Zeitschrift: Actio : un magazine pour l'aide à la vie
Herausgeber: La Croix-Rouge Suisse
Band: 95 (1986)
Heft: 7

Artikel: Il était une fois Coca-Cola
Autor: Delaite, Anne
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-682299

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.10.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

SOCIÉTÉ

Histoire d'une petite bouteille et d'une entreprise indissolublement liées au 20e siècle

Il était une fois Coca-Cola

Coca-Cola, c'est rouge et blanc, un logo qui parle tout seul. Une image en béton, aussi familière que l'asphalte. Même les enfants déchiffrent ce qui est écrit dessus. La forme, la couleur, la typographie du nom sont universellement perceptibles dans toutes les langues du monde. Coca-Cola est la première boisson espérantiste. Et même si les finances de Papy-Cola talonnées par Pepsi pétillent un peu moins que par le passé, le Coke est à jamais l'emblème du 20e siècle, une boisson de légende qui l'a traversé en le symbolisant.

Anne Delaite

Le secret de la potion magique

La petite bouteille cannelée, née la même année que la Statue de la Liberté, est une vieille dame d'un siècle. C'est en 1886 qu'un pharmacien d'Atlanta, le docteur John Pemberton, concocte cet élixir censé guérir les maux de tête. De l'eau, du sucre, de la caféine, des feuilles de coca, de l'acide phosphorique, de la noix de cola, plus une mixture secrète le «7X», le bon docteur ne se doutait pas que cent ans plus tard son secret, toujours enfermé dans le coffre d'une banque d'Atlanta, resterait inviolé.

Coca-Cola a toujours cherché à développer ses œuvres philanthropiques. De nombreuses œuvres caritatives, dont la Croix-Rouge, ont bénéficié des largesses de la firme d'Atlanta.

En reprenant l'affaire, le droguiste Candler décide d'ajouter du caramel: de verte la boisson vire au brun. Grâce à l'emballage, Coca-Cola prospère: dès 1904, 3500000 litres sont vendus, si bien qu'en 1915, les contrefaçons, les Takola, les Cola-Soda et autres marques prolifèrent. «Créons une bouteille que même un aveugle puisse reconnaître», dit Candler. Ainsi naît la canette «robe fourreau», évocation des robes 1900 plissées alors très en vogue. Sa forme évoque plus précisément la silhouette de la star holywoodienne Mae West.

1920: vote de la loi sur la prohibition. Les immigrés italiens, buveurs de vin et les Irlandais amateurs de bière se rabattent sur le Coca. La consommation grimpe jusqu'à 6000000 de bouteilles par jour.

Seconde Guerre mondiale: Bob Woodruff, nouveau patron de Coca, saisit l'occasion pour donner à la petite bouteille une image patriotique. «Notre place est au front» dit-il. «Chaque homme en uniforme pourra acheter du Coca pour cinq cents où qu'il soit, quoi que cela coûte.» 5 milliards de bouteilles seront consommées en quatre années de guerre par l'armée américaine. En 1944, Coca débarque en Normandie avec les alliés. Cinq ans plus tard, Coca s'est taillé une belle part du marché européen.

La guerre des bulles

C'est alors que se réveille le vrai rival de Coca-Cola: Pepsi, qui va aller jusqu'à pouvoir menacer directement le vieux roi d'Atlanta. La guerre des bulles est officiellement déclarée en 1953, avec le passage du vice-président de Coca, Alfred N. Steele, à l'ennemi. Depuis on se bat toujours et sur tous les fronts, à grands coups de publicités comparatives. Coca s'offre Bill Cosby et Julio Iglesias; Pepsi a recours à Michael Jackson. Ils se battent sur les terrains de sports et jusque dans l'espace. Les deux boissons ont même leur couleur politique. Coca serait démocrate et Pepsi républicain. Nixon aide Pepsi à s'installer

La coke civilisation est née.

