

La fabrication d'une image

Cola le conquérant porte un regard critique sur la mythique multinationale d'Atlanta

MARC CASSIVI

LE DEVOIR

«Coca-Cola est votre ami»... Dès les premières minutes, qui ne sauraient être plus suggestives, le ton du documentaire *Cola le conquérant* est donné. Bouteilles filiformes, jeunes femmes pulpeuses bombant le torse pour accueillir avec entrain des cascades rafraîchissantes de boisson gazeuse, jeunes hommes musclés cavalcadant et se trémoussant de plaisir en ingurgitant une rasade de Coke. La satisfaction se lit sur tous les visages, dans tous les regards, sur toutes les lèvres.

Coca-cola est une image. Et surtout une image, selon la réalisatrice Irène Angelico. Une image léchée, ingénieuse d'innovation et forte de tradition, qui fait vendre neuf cent millions de bouteilles et canettes à la célèbre effigie rouge et blanche chaque jour, dans tous les recoins de la planète.

Cola le conquérant retrace, le temps de trois épisodes d'une heure, l'histoire de Coca-Cola, tout en portant un regard résolument critique — voire cynique — sur la mythique multinationale d'Atlanta. En filigrane, ce fascinant documentaire pose la question suivante: Comment un produit de consommation vide de toute valeur nutritive est-il arrivé à occuper une telle place dans l'imaginaire d'un peuple, en devenant même le symbole à travers le monde?

The Cola Conquest, version originale du film, avait été présenté sur les ondes de



La réalisatrice Irène Angelico

CBC début septembre, ainsi qu'au Festival des films du monde (FFM) de Montréal, où il avait été chaudement salué à la fois par le public et la critique. *Cola le conquérant* sera quant à lui diffusé à l'antenne de Télé-Québec, dans le cadre de la série *Le tour des mondes*, les jeudis 26 novembre, 3 et 10 décembre à 20h, et rediffusé les vendredis suivants, à midi.

Un portrait de l'Amérique

La série débute avec de nombreuses et captivantes images d'archives qui illustrent les balbutiements de la Coca-Cola Company à la fin du 19^e siècle, au travers des tribulations d'un morphomane de génie nommé John Pemberton. On y apprend entre autres que ce guérisseur-charlatan commercialisait la boisson — d'abord alcoolisée — qu'il avait concoctée à

partir de feuilles de coca et de noix de cola d'Amérique du Sud comme un médicament, le *Brain Tonic* (tonique pour le cerveau), destiné à chasser les maux de tête et la fatigue. Rumeur voulait également à l'époque que les femmes, après avoir absorbé quelques comprimés d'aspirine et ingurgité une bouteille de Coca-Cola, perdaient toute inhibition... Plus tard, le *Brain Tonic* deviendra «délicieux et rafraîchissant» afin de rejoindre une clientèle plus jeune, et pas nécessairement souffrante. Davantage qu'un historique, *Cola le conquérant* est surtout un portrait de l'Amérique du siècle présent, de ses aspirations, de ses réussites et de ses échecs, vu à travers le goulot d'une bouteille reconnaissable parmi toutes et contenant le liquide le plus populaire de la planète, après l'eau. L'histoire de

Coke, c'est également l'histoire de la publicité moderne, des affiches de Norman Rockwell et du Père Noël bedonnant et vêtu de rouge imaginé par l'entreprise, ainsi que de l'évolution de l'inépuisable rivalité avec Pepsi.

Le deuxième épisode de la série débute d'ailleurs avec des images de la Place Rouge, à Moscou, sur fond de musique militaire et d'allusions à la guerre froide... entre les deux géants de la boisson gazeuse. On y découvre les stratégies des équipes de conception publicitaire, prêtes à tout pour contribuer un peu plus à la déification de leur précieux liquides respectifs. Big brothers d'une image soigneusement préfabriquée, conçue pour conquérir l'univers.

Le film traduit également le désir expansionniste de Coca-Cola — à l'image des États-Unis —, ainsi que le pouvoir exercé par l'influente transnationale sur la Maison-Blanche ainsi que sur sa politique étrangère, dans les anciens bastions communistes.

La réalisatrice, Irène Angelico, qui a mis quatre ans à réaliser ce projet d'envergure, qualifie davantage *Cola le conquérant* comme une démonstration de la réalité, plutôt qu'une dénonciation. Ce qui ne semble cependant pas être l'avis du principal intéressé, Coca-Cola ayant refusé de collaborer à la réalisation du documentaire.

Cola le conquérant, les jeudis 26 novembre, 3 et 10 décembre, à 20h, à Télé-Québec.