

FESTIVAL

ALIMENTERRE

Notre avenir se joue dans nos assiettes



© Wild Angle Productions

FICHE DE PRESENTATION DU FILM

Mexique, sous l'emprise du Coca

Julie Delettre / Wilde Angle Productions & Public Sénat / 2016 / 29' /
Espagnol sous-titré français

Sélection ALIMENTERRE 2018

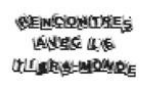
AVEC LE SOUTIEN DE :



EN PARTENARIAT AVEC :



ILS COORDONNENT ALIMENTERRE SUR LES TERRITOIRES :



Le présent document bénéficie du soutien financier de l'Agence Française de Développement, de Biocoop, de la Fondation Daniel et Nina Carasso, de la Fondation Léa Nature Jardin Bio et de Triballat Noyal. Les idées et les opinions présentées sont celles du CFSI et ne représentent pas nécessairement celles des organismes précités.

SOMMAIRE

SYNOPSIS	4
LA RÉALISATRICE.....	4
INTENTION ET TOURNAGE	5
SÉQUENÇAGE.....	5
PROTAGONISTES.....	7
ELEMENTS DE CONTEXTE.....	7
PREPARER LE DÉBAT	8
POUR ALLER PLUS LOIN	9

Coordonné par le CFSI et mis en œuvre par le réseau ALIMENTERRE, le festival ALIMENTERRE est organisé chaque année du 15 octobre au 30 novembre. Il a pour ambition l'appropriation par les citoyens des enjeux alimentaires du local au global afin qu'ils contribuent à de systèmes alimentaires durables et solidaires et au droit à l'alimentation.

Parmi les outils proposés aux organisateurs, le CFSI réalise une **fiche de présentation de chaque film de la sélection**. Cette fiche est à utiliser avec un choix de **15 fiches pédagogiques** régulièrement actualisées, pour approfondir la ou les thématiques des films et préparer le débat.

Si vous souhaitez être accompagné dans l'organisation de votre événement ALIMENTERRE, n'hésitez pas à contacter le coordinateur ALIMENTERRE présent sur votre territoire.

www.alimenterre.org

SYNOPSIS

Eau, mondialisation, multinationales, pratiques ancestrales

Mexique

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 se manifestent tant à l'échelle individuelle, économique qu'environnementale.

Ce documentaire témoigne de la manière dont la firme Coca-Cola a implanté à San Cristobal de Las Casas sa plus grosse usine dans les années 1980. Depuis, elle y pompe l'eau nécessaire à sa production, puisant directement dans la nappe phréatique de la ville jusqu'à en assécher certaines communautés alentours. Pour fabriquer un litre de Coca, il ne faudrait pas moins de six litres d'eau. Entré dans l'ALENA en 1994, le Mexique a suivi les pas des États-Unis dans sa politique libérale. La multinationale américaine s'est ainsi immiscée partout. Pas un village qui ne soit labellisé aux couleurs de la marque.



© Wild Angle Productions

L'AVIS DU COMITÉ DE SÉLECTION

À travers l'exemple de l'entreprise multinationale Coca-Cola implantée au Mexique, on découvre les conséquences du traité de libre-échange avec les États-Unis sur la population du Chiapas, au Sud du pays : problèmes de santé, ingérence politique, dégradation de l'environnement, menace sur la culture maya. Face à la firme, les populations locales s'organisent pour trouver des solutions et se réapproprier leurs ressources naturelles. Adapté à tous les publics, ce documentaire invite au débat sur nos choix de consommation et leurs multiples impacts, mais aussi sur l'eau comme « bien commun » dans le contexte de la mondialisation.

LA RÉALISATRICE



© DR

Julie Delettre est réalisatrice depuis 14 ans. Elle a réalisé de nombreux reportages et documentaires télévisés pour des chaînes comme France 5, France 2, ARTE ou encore Planète. *Mexique, sous l'emprise du Coca* est son premier documentaire pour Public Sénat. Julie Delettre est passionnée de voyages, par les histoires humaines et films qui racontent notre société.

INTENTION ET TOURNAGE

Ce film s'inscrit dans une série qui s'intitule « Les dessous de la mondialisation » pour Public Sénat. A l'heure de la globalisation, cette série documentaire éveille les consciences des citoyens sur **les dessous de la fabrication des produits et services de grande consommation**. Ces enquêtes inédites sur les dessous de la mondialisation présentent les enjeux mais aussi **les conséquences sociales, économiques et environnementales** des produits que nous consommons à travers le monde entier.

