

Les navires de guerre de Pepsi-Cola

Quentin NOUGÉ

Titulaire d'un Master 2 en géopolitique et prospective (IRIS Sup⁷) et d'un Master 2 en développement économique et gestion du risque maritime (Université de Lille 2).

En lisant le titre de cet article, vous vous demanderez certainement quel lien peut exister entre Pepsi-Cola, fabricant américain de boissons gazeuses, et des embarcations militaires. Pour bien comprendre, il faut revenir à 1959, année durant laquelle les États-Unis organisèrent au parc Sokolniki de Moscou une exposition sur le thème de l'« *American way of life* » [le mode de vie américain]. Toutes les principales entreprises du pays y tenaient alors un stand (Disney, Dixie Cup, IBM et Pepsi-Cola).



Nikita Khrouchtchev et Richard Nixon lors du « *kitchen debate* », le 24 juillet 1959 (photo : Thomas J. O'Halloran).

Cet évènement fut le théâtre d'une discussion politique passionnée entre le dirigeant soviétique de l'époque, Nikita Khrouchtchev, et le vice-président américain Richard Nixon chargé de lui présenter l'exposition, le 24 juillet. L'échange resta célèbre sous le nom de « *kitchen debate* » puisqu'il se déroula devant la reproduction d'une cuisine américaine typique.

Habilement, Nixon conduisit ensuite le dirigeant soviétique vers le stand de la marque Pepsi-Cola tenu par son ami Donald McIntosh Kendall (chef de la division internationale du groupe américain). « Monsieur K. » apprécia tellement la boisson qu'il en but plus d'une demi-douzaine de verres.

La photo de Khrouchtchev tenant un verre de Pepsi à la main fit immédiatement la « une » des journaux et donna une impulsion commerciale majeure à la marque, devenue pour l'occasion le « symbole de la fraternité des peuples ». Surtout, elle allait lui permettre de supplanter son grand rival Coca-Cola dans l'attribution exclusive du marché soviétique.



Pour Kendall, la photo constitua une victoire personnelle qui lui permit de devenir quelques années plus tard le président de Pepsi-Cola. Logiquement, une partie de sa politique de développement international s'orienta dès lors vers l'Union soviétique. Les négociations pour pénétrer ce marché durèrent au total plus d'une décennie.

En 1972, Pepsi-Cola devint officiellement la première marque américaine à s'implanter dans ce pays. Elle réussit du même coup à priver Coca-Cola d'un marché massif et potentiellement lucratif. La firme d'Atlanta tenta bien par la suite une brève incursion dans quelques villes du bloc de l'Est sous la forme d'une autre boisson pétillante orange, le Fanta, mais sans y parvenir aussi brillamment que son rival ⁽¹⁾.

Le troc comme moyen de paiement

Pourtant, un problème important demeurait : le mode de paiement. À cette époque, les roubles soviétiques étaient intransférables au niveau international en raison du contrôle monétaire exercé par le Kremlin. En conséquence, un accord de troc fut conclu, prévoyant d'échanger de nombreux litres de concentré de Pepsi contre de la vodka Stolichnaya et un droit de distribution exclusive de cette dernière sur tout le territoire étatsunien ⁽²⁾.

Ainsi, entre 1973 et 1981, près de 2 millions de décalitres de vodka furent expédiés aux États-Unis (pour une valeur estimée à 25 millions de dollars) et environ 33 millions de décalitres de boisson gazeuse furent produits sur le sol soviétique. Parallèlement, plus d'une dizaine d'usines – comme celles basées à Novorossisk, Moscou, Leningrad, Kiev – assurèrent quotidiennement la dilution du produit, sa mise en bouteille ainsi que sa distribution dans l'ensemble de l'espace communiste européen ⁽³⁾.

Par ailleurs, à la même époque, Pepsi réussit à lancer une publicité à la télévision soviétique, avec notamment la figuration de la star de la musique Michael Jackson.

La flotte de guerre de Pepsi

L'année 1989 fut cependant marquée par une renégociation des termes du contrat entre les deux parties. La baisse progressive de la consommation de vodka

⁽¹⁾ EGOROV Boris, « Comment PepsiCo et Coca-Cola se sont disputé le contrôle de l'Union soviétique ? », *Russia Beyond*, 18 mai 2019 (<https://fr.rbth.com/>).

