



UNIVERSITÉ TOULOUSE
Jean Jaurès



MASTER

SCIENCES SOCIALES

Parcours « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

Etude des perceptions du risque des français de l'eau minérale naturelle en bouteille

Présenté par :

Maéva FILLIARD

Année universitaire : **2018 - 2019**

Sous la direction de : **Christophe**

SERRA-MALLOL



MASTER

SCIENCES SOCIALES

Parcours « Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation »

MÉMOIRE DE PREMIÈRE ANNÉE

L'eau minérale naturelle en France

Présenté par :

Maéva FILLIARD

Année universitaire : **2018 - 2019**

Sous la direction de : **Christophe**

SERRA-MALLOL

« L'ISTHIA de l'Université Toulouse - Jean Jaurès n'entend donner aucune approbation, ni improbation dans les projets tuteurés et mémoires de recherche. Les opinions qui y sont développées doivent être considérées comme propres à leur auteur(e). »

SOMMAIRE

SOMMAIRE _____	4
REMERCIEMENTS _____	7
INTRODUCTION GENERALE _____	8
PARTIE 1 – CADRE THÉORIQUE : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L’EAU MINÉRALE NATURELLE _____	11
I. L’histoire de l’eau dans les sociétés occidentales _____	12
1. Etat général de l’eau _____	12
2. L’eau, source d’un imaginaire fort et multiple autour de la sûreté _____	19
3. L’imaginaire autour de la symbolique de l’eau _____	20
2. Une brève histoire de la maîtrise de l’eau _____	22
II - L’arrivée de l’eau minérale naturelle embouteillée : d’un produit révolutionnaire à sa remise en question _____	27
2.1. La construction du marché de l’eau embouteillée : du produit thérapeutique au bien de consommation banalisé _____	27
2.2. La qualité en industrie agro-alimentaire _____	29
III - L’eau minérale naturelle en bouteille ou un produit industriel naturalisé _____	35
3.1. La naturalité, un moyen de structurer le monde en invoquant des valeurs _____	36
3.2. L’émergence de la santé comme nouvelle norme de qualité alimentaire _____	37
Conclusion générale _____	42
PARTIE 2 – PRÉSENTATION DES HYPOTHÈSES _____	44
Introduction aux hypothèses _____	45
HYPOTHESE N°1 - La perception de la dimension santé et la pratique de l’eau minérale en bouteille demeurent corrélées pour l’ensemble de la population française _____	45
1. La médicalisation par l’eau minérale ou la santé comme argument de naturalité _____	45
2. Des vertus de santé qui restent contrebalancées _____	49
3. Une scène médiatique au cœur des débats _____	52
4. L’eau minérale naturelle et ses atouts santé _____	55
Conclusion de l’hypothèse 1 _____	58
HYPOTHESE N°2 - Boire de l’eau, un marqueur de distinction sociale contemporaine _____	59
1. L’émergence de la santé comme nouvelle norme de qualité alimentaire chez la classe aisée _____	59
1.1. Le goût comme norme qualitative chez le bourgeois du 19ème siècle _____	60
2. L’eau minérale naturelle : le contrôle par l’ascèse du plaisir _____	61
3. Une distinction par le contenant _____	63
Conclusion Hypothèse 2 _____	64
HYPOTHESE 3 - Une sensibilité plus prononcée pour la perception du risque écologique plus que pour le risque sanitaire selon la génération Y _____	65

1. Une sensibilité plus prononcée pour la perception du risque écologique plus que pour le risque sanitaire selon la génération Y _____	65
2. Une génération qui tend vers le développement durable _____	67
3. Une mise à distance entre comportements et attitudes relatives à l'environnement _____	70
Conclusion Hypothèse 3 _____	72
Conclusion générale _____	73
PARTIE 3 - CHOIX DE LA MÉTHODOLOGIE APPROPRIÉE ET MISE EN APPLICATION EXPLORATOIRE _____	74
Introduction à la méthodologie _____	75
1. Choix de la méthodologie de collecte de données _____	75
2. Choix des outils utilisés _____	77
3. Choix du terrain et de l'échantillon _____	82
CONCLUSION GÉNÉRALE _____	85
BIBLIOGRAPHIE _____	87
LEXIQUE _____	94
TABLE DES ANNEXES _____	96
LISTE DES TABLEAUX _____	144
TABLE DES MATIERES _____	152

REMERCIEMENTS

Cette épreuve d'état de l'art n'aurait pu se réaliser sans le soutien moral et physique des nombreuses mains qui m'ont été tendues.

