

Virginie Félix, *Des tomates très juteuses*, Télérama, 10 février 2018

En ketchup, coulis ou concentré, la tomate abreuve le monde entier. De la Chine à la Californie en passant par l'Italie, Jean-Baptiste Malet explore les ramifications d'un business florissant. Et donne la parole à ses laissés-pour-compte, paysans ghanéens ou cueilleurs du Xinjiang.

La terre est rouge comme une tomate. Pendant deux ans, de la Chine à la Californie, de l'Italie au Ghana, Jean-Baptiste Malet a pelé patiemment ce fruit écarlate et sucré, afin d'en tirer le jus d'une saga aussi captivante qu'inédite. Une plongée dans L'Empire de l'or rouge, cette tomate d'industrie qui habite nos placards sous forme de ketchup, de sauce, de coulis ou de concentré. Et qui raconte, à hauteur de boîte de conserve, le capitalisme mondialisé, la globalisation des flux de marchandises et l'industrialisation de l'alimentation.

Le jeune journaliste a d'abord retracé cette enquête au long cours dans un livre (1) paru au printemps dernier. Epaulé par le réalisateur Xavier Deleu, il en tire aujourd'hui un documentaire piquant, mettant des images et des visages sur cet agrobusiness planétaire. On y découvre une face méconnue de l'ogre chinois, devenu en quelques années, et avec le renfort de l'armée, un géant du secteur; on y croise des traders italiens et des milliardaires californiens à l'appétit féroce; on y relit l'histoire de la taylorisation, amorcée dès la fin du XIXe siècle dans les usines de ketchup Heinz. Tel un Tintin au pays de l'or rouge, Jean-Baptiste Malet revient sur cette immersion à la saveur aigre-douce.

En quoi la tomate industrielle illustre-elle la mondialisation de notre alimentation ?

Le concentré de tomates est la marchandise la plus universelle qui soit. On en consomme partout à la surface du globe, y compris sur les marchés les plus pauvres. En Afrique, j'ai vu des femmes acheter du concentré de tomates à la cuillère, pour quelques centimes, parce qu'elles n'avaient pas assez d'argent pour payer une boîte de 70 grammes. La tomate transformée en usine est une matière première omniprésente dans notre alimentation, que ce soit dans le ketchup, la pizza, les pâtes à la sauce tomate, le jus que l'on vous sert dans l'avion. Cet agrobusiness, qui n'a rien à voir avec celui de la tomate fraîche, représente un quart de la production mondiale de tomates.

Quels sont les principaux acteurs de ce business juteux ?

Trois grandes puissances, la Californie, l'Italie et la Chine, se disputent le marché. Et concentrent, à elles seules, la moitié de la production mondiale. Le secteur est aux mains d'une poignée d'acteurs : des traders, comme l'Italien Adolfo Gandolfi, qui dominent le marché mondial du concentré; des propriétaires d'usine, en Campanie, dans le sud de l'Italie, qui importent des quantités phénoménales de barils de concentré chinois et le reconditionnent dans des boîtes made in Italy ; des transformateurs, en Chine ou en Californie, qui achètent aux agriculteurs les récoltes pour les transformer en usine ensuite. Comme par exemple Chris Rufer, le patron de la Morning Star, leader californien du secteur, qui est à la tête de l'usine la plus puissante et la plus compétitive au monde, entièrement automatisée. Avec trois usines, la Morning Star arrive à transformer plus de tomates que toute la Chine réunie.

Comment la Chine est-elle devenue un des acteurs majeurs du marché ?

D'abord grâce aux industriels italiens qui, à la fin des années 90, y sont allés exporter leur savoir-faire. Ils ont pactisé avec les militaires du Bingtuan, qui est chargé d'organiser le contrôle économique et politique du Xinjiang, territoire ouïgour à l'ouest de la Chine, et ensemble ils ont édifié dans cette région une filière de la tomate d'industrie. L'opération s'est faite grâce à un transfert de technologie des Italiens, et les Chinois ont payé leurs usines en expédiant en Italie le concentré qu'ils produisaient. Les Chinois, qui, pour beaucoup, n'avaient jamais consommé de concentré de tomates, se sont donc mis à en produire des quantités colossales. A tel point que la Chine est devenue le premier producteur mondial de tomate d'industrie au début des années 2000, et l'est restée pendant plusieurs années. Aujourd'hui encore, elle est au deuxième ou au troisième rang mondial, au coude à coude avec les Italiens, derrière la Californie. C'est d'ailleurs en 2011, en

découvrant, alors que je travaillais pour la presse régionale, le rachat de la conserverie Le Cabanon, fleuron provençal de la tomate, par l'armée chinoise, que j'ai décidé de démarrer cette enquête.

