

# Nestlé et Danone rivalisent de bonnes actions au Forum de l'eau

**Mexico** Les deux plus grands producteurs veulent convaincre de leur bonne foi dans la préservation de la ressource

Après le cri d'alarme au sujet de la raréfaction de l'eau sur la planète lancé il y a plus d'un mois par le PDG de Nestlé, Peter Brabeck, à Davos, le groupe suisse persiste et signe. Il a ainsi décidé cette année de s'offrir, aux côtés des organisations non gouvernementales et des représentants officiels, un grand stand au quatrième Forum mondial de l'eau, qui se tient à Mexico. «Il est important que le secteur privé prenne part au débat, car préserver et accroître l'accès à une eau saine est un défi qu'aucune entreprise individuelle, organisation ou gouvernement ne peut relever de façon isolée», précise le premier producteur d'eau au monde, connu notamment pour ses marques Vittel, Contrex, Perrier ou San Pellegrino.

Cette participation n'est pas ano-

dine pour un groupe qui, tout comme son principal concurrent le français Danone, est critiqué sur sa gestion de l'eau. Ils sont en effet nombreux du côté des ONG, les organisations non gouvernementales, à accuser Nestlé de faire payer l'eau, qu'ils considèrent comme un droit universel et de la gaspiller – car il faut quasiment deux litres d'eau pour produire un litre en bouteille.

En participant de façon active à ce Forum, Nestlé montre qu'il voudrait désormais être rangé dans le camp des protecteurs de la ressource et non dans celui des gaspilleurs. Le groupe veveysan s'est d'ailleurs engagé devant les participants au Forum à préserver cette ressource via cinq actions: réduire la quantité d'eau utilisée pour cha-

que kilo de nourriture ou chaque litre de boisson produit, respecter les ressources locales en eau, ne rejeter dans la nature après utilisation qu'une eau propre, promouvoir la

*Nestlé a apporté 5 millions à Water Education for Teachers; Danone s'engage aux côtés de l'Unicef*

préservation de l'eau chez les agriculteurs et enfin s'associer à des tiers pour faciliter l'accès à l'eau, notamment auprès des enfants.

Danone, fort de ses marques Evian, Badoit ou Volvic, cherche lui aussi à montrer sa bonne volonté.

«La ressource est renouvelable à condition qu'elle soit bien gérée. Nous avons tout intérêt à bien la gérer pour que notre business soit pérenne», explique le directeur du développement durable de Danone, Bernard Giraud, présent au Forum mondial.

Toutefois, comme le rappellent les deux groupes, leur consommation d'eau douce pour la production de l'eau en bouteille et des autres produits alimentaires, reste très faible, moins de 0,01% de la consommation mondiale. Leurs bonnes initiatives ne suffiront donc évidemment pas à elles seules à régler le problème de l'accès à l'eau potable pour tous dans le monde.

Tous deux ont donc décidé parallèlement de subventionner des programmes mis en place par des ONG

ou des fondations. Nestlé a ainsi apporté 5 millions de dollars depuis 1992 à la fondation Water Education for Teachers, qui sensibilise les enfants via des programmes éducatifs à la nécessité de respecter les ressources en eau.

Danone, qui apporte déjà son soutien depuis 1998 à la convention Ramsar (classement et protection de la biodiversité), s'engage aux côtés de l'Unicef. Cette ONG cherche à améliorer, via le creusement de puits, l'accès à l'eau potable au Sahel pour 16 000 personnes pendant 15 ans. Jusqu'au 15 juin, chaque litre de Volvic vendu en France permet ainsi de financer dix litres d'eau supplémentaire dans cette région de l'Afrique.

**Héloïse Dion, Mexico, La Tribune**  
► Page 17