



The Story of Bottled Water

Production : The Story of Stuff Project & Free Range Studios, USA 2010

Réalisation : Louis Fox

Scénario : Annie Leonard, Jonah Sachs, Louis Fox

Animation : Ruben DeLuna, Sarah Dungan, Ben Johnson

Caméra : Tim Kerns

Montage : Mike Farley

Son : Dan Gleich

Film d'animation, 8 minutes

Recommandé dès 12 ans

Langues : anglais (v.o.), français, allemand

Dossier pédagogique : Michael Andres ; traduction : Martine Besse

Vue d'ensemble des thèmes:

Campagne contre l'eau en bouteille aux Etats-Unis

L'eau en bouteille, un marché planétaire pour les multinationales

L'eau en bouteille et les nuisances environnementales

Contenu

Les multinationales du secteur alimentaire font une publicité considérable pour leurs eaux minérales. En raison de ce besoin créé artificiellement, on a consommé ces dernières années de plus en plus d'eau en bouteille au lieu d'eau du robinet, malgré leur prix bien supérieur. Les conséquences sont multiples : un bien public devient une marchandise commerciale ; ceci devient surtout problématique quand l'eau n'est plus disponible pour tous à bas prix. L'emballage et le transport de l'eau en bouteille génèrent un gaspillage d'énergie et de carburant. Et les bouteilles en plastique occasionnent en fin de compte un gigantesque problème de déchets – car le recyclage a lui aussi des aspects négatifs.

Ce film plaide pour l'abandon de l'eau en bouteille en avançant différentes thèses et en jouant le rôle d'un support de campagne. De manière provocatrice et par moments aussi un peu schématique, il appelle à boire de l'eau du robinet et à ménager la ressource qu'est l'eau afin de garantir sa durabilité – sur la base d'une réflexion écologique, économique et sociale.

En raison du thème tiré de la vie courante et de son style particulier, ce film réussit à interpeller directement les jeunes. On voit Annie Leonard en train de parler et d'expliquer ses thèses avec force paroles et gestes devant une paroi blanche ; elle s'adresse directement aux spectateurs et leur dispense une sorte de cours. Sur la paroi blanche à l'arrière, ses explications sont illustrées par une technique simple de dessin animé. Ce procédé donne au film une certaine légèreté, mais la densité de l'information qu'il fournit exige toutefois de la part des spectateurs une grande capacité de concentration.