Tout d'abord, je remercie mon maître de mémoire, Monsieur Christophe Serra-Mallol qui m'a offert son écoute et qui a su dissiper les brouillards opaques lorsque je recourais à son éclairage. Il a su être souple, me guider, tout en me laissant une autonomie certaine, ce qui est un gage de grande confiance. Ses recommandations et ses pistes de recherche m'ont été fort utiles. Il a également su faire preuve de patience et d'attention pour répondre à mes questions. Enfin, ses encouragements ont grandement participé à ce que je m'approprie cette thématique et cet ingrédient -l'eau- qui m'était alors inconnu.

J'ai eu la chance de pouvoir consulter en plusieurs fois Madame Anne Dupuy et Madame Tibère cette année. Leur retour a facilité le tissage des mailles méthodologiques. Je tiens à également à souligner l'accompagnement du corps enseignant de l'ISTHIA qui est un vrai soutien moral.

Je tiens tout particulièrement à remercier Monsieur Olivier Lepillier ainsi que Monsieur Tristan Fournier qui m'ont accordé de leur temps pour des entretiens individuels d'expertise. Ils se sont rendus disponibles et à l'écoute, tentant de mettre en lien l'eau à leur thématique de recherche. Leur regard m'a aiguillé quant à la formulation de mes hypothèses de recherche et leur recommandations bibliographiques m'ont été précieuses.

Mes pensées vont à Monsieur G qui a accepté de témoigner sur ses pratiques en tant que « buveur d'eau ». Il s'est prêté au jeu et ce premier entretien exploratoire m'a permis de me faire une première idée, bien que vague, quant à l'approche de l'une de mes hypothèses.

J'envoie une pensée particulière à mes amis de promotion, Aurélien, Jules, Alexia ainsi que Nicolas avec qui j'ai partagé de nombreuses heures de travail. Nous nous sommes encouragés mutuellement et leur soutien moral m'a été d'une grande aide.

Les derniers remerciements sont destinés à mes parents, mes grands-parents et mon frère qui m'encouragent et me soutiennent dans mes études.

INTRODUCTION GENERALE

En ce contexte de réchauffement climatique considéré comme critique et à l'heure où l'OMS alerte sur les ressources en eau douce dont nous disposons, travailler sur la perception de l'eau nous a paru être un point central à traiter. L'eau est une ressource fondamentale à tout être vivant, et un besoin physiologique vital pour l'homme. Or, la fabrication de cette eau douce et potable a un coût : les stations d'exploitation massive endommagent les nappes phréatiques et la réinsertion de cette eau profonde dans l'eau de surface introduit de nouvelles bactéries qui seraient potentiellement nocives pour l'homme. A cela, s'ajoutent la pollution industrielle et la pollution agricole qui sont les deux raisons principales contribuant à la contamination de l'eau, dont l'eau du robinet. En parallèle, les médias mettent en lumière les querelles entre les organismes de distribution d'eau et les grandes entreprises d'embouteillage d'eau : chacune se tire la couverture sur les questions sanitaires et nutritionnelles de leur « produit ». Quand l'eau de l'un provoque le cancer, l'eau de l'autre provoque des maladies neurodégénératives dues entre autre aux déchets. A cela, s'ajoutent les admonestations faites aux emballages-mêmes des bouteilles d'eau, qui pourtant, demeurent un produit phare de la consommation en France. La question sanitaire est alors intimement imbriquée à celle de l'environnement. Le Parlement européen –dont la France est membre- fait de la qualité de l'eau potable un enjeu de santé publique et environnementale primordial. En septembre 2018, l'attaché de presse du Parlement publie l'article « Eau potable : de nouveaux projets pour améliorer la qualité de l'eau du robinet et réduire les déchets plastiques ». La question écologique de l'emballage est alors intimement imbriquée à celle de la santé puisqu'elle sous-entend que l'une cause l'autre. Alors comment subsister à un besoin physiologique en évitant toute contamination ? Comment choisir son eau ? Quels critères sont pris en compte pour le faire ? Est-il possible de consommer de la même manière quotidiennement ? Que risque-t-on à boire de l'eau en bouteille ? Que risque-t-on à boire de l'eau du robinet ? Autant de questions qui perdent les consommateurs dans leur choix de consommation. On sait que le consommateur va vers ce qui le rassure en

