

Trois raisons de ne pas boire de sodas



Cannettes et bouteilles de Coca-Cola

En-dehors des considérations diététiques sur le sucre (1 litre de soda contient environ 100 g de sucre, soit 25 morceaux de sucre; une cannette de 33 cl en contiendra donc environ 8 morceaux...), ou encore sur les édulcorants (qui occuperaient tout un article à eux seuls), insistons ici sur trois raisons pour déconseiller la consommation de produits des entreprises The Coca Cola Company (TCCC), première entreprise productrice mondiale de sodas (incluant Sprite, Schweppes, Fanta, ...), mais aussi Pepsico, ou d'autres. Les trois raisons sont les suivantes:

- Ce sont de gros pollueurs de plastiques
- Consommer du Coca (ou autres), même allégé, favorise l'obésité mondiale
- Car ces entreprises, et singulièrement TCCC, spolient la recherche scientifique mondiale.

1°) Pollution plastique

On produit 353 millions de t de plastique/an à ce jour dans le monde. Seulement 55 millions sont recyclées et recirculent. Sur les 300 millions restants, une grosse majorité finit en décharge ou est incinérée: pollution terrestre. 14 millions de t de plastique «inondent» les océans chaque année, la moitié provient de Chine: pollution maritime. TCCC produit 3 millions de t de plastique par an, soit 100 milliards de bouteilles plastique, soit 200.000 bouteilles par minute. Hallucinant.

De nos jours, dans les pays développés, la charge de la collecte des plastiques revient aux consommateurs et à la collectivité. Les bouteilles plastiques ont supplanté les bouteilles en verre depuis les années 1980. Elles sont moins lourdes et moins fragiles. Pourtant, dès 1971, une étude avait montré l'impact écologique bien inférieur des bouteilles en verre dès lors qu'on les réutilisait au minimum 15 fois.

Mais le système de consigne s'est révélé trop pesant devant le consumérisme aisé du plastique. L'exemple démonstratif est celui des Iles Samoa, où une usine embouteillait le Coca en verre avec le sirop importé; du jour au lendemain, Coca a décidé d'y exporter les bouteilles plastique; Comme il n'y avait aucun système de collecte organisé, les îles tropicales furent bientôt envahies de dizaines de milliers de cadavres de bouteilles dont personne ne savait que faire.

A comparer au discours de greenwashing de l'entreprise qu'elle porte depuis une vingtaine d'années: «un monde sans déchet». On doute de ce discours quand l'entreprise annonçait en 2011 un recyclage de 25% en 2015, en fait 7% à l'usage, et en 2020 un recyclage de 50% en 2025, ce dont on est en droit légitime de douter. Le recyclage ou la recirculation des bouteilles plastiques est d'autant plus efficace que les pays sont organisés pour cela: 90% en Allemagne et dans les pays scandinaves, 57% seulement en France... Imposer un discours de recyclage est donc du pur greenwashing puisque cela ne dépend pas uniquement de l'entreprise elle-même.

On peut rajouter qu'acheter ces produits conduit à donner de l'argent à une entreprise qui produira encore plus de plastique ultérieurement...

2°) Sodas et obésité

A l'évidence, consommer des boissons sucrées favorise l'obésité. Au Mexique, plus gros consommateur mondial (et producteur de bouteilles plastiques), 160l de soda/an/habitant, on observe une explosion de diabète et d'obésité particulièrement infantile; certes, ce n'est pas que le Coca. Il faut ajouter la profusion de fast-foods et la consommation effrénée de produits transformés.

En France, on consomme 58l de sodas/personne/an. Donner de l'argent à ces entreprises, même si l'on ne consomme que des boissons édulcorées, revient à favoriser le marketing partout dans le monde, y compris dans les pays où la consommation des boissons édulcorées est très faible. Le budget marketing annuel mondial de TCCC est de 4 milliards d'€.

3°) Lobbying et Science

Naguère, TCCC finançait le «Global Energy Balance Network», pseudo-organisme de promotion des sodas sur la planète. Network abandonné. Pour autant, chaque année, TCCC subventionne des études à hauteur de 20 millions \$ tous les 10 ans aux USA, et 100 millions \$ sont consacrés aux partenariats multiples.

Ce «sponsoring» existe également en France. En 2019, Le Monde publiait le conflit d'intérêts du directeur (actuel) de l'Union Cycliste Internationale. Au-delà du financement d'experts, TCCC finance des expositions: Salon de la Société Française de Médecine du Sport entre 2010 et 2016 à hauteur de 80.000 €/an; les célèbres Entretiens de Bichat (de Médecine Générale) à raison de 100.000 €/an. Ou encore la formation de patients experts pour le compte de la Fédération Française des Diabétiques à concurrence de 230.000 €. Si, si, j'ai bien dit Diabétiques.

En 2019 toujours, le «Journal of Public Health Policy» affichait ses soutiens. TCCC en faisait partie, à tel point qu'ils interdisaient des publications scientifiques d'articles qui n'allaient pas dans le sens de l'entreprise. Ainsi, TCCC fait beaucoup de mal à la science indépendante.

Ajoutons que TCCC commandite également le Mondial de Foot au Qatar (éminemment (hum!) respectueux de l'environnement avec ses stades à ciel ouvert climatisés), ou la FIFA, première fédération sportive de la planète, ou encore les Jeux Olympiques: souvenez-vous d'Atlanta en 1996, JO organisés dans le même pays que ceux de Los Angeles 12 ans plus tôt, alors qu'en principe, les villes organisatrices doivent tourner à l'échelle mondiale, extraordinairement facilités par le sponsor de TCCC, et qui n'auraient pu avoir lieu sans elle, dont le siège est basé à ... Atlanta, Géorgie. CQFD.

Dr Bruno Bourgeon, président d'AID: <http://www.aid97400.re>

D'après <https://www.naturacademy.com/naturapower>