



Une goutte d'eau dans l'univers des aliments transformés.

## Description

*Une enquête menée il y a deux ans par France-Info et Le Monde avait mis en avant la pollution des eaux de source exploitées par le groupe Perrier et l'usage de filtres interdits permettant de contaminer une eau censée être pure. Aujourd'hui, c'est UFC-Que Choisir qui interpelle la justice à ce sujet.*

### Revue de presse de la Maison des Aînés de Rouen.

**étaient présents :** Alain, Dominica, Eliane, Françoise, Marie-Claude, Marie-Laure, Patricia, Serge.

En cette fin septembre, UFC-Que Choisir a demandé le retrait temporaire des bouteilles d'eau touchées par la pollution des sources et la suspension sur les étiquettes de la mention « eau minérale naturelle » ; cette appellation étant régie par des normes françaises et européennes assez strictes.

Le groupe Nestlé, propriétaire des eaux Perrier, affirme que les problèmes soulevés il y a deux ans par l'enquête conjointe de France-Info et du journal Le monde ont été réglés mais de nombreuses analyses semblent prouver le contraire ; si les filtres incriminés ont été changés, leur usage semble démontrer que l'eau exploitée n'est pas aussi saine qu'elle est censée être.

C'est un véritable problème de confiance qui se pose à nous comme le souligne Marie-Laure. En tant que consommateurs, nous sommes impuissants à pouvoir contrôler la qualité des produits que nous achetons, et nous en sommes le plus souvent réduits à faire confiance à la communication des marques.

Les produits proposés par la grande distribution sont de plus en plus traités et transformés sans que cela soit clairement indiqué. C'est ainsi que nous absorbons toutes sortes de produits plus ou moins toxiques, du mercure avec le poisson, des résidus d'engrais avec les légumes, des pesticides avec la viande, sans oublier les microparticules des bouteilles en plastique.

Comment y échapper ? Les consommateurs que nous sommes sont-ils suffisamment exigeants et cohérents ?

L'exemple du jambon est assez remarquable puisque qu'il est transformé pour des raisons purement esthétiques. Le jambon se vend mieux quand il arbore cette belle couleur rose que lui

apportent les nitrites quâ€™on lui ajoute. Â« On mange aussi avec ses yeux et les producteurs le savent bien Â» conclut Dominica.

MalgrÃ© cela, notre Ã©quilibre alimentaire est bien meilleur aujourdâ€™hui ce qui a contribuÃ© Ã lâ€™augmentation de notre espÃ©rance de vie. Comme le fait remarquer Marie-Claude, si notre alimentation est polluÃ©e par des produits chimiques, les conditions dâ€™hygiÃ¨ne ont, elles, considÃ©rablement progressÃ©. Aujourdâ€™hui nous ne buvons plus dâ€™eau insalubre et la chaine du froid est bien plus fiable quâ€™elle ne lâ€™Ã©tait auparavant.

De mÃame, les modes de production et de distribution sont radicalement diffÃ©rents, ils rÃ©pondent Ã des normes sanitaires plus exigeantes et Ã une demande toujours plus forte.

Les grandes multinationales, comme NestlÃ©, sont au cÅ“ur dâ€™un marchÃ© gigantesque et trÃ©s concurrentiel. Quels intÃ©rÃªts dÃ©fendent-elles ?

Bien sÃ»r, les produits que lâ€™on trouve dans les rayons des supermarchÃ©s ne sont pas impropres Ã la consommation ; ce nâ€™est pas en buvant un verre de Perrier que lâ€™on sâ€™empoisonnera et le vÃ©ritable problÃ¨me posÃ© par le procÃ©s intentÃ© par lâ€™UFC-Que Choisir concerne le lien qui nous lie aux grandes marques.

Pour prÃ©server sa rÃ©putation, et son chiffre dâ€™affaires, le groupe NestlÃ© nous a visiblement menti. Quand lâ€™enquête de France info a Ã©tÃ© publiÃ©e, il y a deux ans, Patricia a remarquÃ© que les bouteilles de Perrier avaient miraculeusement disparu des rayons des supermarchÃ©s avant de rÃ©apparaître trois semaines plus tard sans plus dâ€™explications. Les consommateurs ont repris leurs habitudes, soit par ignorance ou par oubli, soit en relativisant le danger.

Nos habitudes alimentaires ont la vie dure. Ils sont peu nombreux ceux qui, comme Serge, modifient radicalement leur alimentation en pensant dâ€™abord Ã leur bien-Ãªtre. Ce serait pourtant Ã un excellent moyen de pression sur toutes les marques qui continuent Ã nous proposer des produits transformÃ©s, trop gras, trop sucrÃ©s.

## Categorie

1. hors les murs

**date crÃ©Ã©e**

14/10/2025