Informations générales

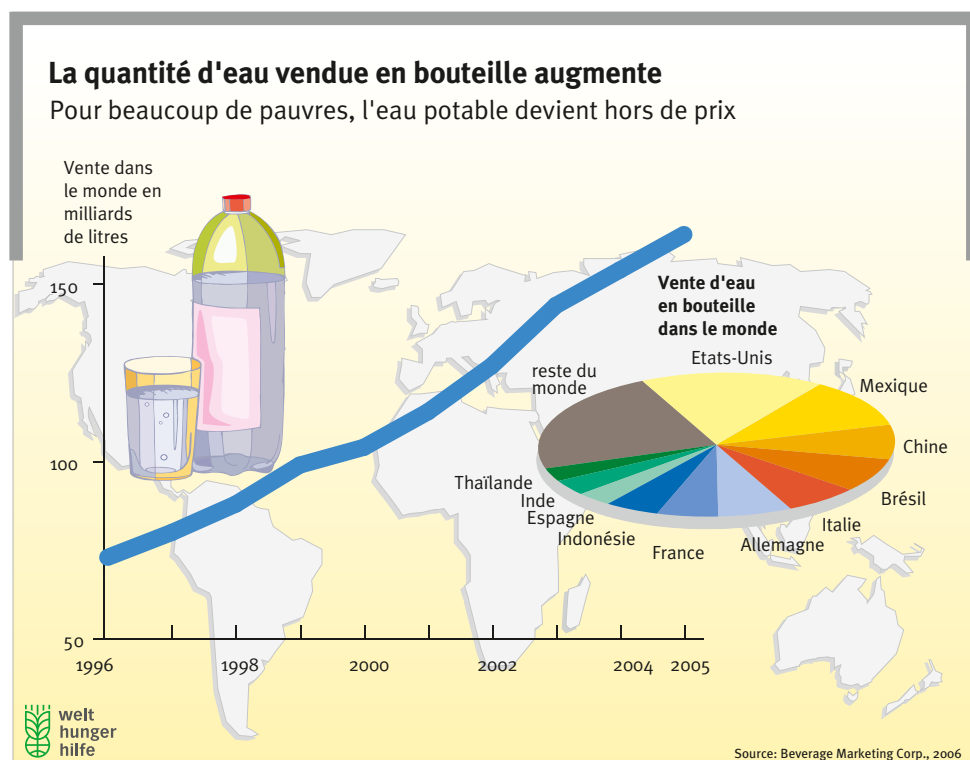
Depuis quelques années, la « Anti-Bottled Water Campaign » est en cours aux Etats-Unis. Elle est soutenue par des cercles très étendus ; ainsi, par exemple, la majorité des 250 maires de Miami ont voté en 2008, à l'occasion d'une conférence des maires, contre l'utilisation de bouteilles d'eau minérale ; le maire de New York, Michael Bloomberg, était lui aussi de cet avis. Les maires estimaient qu'il fallait cesser d'acheter des bouteilles d'eau minérale avec l'argent des contribuables. Ils justifiaient leur décision par des réflexions d'ordre environnemental et ont convenu de consacrer à la rénovation des réseaux d'eau courante vétustes les millions de dollars dépensés chaque année par les villes pour éliminer les bouteilles en plastique ; ils entendaient s'assurer que tous aient accès à de l'eau salubre.

Cette campagne se poursuit et a eu pour effet que l'on ne propose plus d'eau en bouteille dans de nombreux restaurants mais uniquement de l'eau du robinet. Il faut comprendre la campagne en cours aux Etats-Unis en ayant à l'esprit que la tradition des fontaines publiques se trouve menacée depuis plusieurs années par une privatisation croissante des réseaux d'alimentation en eau.

Chez nous, en Europe occidentale, la situation n'est pas comparable en tous points. En Allemagne, en Autriche et en Suisse, toute la population, à de rares exceptions près, a accès à une eau potable d'excellente qualité. C'est toutefois un fait établi que chez nous aussi, la consommation d'eau minérale augmente. Malgré sa partialité – ou peut-être à cause d'elle – ce film met en évidence des mécanismes dans le commerce de l'eau : ces derniers nous concernent tous et il vaut la peine d'y réfléchir.

Le commerce de l'eau en bouteille dans le monde

En Europe, aux Etats-Unis et dans les pays prospères d'Asie, d'Afrique et d'Amérique latine, le commerce de l'eau en bouteille connaît un véritable boom. En 2005, plus de 160 milliards de litres d'eau ont été mis en bouteille et la tendance est à la hausse.



Marché mondial de l'eau en bouteille (Source : Welthungerhilfe)

Pour simplifier, on peut dire ceci : ceux qui peuvent se l'offrir ont tendance à boire de l'eau en bouteille. En Autriche, en Allemagne et en Suisse, la consommation par tête atteint 120 litres par an. Les entreprises prépondérantes sur le marché mondial de l'eau en bouteille sont Nestlé, Danone, Coca Cola et Pepsi. Nestlé, le leader de la branche, réalise dans le monde avec l'eau en bouteille un chiffre d'affaires de plus de 8 milliards d'euros par an (2011). Dans la discussion qui a lieu chez nous sur le sens et le non-sens de l'eau en bouteille, on met surtout en avant des questions de santé et d'écologie. Mais pour beaucoup d'habitant-e-s des pays de l'hémisphère Sud, le fait de disposer d'eau potable salubre est une question vitale. L'eau en bouteille ne peut en aucun cas remplacer l'approvisionnement en eau potable de l'Etat tel qu'il existe uniformément en Europe. C'est la raison pour laquelle les privatisations du commerce de l'eau dans les pays de l'hémisphère Sud sont très controversées. Tandis que les multinationales prétendent que leur progression dans les pays comme l'Inde, le Brésil, la Thaïlande ou la Chine signifie une hausse de la qualité de vie de la population sur place, les organisations d'entraide et les organisations qui défendent les droits des citoyens critiquent le fait de pomper l'eau des sources publiques, les prix exorbitants de l'eau pour les couches de la population les plus pauvres et les montagnes de déchets occasionnées par la consommation accrue d'eau en bouteille. L'accès à l'eau est un droit humain, argumentent-elles. Sa distribution ne devrait donc pas être axée sur le profit ; elle relève de la responsabilité des collectivités publiques.

