalisatrice de : « Mexique, sous l'emprise du coca » témoigne de cette implantation, aux airs de « colonisation ».*

*Béatrix Moreau s'entretient avec Julie Delettre qui a réalisé le documentaire : Mexique, sous l'emprise du coca (Voir [la bande annonce](#))*

En 1994, la signature de l'ALENA, le traité de libre-échange entre le Canada, les États-Unis et le Mexique, offre une occasion à la multinationale Coca-Cola de s'implanter sur le continent Sud-Américain. Depuis, son importance ne cesse de croître sur le territoire mexicain, entraînant par là même de lourdes conséquences pour la population (<https://reporterre.net/Au-Mexique-la-population-manque-d>). La production de cette boisson sucrée pétillante, très gourmande en eau, contribue à assécher le pays tandis que sa surconsommation fait des ravages sur la santé des habitants qui peinent pourtant à se détacher de son emprise.



*Au Mexique le coca est devenue une boisson sacrée*

Votre documentaire s'ouvre sur un rite religieux incluant le Coca-Cola, la boisson est-elle devenue quasi sacrée pour cette population ?

Exactement. Le rituel en question est exécuté par des Mayas Tzotziles du village de San Juan Chamula. D'après le maître de cérémonie, ils considèrent effectivement la boisson comme sacrée, elle permettrait notamment d'exorciser les démons intérieurs, en rotant, tout simplement. Elle participe aux cérémonies de guérison, de baptême, de naissance, de mariage, au cours desquelles ils boivent également un alcool fort, qu'ils associent à présent avec le Coca.

La couleur de la boisson, le fait qu'elle pétille, la sensation de coup de fouet après l'avoir bue les a amenés à considérer qu'elle les rendait plus fort.

La famille que j'ai suivie, par exemple, considère que le Coca ne leur a apporté que du bien, qu'il est même capable de les guérir. Quand je leur ai fait remarquer que ce n'était pas forcément bon pour la santé, ils m'ont répondu : « Ca c'est des mensonges de journalistes ».



*Au Mexique le long des routes les échoppes sont repeintes aux couleurs de Coca-Cola*

Quelle est la stratégie menée par Coca pour s'imposer au Chiapas, l'un des états les plus pauvres situés dans le sud du Mexique ?

Le Coca-Cola est moins cher dans cette région, c'est une stratégie de la marque pour pouvoir s'implanter dans les villages assez reculés : vendre plus mais à moindre coût. Ils veulent être sûrs de pouvoir atteindre les familles les plus pauvres qui vont dépenser leurs moindres pesos là-dedans. La firme a colonisé la région en y installant un de leurs plus grandes usines de la région, à San Cristobal et en créant des zones de distribution d'où partent des camions livrant les terres les plus reculées. Aussi, elle a proposé aux petites échoppes qui longent toutes les routes de la région de leur faire « une jolie déco », en les repeignant en blanc et rouge afin qu'elles soient plus visibles. Elle leur a aussi donné des tables et des chaises en plastique Coca pour que les gens « puissent s'asseoir et consommer plus ».

Grâce à cette stratégie marketing, la région entière est repeinte en rouge et blanc. Il est difficile d'échapper visuellement à Coca, et donc difficile de ne pas en boire.

Quand on parle de « colonisation », ce n'est vraiment pas un terme si fort que ça.

Au Mexique 70% de la population est en surpoids, l'une des nutritionnistes interviewées estime que la prochaine génération pourrait mourir avant 30 ans à cause de la consommation de Coca-Cola, le constat est-il si grave que ça ?

Oui, elle est alarmante sur cette question car les taux de diabète, d'hypertension et le nombre de maladies cardiaques augmentent. Les enfants sont biberonnés au Coca, avant même d'avoir des dents...c'est impensable. A une époque la situation était d'ailleurs dramatique dans les écoles mais depuis une politique publique a été mise en place. La vente de Coca est devenue interdite au sein des établissements, les enfants reçoivent des cours de nutrition, il y a des cours de sports renforcés des femmes sont invitées à cuisiner et à vendre leurs plats aux élèves pour leur déjeuner. Il y a une volonté de lutter contre cette « malbouffe ». Après, vous faites deux pas en sortant de l'école, vous avez des vendeurs de Coca partout, tout ce qui est fait à l'intérieur de l'école est ruiné en deux secondes quand vous sortez.