Julie Delettre a souhaité s'intéresser à la multinationale Coca-Cola. Au fur et à mesure de ses lectures sur le sujet, elle a découvert qu'un **rite religieux incluant le Coca-Cola** était célébré au Mexique, dans la région du Chiapas. La boisson était devenue quasi sacrée pour cette population. La réalisatrice, effarée de cette découverte, a eu envie de creuser le sujet.

Au Mexique, Coca-Cola a acquis un pouvoir considérable. Dans le sud du pays, au Chiapas, l'un des états les plus pauvres, la multinationale américaine a fait main basse sur l'eau, sur la vie et la santé de ses habitants. Cette enquête est aussi un **portrait d'une société**. « Il fallait donner des informations et des chiffres, mais aussi le ressenti des populations. Leur parole fut indispensable, forte et sincère ».

L'idée du titre est venue en observant la soumission des habitants à ce soda. On sent une forme de résignation, un poids qui s'abat sur ces gens sans qu'ils puissent faire grand-chose. Le titre *Mexique, sous l'emprise du Coca* témoigne de **cette main mise aux airs de « colonisation »**.

Julie Delettre a travaillé avec une journaliste fixeuse sur place qui est allée à la rencontre des personnes, leur parler du projet. Elle a fait un premier repérage et organisé les interviews. Ensuite, l'équipe s'est rendue sur place avec le chef opérateur image pour **8 jours de tournage**. Il a fallu se faire accepter au sein de cette communauté et qu'une relation de confiance s'installe.

Ce n'était pas évident car la plupart des mexicains rencontrés étaient méfiants à l'idée de s'exprimer face à la caméra et l'équipe avait peu de temps sur place. Toutefois, **l'envie de dénoncer** était vraiment très importante pour la plupart des habitants.

Grâce à une journaliste qui vit à San Cristobal de Las Casas, le film a été projeté dans le village où le documentaire fut majoritairement tourné. Les gens ont pu le voir et continuer à discuter autour de ce sujet pour trouver des solutions. Le gouvernement vient de changer au Mexique, peut-être les choses vont-elles évoluer bientôt ? Le bouche à oreille fonctionne beaucoup, le film a été diffusé sur YouTube puis Dailymotion, il est visible, circule et c'est ce qui est le plus important pour la réalisatrice.

SÉQUENÇAGE

Cérémonie

00:00:00 à 00:02:00

Le film s'ouvre sur une cérémonie d'invocation de l'eau, ressource essentielle pour les habitants du Chiapas pour vivre décemment. Le Coca-Cola, « boisson sacrée », fait partie de toutes les cérémonies : naissance, baptême, mariage, etc.

Contexte

00:02:00 à 00:02:28

En 1994, Coca-Cola installe dans la ville de San Cristóbal de Las Casas, dans la région du Chiapas, la plus grande usine de fabrication de soda d'Amérique latine. L'entreprise se fournit dans l'une des plus grandes nappes phréatiques du pays, asséchant plusieurs villages aux alentours.

La pénurie d'eau dans les villages

00:02:28 à 00:07:51

A San Felipe, village de 5 000 habitants, l'accès à l'eau est extrêmement restreint et rationné. Cela impacte le quotidien des habitants pour boire, faire la cuisine, la toilette, la lessive, s'occuper des animaux, etc. L'eau des puits est devenue terreuse et rend les habitants malades, tandis que les rivières se sont asséchées. La seule eau accessible doit être bouillie avant d'être consommée. Les villageois peuvent également acheter de l'eau au camion-citerne ou en bonbonnes, mais n'en ont pas toujours les moyens.

La pénurie d'eau dans les villes

00:07:51 à 00:11:45

San Cristobal de las Casas est une ville de 185 000 habitants. Tous les jours, une cinquantaine de camions-citernes alimentent la ville en eau. Le réseau municipal de distribution d'eau n'est alimenté que par une seule source, située à 150 mètres de profondeur, sur laquelle s'est installée Coca-Cola. La Commission nationale de l'eau permet à l'entreprise d'extraire jusqu'à 50 000 camions-citernes de 10 000 litres par an, soit près de 500 millions de litres d'eau. La pénurie d'eau de ces 10 dernières années a trois causes : la déforestation, le réchauffement climatique et les forages effectués par Coca-Cola.