L'eau en bouteille chez nous : un progrès pour la santé ou un produit superflu ?

En Europe, il n'y a en général pas de raisons sensées du point de vue de la santé pour boire de l'eau en bouteille. Diverses études menées en Allemagne, en Autriche et en Suisse ont montré que l'eau du robinet était tout à fait comparable à l'eau en bouteille, tant du point de vue de sa pureté que de sa teneur en sels minéraux. Par ailleurs, nous ingérons suffisamment de sels minéraux par le biais de nos aliments. La (faible) proportion de sels minéraux de l'eau en bouteille n'est pas du tout nécessaire si notre alimentation est équilibrée. La raison pour laquelle on trouve malgré tout plus de 500 eaux minérales différentes sur les rayons des grands distributeurs ne peut donc pas s'expliquer par des arguments liés à la santé.

Une petite ville d'Australie interdit l'eau en bouteille

La petite ville australienne de Bundanoon au Sud de Sydney a interdit en 2009 la vente d'eau en bouteilles. En lieu et place, la commune distribue gratuitement de l'eau aux habitants à plusieurs « stations service d'eau potable ». Les personnes équipées d'un récipient approprié n'ont plus qu'à se servir. Tous les commerces de la région ont pris l'engagement de retirer des rayons l'eau minérale en bouteille. Il est possible d'acheter en revanche des bouteilles que l'on peut remplir et réutiliser.

Cette opération a été déclenchée par les projets d'un groupe international du secteur des boissons qui souhaitait pomper l'eau des sources de la région, la mettre en bouteille et la vendre. Les habitants de Bundanoon ont été si révoltés qu'ils ont tout simplement interdit la vente d'eau en bouteille dans la commune.

Les citoyens de Bundanoon ont suscité par leur courage et leur initiative un immense écho dans le monde entier. Les demandes provenant d'autres communes d'Europe et d'Amérique se multiplient. A part la colère de devoir payer tout à coup pour l'eau qui leur appartenait, les raisons déterminantes qui ont poussé les gens de Bundanoon à agir étaient d'ordre écologique. En Australie, plus de 50 pour cent des bouteilles de boisson en plastique finissent aux ordures.

Source : taz.de du 28.9.2009

L'eau en bouteille est censée incarner un certain style de vie

Les fabricants d'eau en bouteille ont réussi chez nous, ces dernières années, à convaincre les consommateurs et consommatrices que l'eau en bouteille était une boisson « bien-être » indispensable. Il y a 30 ans, presque personne ne buvait chez nous de l'eau en bouteille. Au fur et à mesure que la population était sensibilisée aux questions de santé, la consommation d'eau minérale a augmenté. Ce film illustre de manière exemplaire la façon dont les entreprises d'eau minérale diffusent une image positive de leur eau tout en faisant de la consommation d'eau du robinet un problème. Manifestement, beaucoup de consommateurs et consommatrices sont prêts à déboursier à cet effet des sommes importantes. L'eau minérale est de 100 à 1000 fois plus chère que l'eau du robinet!