Coca est présent partout, par la publicité et les gadgets.

en URSS et Coca prend sa revanche en Chine avec Carter. Coca est interdit dans les pays arabes pour avoir monté une usine en Israël, Pepsi s'y est installé.

Nouvelles formules

Dans les années 80, Roberto Goizueta, 4e président de Coca-Cola, se lance alors à fond dans la diversification, talonné par Pepsi au hit-parade des ventes. La société s'adapte à la mode des boissons sans sucre et sans caféine; son «Diet Coke» ou «Coca Light», «Cherry-Coke», sorte de panaché à la cerise et au coca, obtiennent un succès faramineux. Mais l'absolu coup d'éclat de Goizueta fut sans doute lorsqu'il annonça en 1985 le retrait des ventes du coca traditionnel (le «7×» du docteur Pemberton) et l'entrée en scène d'un dénommé New Coke ou 7×100 dont la dose de sucre était supérieure de 6 g. Ce qui fit dire à Roger Enrico, le président de Pepsico: «Ils ont enfin reconnu que c'est le goût du Pepsi qui est le meilleur.» Résultat: manifestations, slogans, banderoles, crises. Les papilles de l'Amérique profonde tressaillent d'indignation. «C'est comme si on avait affublé la Statue de la Liberté d'une minijupe» regrette le magazine *Time* qui ne plaisante pas avec les mythes fondateurs.

Surprise et renversement, le 10 juillet 1985, le géant d'Atlanta annonce brutalement son retour au fameux «7X» traditionnel nommé à l'occasion «classique». Résultat: cette nouvelle-canon fit immédiatement monter en flèche les actions de Coca et les ventes augmentèrent dans les six mois de 10%.

En Suisse, la consommation annuelle de boissons rafraîchissantes gazéifiées atteint quelque 400 millions de litres et Coca-Cola occupe le quart de ce marché avec 100 millions de litres.

Au-delà du succès commercial, le soda doux amer d'Atlanta est devenu l'objet d'un véritable culte. Dès l'origine, les publicitaires géniaux de Mc Cann Erickson ont su mettre en place toute une imagerie propre à déclencher des soifs aussi hygiéniques qu'irrésistibles. Aux pin-up pulpeuses d'avant la guerre font place dans les années cinquante des images et des slogans s'adressant directement aux jeunes. C'est une Amérique saine, dynamique, jeune et toujours habillée à la dernière mode qui est proposée. Avec le Coke, c'est l'élixir de jouvence qui est bu. Les stars et idoles des années cinquante, Gary Cooper puis Ray Charles et Nancy Sinatra ne feront que renforcer le mythe par le film et par l'affiche.

Par-delà les illusions du marketing, la firme, fondée par Woodruf en 1923, s'est toujours attachée à développer ses œuvres philanthropiques. Pas un parc ou hôpital d'Atlanta qui n'ait bénéficié de ses largesses sans compter les subsides à la Croix-Rouge et à d'autres institutions charitables du monde entier.

Le Coca est-il bon pour la santé? Il circule, il est vrai à ce sujet des rumeurs surprenantes; un morceau de viande placé dans un verre de Coca se verrait dissout en l'espace d'une semaine ou mieux en une nuit; quelques gouttes de Coca sur la carrosserie de votre ennemi juré et le lendemain... la carrosserie serait perforée. Mais tout porte à croire que ces inepties ne reposent sur aucun fondement. En revanche la médecine a reconnu les vertus curatives du Coca puisque les pédiatres et certains généralistes n'hésitent pas à le prescrire. Gastro-entérites, angines cèdent devant le Coca débarrassé de son gaz carbonique. En Suisse il sert même de substitut nutritionnel chez les nourrissons allergiques au lait maternel. Il ne faut cependant pas oublier que Coca-Cola contient 10% de sucre, soit 18 morceaux par litre et favorise par conséquent l'apparition de la carie dentaire, notamment chez les jeunes enfants.