⁽²⁾ EWBANK Anne, « When the Soviet Union Paid Pepsi in Warships », *Atlas Obscura*, 12 janvier 2018 (www.atlasobscura.com/).

⁽³⁾ ZUBACHEVA Ksenia, « How did Pepsi become the first American brand to take root in the Soviet Union ? », *Russia Beyond*, 12 février 2018 (www.rbth.com/).



sur le territoire américain (notamment après l'intervention soviétique en Afghanistan) et ses propres difficultés économiques forcèrent Moscou à rééquilibrer son offre par la cession de navires de guerre vieillissants.

Ainsi, Pepsi se retrouva à la tête d'une flotte composée de 17 sous-marins à propulsion diesel-électrique, d'un croiseur, d'une frégate ainsi que d'un *destroyer*. Des chiffres qui faisaient de l'entreprise américaine l'une des puissances navales les plus importantes au monde (certains articles étrangers allaient même jusqu'à évoquer la sixième place ⁽⁴⁾). Cette situation surréaliste inspira d'ailleurs à Kendall, au cours d'une conversation avec le conseiller à la Sécurité nationale du président George H. W. Bush, Brent Scowcroft, la phrase suivante : « Nous désarmons l'Union soviétique plus vite que vous ! ». Finalement, l'ensemble du matériel fut vendu à des chantiers de déconstruction suédois et norvégiens qui se chargèrent d'en recycler la ferraille ⁽⁵⁾.

En avril 1990, le groupe américain obtint cette fois-ci du gouvernement soviétique dix cargos et pétroliers d'une valeur de 300 millions de dollars que Pepsi comptait céder en *leasing* (location-vente) sur le marché international ⁽⁶⁾. Toutefois, l'effondrement de l'Union soviétique empêcha leur livraison et ils restèrent définitivement à quai en Ukraine.

La fin du monopole

La disparition de l'Union soviétique en 1991 mit fin brutalement au monopole de Pepsi dans cette région du monde et l'entreprise américaine dut s'employer pendant plusieurs mois à préserver les restes de son contrat avec la quinzaine d'États nouvellement créés. Pis, son concurrent Coca-Cola y faisait une entrée remarquée.

Aujourd'hui encore, la Russie demeure, après les États-Unis, le deuxième plus grand marché de Pepsi. La société y est récemment devenue le premier groupe agroalimentaire du pays en absorbant Wimm-Bill-Dann, *leader* local des produits laitiers, de l'alimentation infantile et important producteur de jus de fruits ⁽⁷⁾.

En définitive, de la petite histoire de Pepsi-Cola au pays des Soviets, on peut retenir certains enseignements. Les goûts et les couleurs n'ayant pas de frontières, l'emblématique boisson gazeuse a pu, de façon surprenante, constituer le bras armé du capitalisme américain en URSS. Par ailleurs, le règlement par cette

⁽⁴⁾ Kirkpatrick Tim, « How Pepsi briefly became the 6th largest military in the world », *Business Insider*, 26 juillet 2018 (www.businessinsider.com/).

⁽⁵⁾ Lewis Flora, « Foreign Affairs ; Soviets Buy American », *The New York Times*, 10 mai 1989 (www.nytimes.com/).

⁽⁶⁾ RAMIREZ Anthony, « International Report ; Pepsi Will Be Bartered for Ships And Vodka in Deal With Soviets », *The New York Times*, 9 avril 1990 (www.nytimes.com/).

⁽⁷⁾ COUGARD Marie-Josée, « Agroalimentaire : Pepsi devient *leader* en Russie via une OPA de 4,1 milliards d'euros », *Les Échos*, 3 décembre 2010 (www.lesechos.fr/).



dernière, à partir de 1989, de ses livraisons par le transfert de navires de guerre aurait pu dès cette époque, en révélant la détérioration de ses finances, constituer pour un observateur attentif un signe avant-coureur supplémentaire de l'effondrement de l'Union soviétique. ♦