*Les mères donnent du Coca cola à leurs enfants dès le plus jeune âge*

Vous mettez aussi en lumière le manque d'eau dans certaines régions, est-ce que c'est une question politisée au Mexique ?

Oui, car le problème touche globalement tout le pays. Les politiques publiques pour assainir les réseaux d'eau sont totalement inexistantes, ce qui se traduit par une absence d'eau potable dans les régions reculées. Au Chiapas, il y a une réserve aquifère au pied du volcan Huitepec mais l'usine Coca-Cola s'y est installée pour puiser le plus possible, elle est en effet très gourmande : pour 1L de Coca, il faut 6L d'eau. Ils ont reçu l'autorisation de la Commission Nationale de l'Eau pour pomper 500 millions de litres d'eau par an ! Cela assèche les villages alentour, ceux raccordés au réseau n'ont plus rien au robinet et ceux habitués à vivre de l'eau des puits les voient se vider de plus en plus. Il y a eu des contestations quand l'usine a ouvert en 1994 mais au Mexique c'est un peu compliqué... un

des intervenants m'a expliquée que le mouvement avait été vivement réprimandé et qu'il y avait eu des disparitions un peu mystérieuses. Je n'en ai pas la preuve, mais ce sont le genre d'histoires qui se racontent.

Depuis que Coca-Cola a installé sa plus grande usine à San Cristobal, ses habitants manquent de plus en plus d'eau, comment appréhendent-ils l'avenir ?

On sent une forme de résignation, un poids qui s'abat sur ses gens sans qu'ils puissent faire grand-chose... J'ai trouvé tout ça assez triste. Il n'y a pas beaucoup de messages d'espoir là-dedans.

La source originale de cet article est [Public Sénat](#)

Copyright © [Julie Delettre](#) et [Béatrix Moreau](#), [Public Sénat](#), 2017

---

Articles Par : [Julie Delettre](#) et  
[Béatrix Moreau](#)

**Avis de non-responsabilité** : Les opinions exprimées dans cet article n'engagent que le ou les auteurs. Le Centre de recherche sur la mondialisation se dégage de toute responsabilité concernant le contenu de cet article et ne sera pas tenu responsable pour des erreurs ou informations incorrectes ou inexactes.

Le Centre de recherche sur la mondialisation (CRM) accorde la permission de reproduire la version intégrale ou des extraits d'articles du site [Mondialisation.ca](#) sur des sites de médias alternatifs. La source de l'article, l'adresse url ainsi qu'un hyperlien vers l'article original du CRM doivent être indiqués. Une note de droit d'auteur (copyright) doit également être indiquée.

Pour publier des articles de [Mondialisation.ca](#) en format papier ou autre, y compris les sites Internet commerciaux, contactez: [media@globalresearch.ca](mailto:media@globalresearch.ca)

[Mondialisation.ca](#) contient du matériel protégé par le droit d'auteur, dont le détenteur n'a pas toujours autorisé l'utilisation. Nous mettons ce matériel à la disposition de nos lecteurs en vertu du principe "d'utilisation équitable", dans le but d'améliorer la compréhension des enjeux politiques, économiques et sociaux. Tout le matériel mis en ligne sur ce site est à but non lucratif. Il est mis à la disposition de tous ceux qui s'y intéressent dans le but de faire de la recherche ainsi qu'à des fins éducatives. Si vous désirez utiliser du matériel protégé par le droit d'auteur pour des raisons autres que "l'utilisation équitable", vous devez demander la permission au détenteur du droit d'auteur.

Contact média: [media@globalresearch.ca](mailto:media@globalresearch.ca)