Un facteur supplémentaire qui explique la hausse de la consommation d'eau en bouteille est certainement aussi l'accroissement de notre mobilité. La bouteille d'eau en plastique est commode pour emporter un demi-litre d'eau en voyage, au bureau, pour faire du ski de fond ou du vélo. Et si l'on ne rentre chez soi que le soir, les occasions d'acheter et de boire de l'eau en bouteille ne manquent pas tout au long de la journée.

Les statistiques des ventes indiquent toutefois que la consommation d'eau minérale en Europe occidentale stagne à un niveau élevé ou même recule légèrement.

Critique à l'endroit des entreprises d'eau minérale et de leurs produits chez nous

Les points critiqués sont, comme nous l'avons dit plus haut, surtout les aspects écologiques. Les bouteilles en verre ou en plastique pouvant être réutilisées ainsi que les bouteilles en PET ont, dans tous les bilans écologiques, des résultats jusqu'à mille fois plus mauvais que l'eau du robinet. Le transport est un facteur prépondérant. Si l'on convertit la consommation d'énergie en pétrole, les chiffres sont impressionnants. Plus le transport est long, plus l'eau en bouteille nécessite d'énergie.

Pour un litre d'eau minérale qui transportée sur 1000 km, la consommation moyenne de pétrole est de 3,1 dl. Pour un litre d'eau potable du robinet en Suisse, on utilise environ 1000 fois moins d'énergie, à savoir 0,003 dl de pétrole.



La question de l'emballage

Nous sommes tous des champions du monde, les uns dans la collecte de l'alu, les autres dans le recyclage des piles, d'autres encore dans le recyclage du papier ... et le PET aussi, l'emballage le plus utilisé pour l'eau minérale, est collecté avec zèle. Les taux de récupération se situent à près de 80 pour cent en Suisse, en Allemagne et en Autriche. C'est bien et c'est réjouissant, mais n'oublions pas qu'une bouteille sur 5 finit à la poubelle. Chez nous, elle sera donc probablement brûlée avec les autres déchets dans une usine d'incinération des ordures.

A l'échelon planétaire, notre zèle à collecter constitue une exception. En Amérique par exemple, le taux de récupération des bouteilles en PET est d'environ 40 pour cent. Dans de nombreux pays plus pauvres, les bouteilles ne sont pas récupérées et ne sont pas éliminées dans une usine d'incinération équipée de filtres. Jetées dans des décharges sauvages, elles vont être des nuisances pour l'environnement pendant des siècles car elles ne se dégradent pas.

L'eau en bouteille dans l'hémisphère Sud : critique à l'endroit des grandes multinationales

Nestlé, Danone, Coca-Cola et d'autres entreprises sont très présentes depuis quelques années dans des pays comme le Brésil, l'Inde ou la Chine. Tandis que le marché de l'eau minérale semble plutôt saturé chez nous, des taux de croissance importants sont possibles dans ces pays. L'eau « PureLife » de Nestlé est un exemple qui illustre particulièrement bien la stratégie des multinationales. Après l'avoir testée au Pakistan, Nestlé produit aujourd'hui l'eau « PureLife » dans plus de 200 fabriques. La multinationale achète sans cesse de nouvelles sources dans les pays les plus divers et produit ainsi « son » eau minérale.

Nestlé profite de la mauvaise qualité du réseau public d'eau potable dans de nombreux pays qui contraint beaucoup de gens à acheter de l'eau en bouteille. La critique à l'endroit de Nestlé et d'autres entreprises d'eau minérale s'est amplifiée fortement ces dernières années. Les critiques concernent d'une part les marges de bénéfice élevées et la stratégie de vente agressive (de nombreux offreurs locaux sont rachetés ou évincés du marché). Par ailleurs, des groupes intentent de plus en plus souvent des procès sur place (et en partie avec succès) contre l'achat des sources et des droits à l'eau qui appartiennent aux collectivités publiques. A certains endroits, le fait de pomper l'eau dans des sources locales a eu pour effet de tarir d'autres puits moins profonds. L'eau insalubre continue d'être une cause de décès répandue pour des millions d'enfants et d'adultes dans les pays pauvres de l'hémisphère Sud. Il est certain aussi que l'eau en bouteille ne peut remplacer nulle part au monde un réseau public de distribution d'eau qui fonctionne. Des organisations de politique de développement et des groupes de défense des droits humains demandaient depuis des années que l'accès à l'eau potable soit reconnu comme un droit humain fondamental. En 2010, l'ONU a donné suite à cette requête en déclarant que l'accès à l'eau potable est un droit humain fondamental.