L'arrivée de Coca-Cola à San Cristóbal de las Casas

00:11:45 à 00:13:45

Un témoignage nous apprend que dans le passé, la région était pleine de ressources et que les habitants ne manquaient jamais d'eau. L'arrivée de Coca-Cola a provoqué de nombreuses révoltes. L'accord entre le gouvernement et l'entreprise a eu raison de ces affrontements. Les habitants n'ont pas été entendus. Des conflits entre les habitants de San Cristobal sont nés de cet accord.

Témoignage d'un ancien salarié de l'usine

00:13:45 à 00:15:24

Entre la nécessité de travailler et la considération pour leurs concitoyens, les habitants de la région font face à un dilemme. Les salariés de Coca-Cola obtiennent un emploi et un salaire sûr, en moyenne deux fois plus élevé que le salaire d'un ouvrier. Ils ont conscience des conséquences désastreuses de l'usine sur l'environnement et les habitants.

Sensibiliser les communautés

00:15:24 à 00:19:05

Coca-Cola s'est immiscé partout, jusqu'aux villages les plus reculés, et envahit communautés et restaurants. Les habitants peuvent boire jusqu'à 2 litres de soda par jour. Le Coca-Cola n'est pas cher et facilement accessible. L'augmentation de la consommation de Coca-Cola s'est faite au détriment des boissons traditionnelles locales, telles que le Pozol, une boisson faite à partir de maïs fermenté. Sans système éducatif de qualité et sans accès à un réseau d'eau potable, les communautés marginalisées se sont vues imposer les produits Coca-Cola.

Problèmes de santé

00:19:05 à 00:22:42

Les patients de l'hôpital de San Felipe consomment au minimum un demi-litre de Coca-Cola par jour. Ils souffrent d'hypertension, de surpoids, d'obésité et de diabète. Les enfants souffrent d'obésité dès leur plus jeune âge. Cela aura un impact sur leur espérance de vie.

Sensibiliser les enfants à l'école

00:22:42 à 00:25:28

A l'école, les enfants font de l'exercice et apprennent les bases de l'alimentation saine. La fontaine d'eau potable a été offerte à l'école par Coca-Cola.

Installation de purificateurs d'eau dans les villages

00:25:28 à 00:29:33

A San Felipe, les habitants tentent de se réapproprier l'accès à l'eau. Ils sont accompagnés par la Fondation Cantaro Azul, qui agit pour l'accès des communautés à cette ressource. La fondation leur apprend à se servir de purificateurs d'eau.



PROTAGONISTES

Marta et son père Isaías – Habitante de San Felipe

Rodolfo – Habitant de San Felipe

Antonino Garcia – Hydrologue

Ancien salarié anonyme de l'usine Coca-Cola

Armando – Fondation Cantaro Azul

Giselle – Nutritionniste à l'hôpital de San Felipe

Rafael – Professeur d'éducation physique

Alejandro – Directeur de l'école de San Felipe

ELEMENTS DE CONTEXTE

Dirigée par James Quincey, l'entreprise Coca-Cola est n°1 mondial de la production (43 % de son activité) et de la commercialisation (57 % de son activité) de boissons sans alcool.

L'entreprise dispose d'un chiffre d'affaires en 2016 de 37,9 milliards d'euros, de 97 sites de production dans le monde et d'un effectif de 123 000 personnes¹.

Pour pouvoir fabriquer des milliards de litres de Coca Cola, vendus notamment en Amérique du Nord, Coca-Cola paie pour puiser dans une nappe phréatique à San Cristobal dans le Chiapas au Sud du Mexique. Elle prélève 750 000 litres d'eau de la nappe phréatique par jour, ce qui engendre des coupures d'eau pour la population et une raréfaction accrue des eaux souterraines.

Les Mexicains sont les plus gros consommateurs de Coca-Cola au monde. 70 % de la population est en surpoids. Le diabète est une des principales causes de mortalité.

PREPARER LE DÉBAT

Fiches thématiques

Pour préparer le débat, nous vous invitons à consulter les fiches thématiques suivantes :

La fiche « L'eau, ressource vitale mais menacée »

