

# Le monde enchanté de l'eau embouteillée

Dossier de rédaction de H2o  
November 2015

Lorsque l'histoire du marketing de l'eau en bouteille croise les aspects financiers, environnementaux et législatifs de ce secteur, ce mode de consommation se décrit peu à peu comme un portrait du monde, vu à travers le prisme de l'eau que nous buvons... Pour le meilleur et pour le pire. Chroniques d'un théâtre d'ombres par Julie MORINEAU.

Chroniques d'un théâtre d'ombres

Lorsque l'histoire du marketing de l'eau en bouteille croise les aspects financiers, environnementaux et législatifs de ce secteur, ce mode de consommation se décrit peu à peu comme un portrait du monde, vu à travers le prisme de l'eau que nous buvons... Pour le meilleur et pour le pire.

Julie MORINEAU H2o - novembre 2015

À

Un pays moderne doit savoir valoriser, au lieu de le critiquer, l'importance considérable de son système d'alimentation en eau si important pour l'hygiène et la santé publique, tout en laissant le consommateur choisir selon ses goûts ou les problèmes de santé qui peuvent le préoccuper, soit des eaux conditionnées ou l'eau de distribution publique, à condition que l'information qui le guide soit totalement objective et vérifiée.

Rapport 11-02 Les eaux de consommation humaine et la Santé publique en France métropolitaine

P. PENE et Y. LEVI, Bulletin de l'Académie nationale de Médecine, 2011

Depuis plus de 40 ans la consommation d'eau en bouteille n'a cessé de croître, et ce, malgré un prix excessivement haut comparé à celui de l'eau du robinet et malgré le fait que les pays industrialisés, actuellement les plus gros consommateurs, assurent la distribution d'une eau potable de qualité, très contrôlée. Comment s'explique ce phénomène ? C'est d'abord un énorme succès marketing.

L'équilibre hydrique du corps humain est quotidiennement entretenu dans une relation d'apport-rejet dont nous ne pouvons nous affranchir car c'est, techniquement, la source de notre vie. C'est aussi le lien le plus direct et le plus

constant entre nous et notre environnement ; nous sommes nous-mêmes composés à 65 % d'eau. L'eau est une ressource naturelle, dont les quantités sont limitées, et, d'autre part, elle est source de vie et de santé.

C'est en s'appuyant sur ce dernier aspect que l'industrie a mis pour en faire une marchandise. Si l'eau est chargée d'une symbolique riche et figurée, à mi-chemin entre la mythologie et les vertus médicinales, ces dimensions symboliques sont présentes et interagissent dans les différents usages de cette ressource. Le succès des eaux en bouteille y est aussi directement lié, puisque les stratégies marketing qui animent ce marché "pompent" dans cet imaginaire comme dans les nappes phréatiques, et le marché de l'eau préemballée a su jouer avec les clichés, l'histoire et les fantasmes pour s'imposer à l'échelle planétaire et devenir le secteur le plus dynamique du marché de l'agro-alimentaire.

L'eau en bouteille est devenue un produit de grande consommation lorsque ses contenants sont devenus jetables, et des milliards de bouteilles en plastique sont vendues chaque année dans le monde. Peu sont recyclées. Or les préjugés sur l'eau du robinet varient selon la perception que nous avons de notre environnement. De plus, étant la seule forme marchande de cette ressource vitale, l'eau embouteillée révèle un débat de fond : l'eau est-elle une marchandise comme les autres, ou un bien commun ? Et où se situe le droit à l'eau, dans tout ça ?

À

À

Plateforme de présentation des publications de l'ensemble des secteurs d'activité ou d'étude concernés par le marché de l'eau en bouteille, quelle que soit leur thématique d'approche, lemeeb.net permet le croisement de toutes ces informations en offrant une approche narrative, au fil des chroniques publicitaires de l'eau en bouteille, que les approches thématiques et les focus complètent en apportant les clés pour comprendre les évolutions et les enjeux liés à cette industrie, au gré des liens qui ponctuent les pages du site pour faciliter les lectures transversales, selon les envies.

De l'illusion colorée à l'envers du décor, les chroniques de ce théâtre d'ombres bardé de symboles sont une mise en perspective historique et économique des joutes marketing qui le sous-tendent : une piste de lecture "diacritique" pour mieux appréhender les logiques économiques de nos sociétés... À consommer sans modération.

Lemeeb.net - La culture générale qui fait du bien