Vous avez pu mesurer à quel point la guerre de l'or rouge était une compétition sanglante...

Si le modèle chinois a réussi à être aussi compétitif, c'est parce qu'il a employé une main-d'œuvre à très bas coût, que ce soit les Ouïgours colonisés au Xinjiang, les migrants de l'intérieur de la Chine fuyant la pauvreté, ou les prisonniers des laogaïs, le goulag chinois - le Xinjiang étant le territoire chinois où l'on trouve le plus grand nombre de camps de rééducation par le travail... Aujourd'hui, les Chinois livrent une bataille féroce aux Italiens en Afrique de l'Ouest, une région qui compte parmi les plus gros consommateurs de concentré de tomates. Pour parvenir à y vendre des produits moins chers que ceux des Italiens, ils coupent leur concentré avec de la fibre de soja, de l'amidon, du dextrose. J'ai pu le constater en me faisant passer pour un acheteur spécialisé dans l'import-export avec l'Afrique. Sur les quinze conserveries chinoises que j'ai contactées, toutes m'ont proposé de faire baisser les coûts en coupant le produit. Dans le meilleur des cas, il contient 80 % de concentré de tomates, mais, dans le pire des cas, on n'a que 45 % de concentré pour 55 % d'additifs. Et ce n'est jamais écrit sur l'étiquette. Parfois même, il s'agit de concentré pourri, recoloré en rouge. Ce sont majoritairement les Africains qui consomment ces produits frauduleux. L'Afrique étant considérée par les industriels comme la grande poubelle du marché.

A vos yeux, la boîte de sauce tomate est un concentré d'histoire économique et industrielle ?

Aujourd'hui, toute l'humanité consomme des produits dérivés de la tomate, mais ce n'était absolument pas le cas au début du XX^e siècle. Une grande multinationale, la Heinz Company, a joué un rôle primordial dans leur diffusion. On a en tête les images des ouvriers sur les chaînes de montage des automobiles Ford. Mais avant cela, dès la fin du XIX^e siècle, des ouvrières travaillaient déjà dans les conserveries Heinz, à Pittsburgh, sur les lignes automatisées qui produisaient des haricots à la sauce tomate ou du ketchup. Heinz, qui est le plus gros acheteur de tomates au monde et le premier producteur mondial de ketchup, a été un pionnier de l'agroalimentaire, le premier industriel à rationaliser sa production, à organiser des contrôles qualité et à investir massivement dans le marketing.

Cette tomate industrielle a aussi un arrière-goût politique ?

J'ai découvert que le fascisme italien avait joué un rôle essentiel dans la standardisation de la production de tomates. Son ambition était d'atteindre l'autarcie verte; pour cela, le régime mussolinien a investi massivement dans l'industrie de la conserve, qui devait permettre aux Italiens de manger toute l'année des tomates cultivées sur les terres de la patrie. La boîte de conserve est ainsi devenue un emblème idéologique du fascisme. Les grandes orientations politiques ont un impact sur notre manière de nous alimenter. Si on trouve du concentré de tomates chinois dans nos assiettes, c'est parce que les dirigeants politiques ont réorganisé l'économie, dérégulé le commerce et aboli certaines barrières douanières. Ce qui nous met aujourd'hui en face de problèmes éthiques, puisque l'on accepte d'importer des produits, à l'image du concentré de tomates chinois, qui ne respectent pas les normes sociales et environnementales européennes. Dans la région du Xinjiang, des enfants ramassent les tomates avec leurs parents. Et ces familles sont payées 1 centime le kilo de tomates. A travers cette enquête, j'ai voulu rencontrer les gagnants de ce business, mais aussi donner la parole aux perdants : ces cueilleurs du fin fond de la Chine; les paysans ruinés au Ghana; les migrants sénégalais et les Soudanais qui triment comme des esclaves pour la récolte dans le sud de l'Italie... Je considère cette tomate industrielle comme un cas d'école. Et c'est pour cela que j'y ai consacré deux années de ma vie. Contrairement à ce que prétendait Andy Warhol, une boîte de soupe à la tomate Campbell n'est pas un objet banal. Derrière cette icône colorée, il y a une histoire sociale extrêmement violente. C'est cela qui m'intéressait : le travail derrière ces marchandises, toute l'histoire qu'elles racontent. Parce que je crois qu'il est important d'explorer le monde à travers des choses aussi simples, aussi prétendument banales qu'une boîte de concentré de tomates. À lire L'Empire de l'or rouge, de JeanBaptiste Malet, éd. Fayard, 288 p., 19 €.