La Coke civilisation est née. C'est indéniable. 303 millions de verres de Coca sont bus chaque jour dans le monde, Coca est présent partout par la publicité et les gadgets, il est même rentré en littérature avec Zazie de Queneau, la BD avec Luky Luke. Sa consommation, contrairement au vin, n'est régie par aucun rituel. Sa force et son originalité résident dans la constance et la cohérence avec lesquelles pendant près d'un siècle le nom et le graphisme ont été gérés par la compagnie. □

(suite de la p. 9)

pendant et après la naissance. Voici quelques scénarios à risques:

– l'enfant-test dont on attend qu'il améliore la situation de la famille, qu'il assure un nouveau départ au couple et que l'on rend responsable de ne pas avoir répondu aux espoirs placés en lui;

– une mère célibataire ou divorcée qui vit avec un homme qui n'est pas le père de son enfant;

– une grossesse précoce vécue en solitaire.

Des organisations du genre «Main tendue» «Crèches de crise» ou «Parents anonymes» sont sans doute utiles pour décharger certaines foudres avant qu'elles ne frappent des innocents trop jeunes pour les esquiver ou pour se plaindre. «Empoigne le téléphone plutôt que ton enfant» telle est la devise de l'association «Parents anonymes».

Les causes

Indépendamment du profil psychique des parents «bourreaux d'enfants» évoqué plus haut, quelles sont les causes qui prédisposent et favorisent l'apparition de ce phénomène? Pour certains, les facteurs socio-économiques sont à mettre en première place: pauvreté, logement précaire, entassement, chômage... Pour d'autres, ce qui caractérise plutôt les parents agresseurs, c'est le marginalisme sous toutes ses formes: déracinement culturel, social, isolement volontaire ou involontaire au sein de la société, rigidité dans les principes réglant la conduite de sois-même et d'autrui. De toute manière, il est certain que le phénomène est multidéterminé. Dans les sociétés industrialisées ou post-industrialisées, l'enfant ne représente plus le même «investissement» affectif. Il est même vécu comme une source d'inconfort. En outre l'éclatement de la cellule familiale traditionnelle où les grands-parents jouaient un rôle stabilisateur certain est aussi à prendre en considération.

Mesures juridiques

On ne saurait terminer cette enquête sans parler de l'aspect juridique.

Que peuvent faire les lois pour mieux protéger les enfants victimes de mauvais traitements? Les condamnations prononcées en Suisse sont plutôt rares. Quand elles le sont, c'est presque toujours avec sursis. L'article 134 du Code pénal n'a pas confirmé, aux dires des juristes, les espoirs placés en lui, tant en ce qui concerne la protection que la prévention. En effet, la loi exige que l'on puisse apporter la preuve que le comportement des parents aura des conséquences sur la santé mentale et physique de l'enfant, que son développement intellectuel sera perturbé, que le geste était intentionnel, etc. Reste un autre moyen auquel on préfère avoir recours: l'application du droit civil dans le cadre des articles 307 et suivants. C'est une graduation de mesures: dans un premier stade on rappelle aux parents leur devoir: éventuellement l'autorité tutélaire désigne un curateur qui assistera les parents, l'enfant demeurant dans son milieu; mais si ce n'est pas possible, on le placera dans une institution ou une famille. En dernier ressort, la Cour de justice peut décider – si la situation est tout spécialement grave – le retrait de l'autorité parentale et la désignation d'un tuteur. Ces mesures civiles sont pourtant elles aussi prises lorsque toute autre solution a échoué. □

(suite de la p. 25)

– Cela ne me dérangerait pas.
– Pourquoi?
– Nous aurions deux bras de plus pour aider. Il y a encore beaucoup à faire dans ce village.

Les paroles de Gilberta reflètent une évidence qu'il m'est difficile de comprendre. Un poème ghanéen me vient à l'esprit:

> "Woman Woman
> how often you carry
> the heaviness
> of your soul... only to
> empty it into songs."