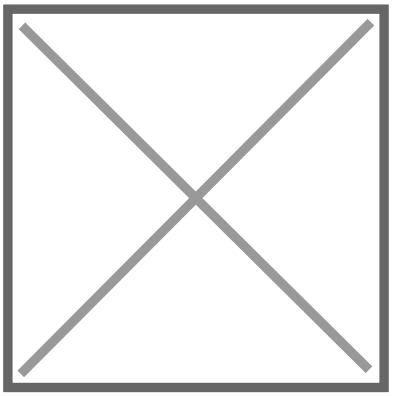


Une goutte dâ??eau dans lâ??univers des aliments transformÃ©s.

Description

Une enquÃªte menÃ©e il y a deux ans par France-Info et Le Monde avait mis en avant la pollution des eaux de source exploitÃ©es par le groupe Perrier et lâ??usage de filtres interdits permettant de dÃ©contaminer une eau censÃ©e Ãªtre pure. Aujourdâ??hui, câ??est lâ??UFC-Que Choisir qui interpelle la justice Ã ce sujet.

Revue de presse de la Maison des AÃ®nÃ©s de Rouen.
Ã?taient prÃ©sents : Alain, Dominica, Eliane, FranÃ§oise, Marie-Claude, Marie-Laure, Patricia, Serge.

En cette fin septembre, lâ??UFC-Que Choisir a demandÃ© le retrait temporaire des bouteilles dâ??eau touchÃ©e par la pollution des sources et la suspension sur les Ã©tiquettes de le mention Â« eau minÃ©rale naturelle Â» ; cette appellation Ã©tant rÃ©gie par des normes franÃ§aises et europÃ©ennes assez strictes.
Le groupe NestlÃ©, propriÃ©taire des eaux Perrier, affirme que les problÃ¨mes soulevÃ©s il y a deux ans par lâ??enquÃªte conjointe de France-Info et du journal Le monde ont Ã©tÃ© rÃ©glÃ©s mais de nombreuses analyses semblent prouver le contraire ; si les filtres incriminÃ©s ont Ã©tÃ© changÃ©s, leur usage semble dÃ©montrer que lâ??eau exploitÃ©e nâ??est pas aussi saine quâ??elle est censÃ©e lâ??Ãªtre.
Câ??est un vÃ©ritable problÃ¨me de confiance qui se pose Ã nous comme le souligne Marie-Laure. En tant que consommateurs, nous sommes impuissants Ã pouvoir contrÃ´ler la qualitÃ© des produits que nous achetons, et nous en sommes le plus souvent rÃ©duits Ã faire confiance Ã la communication des marques.

Les produits proposÃ©s par la grande distribution sont de plus en plus traitÃ©s et transformÃ©s sans que cela soit clairement indiquÃ©. Câ??est ainsi que nous absorbons toutes sortes de produits plus ou moins toxiques, du mercure avec le poisson, des rÃ©sidus dâ??engrais avec les lÃ©gumes, des pesticides avec la viande, sans oublier les microparticules des bouteilles en plastique.
Comment y Ã©chapper ? Les consommateurs que nous sommes sont-ils suffisamment exigeants et cohÃ©rents ?
Lâ??exemple du jambon est assez remarquable puisque quâ??il est transformÃ© pour des raisons purement esthÃ©tiques. 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??enquÃªte 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©apparaitre 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 lÃ 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