Objectifs d'apprentissage

Les apprenant-e-s

- réfléchissent à la manière dont ils utilisent l'eau en bouteille.
- s'approprient des connaissances de base sur la consommation d'énergie et de ressources d'un produit courant.
- étudient les mécanismes qui interviennent dans la publicité en faveur de l'eau en bouteille.
- élaborent un point de vue personnel sur le sujet et sont en mesure de le défendre en avançant des arguments.
- se familiarisent avec l'idée que l'eau est un bien public et que de ce fait, le droit à l'eau est l'un des droits humains les plus importants.

Approches didactiques

Objectifs partiels	Méthode	Temps	Matériel
Première approche du sujet	Tests à l'aveugle avec de l'eau minérale et de l'eau du robinet : versez dans des gobelets neutres de l'eau minérale plate et de l'eau du robinet puis demandez à votre classe de goûter et de donner une appréciation.	30'	Eau minérale, gobelets
Première approche du sujet	Recueillez diverses bouteilles d'eau minérale vides. Engagez la discussion avec vos élèves sur leur comportement concernant l'eau qu'ils boivent, le recyclage, l'estimation de leur consommation annuelle, etc.	15'	Bouteilles d'eau minérale vides
Réflexion à propos du film	Recueillir les premières réactions à propos du film. Qu'est-ce qui était nouveau pour moi, qu'est-ce que je savais déjà? Où est-ce que je me sens concerné/e, où y a-t-il des liens avec ma vie de tous les jours, où y a-t-il des implications au niveau planétaire? En quoi la pauvreté ou la richesse a-t-elle un rapport avec la manière d'utiliser l'eau en bouteille? Séparer les « faits » et les « opinions ».	15'	Aucun matériel
Réfléchir au contenu du film à l'aide d'un quiz	Travail individuel/exercice écrit Signalez déjà à vos élèves avant la projection qu'il y aura un quiz à propos du film.	15'	Fiche pratique 1
Etude de chiffres	Travail individuel/travail par deux	30'	Fiche pratique 2 Calculatrice
Chercher de l'information	Travail par deux/présentation	90'	Fiche pratique 3
Interpréter des graphiques	Travail individuel	30'	Fiche pratique 4
Etudier des informations et les présenter	Travail par deux/jeu de rôle	45'-90'	Fiche pratique 5
Recueillir des informations/défendre une opinion	Travail par deux/recherche sur Internet/présentation	90'-180'	Fiche pratique 6 accès à Internet

**Vue d'ensemble des
fiches pratiques**

- Fiche pratique 1 Quiz à propos du film
- Fiche pratique 2 Un peu de calcul!
- Fiche pratique 3 Le supermarché sous la loupe
- Fiche pratique 4 Interpréter des graphiques, c'est facile
- Fiche pratique 5 Qui réussira le mieux à vendre son eau?
- Fiche pratique 6 À qui appartient l'eau? Recherche sur Internet

**Solutions de la
fiche pratique 1**

(1) Cleveland; (2) L'eau Fidji était de qualité inférieure, a perdu quant au goût contre l'eau du robinet dans les tests comparatifs et coûte 1000x plus; (3) 2000x; (4) Créer une demande artificielle, faire peur, séduire par un produit « exclusif », fournir de fausses informations; (5) Nestlé; (6) Production (consommation de pétrole), transport (consommation de pétrole), élimination des bouteilles en PET (pollution de l'environnement lors de l'incinération ou du dépôt dans une décharge); (7) 1000 millions ou plus; (8) La vente d'eau en bouteille recule.