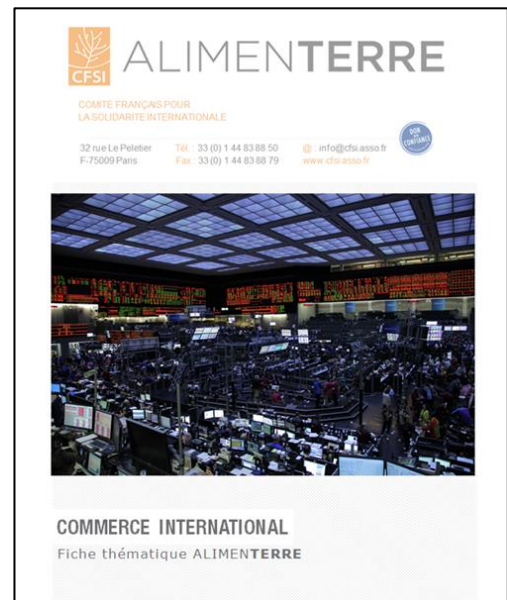
L'eau est un élément vital, indispensable à la production de denrées alimentaires, un élément crucial pour assurer les moyens de subsistance de centaines de millions de petits agriculteurs et de communautés rurales dans le monde entier. La question de l'eau fait l'objet d'un des Objectifs de Développement Durable (ODD n°6). Or, l'eau agricole est de plus en plus accaparée par des acteurs économiques au mépris des droits des agricultures familiales. La mise en place d'une gestion démocratique, soucieuse de réduire les pressions exercées par les activités humaines est impérative afin de satisfaire les besoins en eau et garantir le droit et l'accès à l'eau pour tous.

La fiche thématique « L'eau ressource vitale mais menacée » est consultable sur www.alimenterre.org

La fiche « Commerce international »

Alors que les négociations commerciales internationales menées dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) achoppent sur les questions agricoles, les consommateurs des pays riches peuvent se procurer à n'importe quelle saison des denrées alimentaires venues de tous les continents. Presque tous les agriculteurs de la planète

¹ Sources : Cofisem



sont concernés par les flux d'échanges de produits agricoles et alimentaires. Les agricultures familiales et paysannes dans les pays du Sud sont victimes de la dérégulation des marchés agricoles. Dans ce contexte, les défis sont multiples, qu'il s'agisse d'une répartition plus équitable de la valeur ajoutée dans les filières agroalimentaires, de l'impératif d'évolution vers des formes d'agriculture plus durables ou de la compétition entre produits mondiaux et produits locaux. Quelles issues ?

La fiche thématique « Commerce international » est consultable sur www.alimenterre.org

Intervenants

Pour trouver des intervenants ayant les compétences pour intervenir lors du débat, vous pouvez contacter les partenaires nationaux d'ALIMENTERRE.

POUR ALLER PLUS LOIN

Partage des eaux, ressources et informations pour une gestion juste et durable de l'eau : <https://www.partagedeseaux.info/>

Fondation Cantaro Azul : <http://www.cantaroazul.org/>

Reporterre, (2015). « Au Mexique, la population manque d'eau potable mais Coca-Cola prospère ». <https://reporterre.net/Au-Mexique-la-population-manque-d>

New York Times, (2018). « In Town With Little Water, Coca-Cola Is Everywhere. So Is Diabetes ». En anglais et espagnol : <https://www.nytimes.com/2018/07/14/world/americas/mexico-coca-cola-diabetes.html>

Planétoscope. « Consommation d'eau par la Coca-Cola Company pour la production de ses boissons ». <https://www.planetoscope.com/boisson/245-consommation-d-eau-par-la-coca-cola-company-pour-la-production-de-ses-boissons.html>

Public Senat, (2017). « Mexique : un pays colonisé par « Coca-Cola » ». <https://www.publicsenat.fr/article/societe/mexique-un-pays-colonise-par-coca-cola-75712>

Ritimo, (2018). « Eau et changement climatique : les alternatives proposées par France Libertés ». <https://www.ritimo.org/Eau-et-changement-climatique-les-alternatives-proposees-par-France-Libertes>

Ritimo, (2018). « Eau, bien commun. Climat, territoires, démocratie ». <https://www.ritimo.org/Eau-bien-commun-Climat-territoires-democratie>

PDF : https://www.coredem.info/IMG/pdf/eau_bien_commun.pdf

Les Echos (10 Avril 2018). « Coca-Cola s'attaque au marché français de l'eau » https://www.lesechos.fr/10/04/2018/lesechos.fr/0301546015406_coca-cola-s-attaque-au-marche-francais-de-l-eau.htm



COMITE FRANÇAIS POUR
LA SOLIDARITE INTERNATIONALE

32 rue Le Peletier
F-75009 Paris

Tél. : 33 (0) 1 44 83 88 50
Fax : 33 (0) 1 44 83 88 79

@ : info@cfsi.asso.fr
www.cfsi.asso.fr