**Autres documents
sur le sujet****Films du DVD**

Accros au plastique, documentaire, 52 minutes (version courte) recommandé dès 14 ans. Certaines parties du film abordent la question du recyclage du PET.

Sites Internet

www.trinkwasser.ch/fr/default_fr.html Société suisse de l'industrie du gaz et des eaux

www.eau-minerale.ch Association suisse des sources d'eaux minérales et producteurs de soft drinks

Quiz à propos du film

Exercice

C'est clair? Essaie de répondre par écrit aux questions de manière aussi courte et précise que possible.

1. Comment s'appelle la localité en Amérique dont parle la commentatrice ?

2. Pourquoi la campagne en faveur de l'eau Fidji a-t-elle été un échec ?

3. L'eau en bouteille est-elle combien de fois plus chère, en moyenne, que l'eau du robinet ?

20x 200x 2000x

4. Quelles sont les différentes mesures de marketing des entreprises d'eau minérale pour augmenter leur chiffre d'affaires ?

5. Quelle est l'entreprise qui a choisi comme annonce publicitaire le texte « L'eau en bouteille est le produit de consommation le plus écologique au monde » ?

6. Quels sont les problèmes causés, selon le film, par la production d'eau minérale dans des bouteilles en PET ?

7. Quel est le nombre approximatif de personnes qui, à l'échelle de la planète, n'ont pas accès à de l'eau salubre ?

1 million 100 millions 1000 millions ou plus

8. Qu'est-ce que la commentatrice considère à la fin du film comme une « bonne nouvelle » ?

Un peu de calcul

Bois-tu suffisamment d'eau? Tu devrais boire à peu près deux litres par jour, sinon, il s'agira d'améliorer un peu ton score... Tu peux effectuer les calculs sur la base des chiffres ci-dessous:

- Une personne boit 700 litres d'eau par an.
- L'eau du robinet coûte 0,2 centime le litre.
- Une eau minérale bon marché coûte 30 centimes (centimes d'euro) le litre.
- L'eau pétillante exclusive coûte 1,5 francs et a parcouru un trajet de plus de 1000 km. 1 litre de cette eau consomme de l'énergie à hauteur de 3 dl de pétrole jusque chez toi.
- Un litre d'eau du robinet correspond à une consommation d'énergie de 0,003 dl de pétrole.
- L'eau minérale bon marché vient de la région. Un litre correspond à une consommation d'énergie de 0,3 dl de pétrole.

Exercice 1

Effectue trois calculs différents pour le coût et l'énergie utilisée dans le cas d'une consommation d'eau annuelle moyenne par tête. C'est à toi de décider combien «ton» sujet boit de tel ou tel type d'eau.

Exercice 2

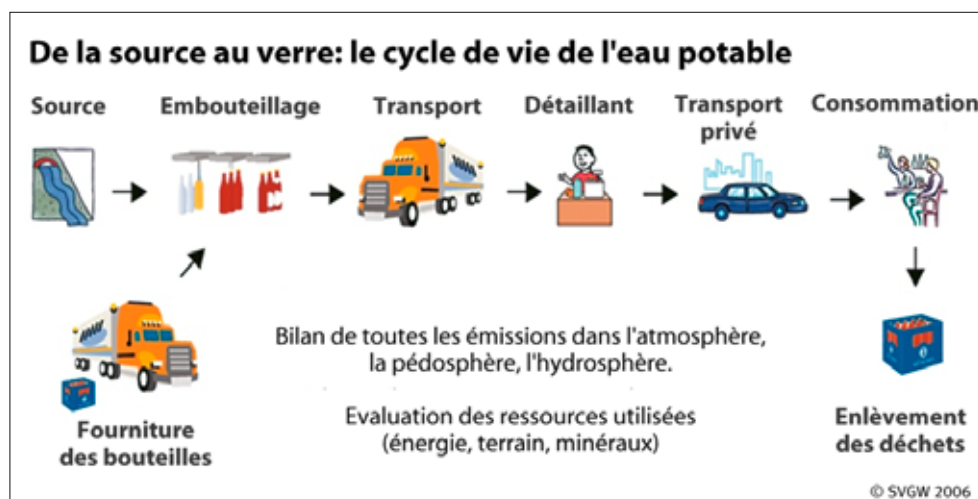
Donne à calculer à un camarade/une camarade l'un de tes exercices. Regardez ensuite si vous avez obtenu le même résultat.

Interpréter des graphiques, c'est facile

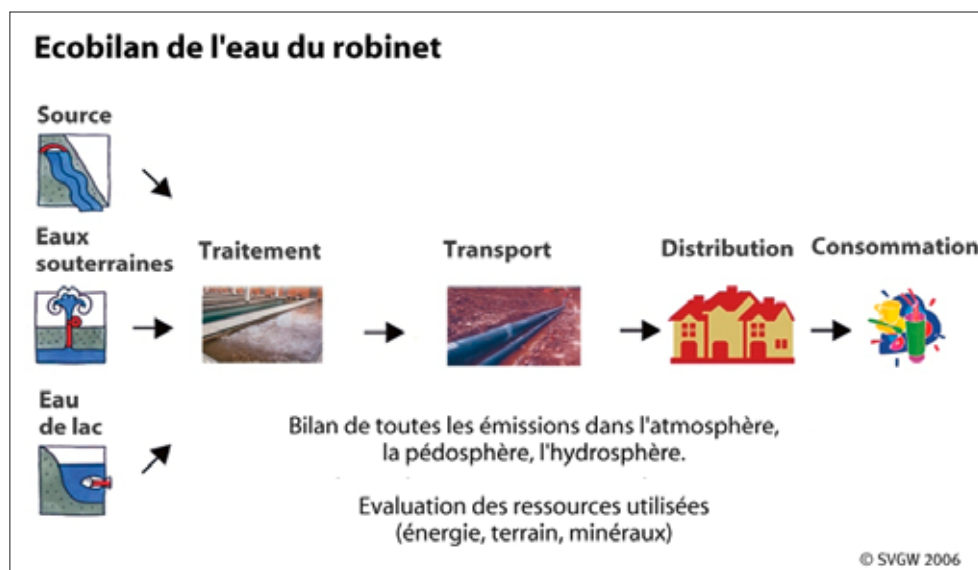
Ta mission

Tu trouves sur cette feuille deux illustrations qui documentent le trajet parcouru par l'eau minérale et l'eau du robinet de la source jusque chez toi. A propos de chaque petite image, note sur une feuille séparée ce qui pourrait être important pour l'environnement. Comparez les opinions que vous avez dans ta classe et discutez-en.

Eau minérale



Eau du robinet



Qui réussira le mieux à vendre son eau ?

Tu es manager

- a) d'une source d'eau minérale et tu t'es fixé pour but d'accroître le chiffre d'affaires de « ton eau » de 20%. Pour atteindre ce but, tu prévois de réaliser une campagne publicitaire. Dans deux semaines, tu devrais faire avec la/le responsable de la publicité une petite présentation devant le conseil d'administration de ton entreprise et expliquer à ce dernier comment tu entends atteindre tes objectifs de vente.

- b) du système de distribution d'eau potable de la ville (de la localité) et tu t'es fixé pour but d'encourager la consommation d'eau du robinet pour des raisons écologiques. Pour atteindre ce but, tu prévois de réaliser une campagne grand public. Tu devras présenter ton plan dans deux semaines à l'autorité préposée.

Votre tâche

Formez des groupes de deux et décidez si vous voulez vendre de l'eau du robinet ou de l'eau minérale. Notez les points et les arguments principaux (et procurez-vous peut-être du matériel supplémentaire) en vue de votre présentation et préparez-vous, de manière à savoir comment vous vous y prendrez pour décrire votre plan à la classe.

Titre	
Notre présentation	Mots clés