s'orientant vers une consommation qui lui semble sécurisée. Une eau potable renvoie dans l'imaginaire à une eau pure, propre et dépourvue de toute substance nocive. On va parler d'une eau dite « naturelle », et c'est bien ce terme qui nous questionne. Le concept de naturalité est très valorisé chez les industriels de l'alimentation car il renvoie une image positive de l'aliment. Ainsi, notre question de départ est la suivante : dans quelle mesure les contenants induisent l'aspect de naturalité de l'eau ? Cette question amène trois autres interrogations : Est-ce qu'un contenant peut paraître plus « naturel » qu'un autre et pourquoi ? Dans quelle mesure va-t-on choisir un contenant d'eau plutôt qu'un autre ? Comment un contenant peut susciter confiance tandis qu'un autre éveillera la défiance ?

L'eau minérale naturelle s'inscrit pleinement dans cette question. Elle fait partie des eaux douces exploitées par l'homme. En effet, elle est appréciée pour ses vertus minérales naturellement stables et constantes dans le temps. De ce fait, elle nécessite aucun traitement chimique. Ses nombreuses qualités lui sont reconnues depuis l'Antiquité mais la médecine la scientifie comme médicament à partir du 19^{ème} siècle. Dès lors, les cures thermales donneront lieu à l'industrie minière.

Le secteur des eaux minérales naturelles français est leader des exportations mondiales. Rien qu'en France, la consommation d'eau minérale naturelle est de 125 litres par habitant en 2016, soit 8,3 milliards de litres pour l'ensemble de la population. Boire de l'eau minérale est donc complètement banalisé dans les foyers français. Tout comme les autres industries d'embouteillage, l'eau minérale naturelle a fait l'objet de contestation sur la qualité apportée à sa production, que ce soit au niveau du contenant mais aussi du contenu. Qu'en est-il de sa composition finalement ? Comment le consommateur peut-il en être assuré ? Et surtout, comment peut-on le rassurer ? Contrairement aux autres eaux douces, l'eau minérale a la particularité d'avoir un passé lié à celui du thermalisme. Absolument non-traitée, elle peut donc se jouer de ses propriétés naturellement présentes pour s'en défendre. Néanmoins, de quelle manière le fait-elle ? Comment arrive-t-elle à revaloriser son côté « naturel » ? Aussi, comment préserver une eau qui pourrait être polluée par son propre contenant ? La perception des risques écologiques est-elle aussi prégnante que celle des risques sanitaires ?

Le concept moderne de naturalité éclot dans un contexte critique de l'agro-alimentation vers 1960 : ce sont les premières diffusions de la critique alimentaire [LEPILLER, 2010]. A cette époque, la perception des risques est naissante. La perception des risques alimentaires se caractérise par 2 éléments : 1) la crainte de manger quelque chose

qui portera à l'intégrité physique de l'individu ; 2) le fait d'y trouver un consensus populaire qui rejette l'autorité scientifique et préférer une explication euristique au sujet donné. C'est là où la naturalité entre en jeu : elle répond à une demande de rassurance. On entend par naturalité le fait de tendre vers ce qui est « naturel ». Elle est un véritable argument pour rassurer le consommateur. La naturalité n'est néanmoins pas évidente à concevoir. Naturaliser un produit revient à gommer l'artificialité (à laquelle l'homme aurait participé) tout en lui conférant des propriétés immaculées [LEPILLER, 2010, 2012, 2014, 2018]. Il existe plusieurs arguments de naturalité alimentaire : la santé, la traçabilité, la patrimonialisation, la tradition, l'exotisme. Comment l'imaginaire de la naturalité se construit-elle autour de son contenant de l'eau minérale et comment induit-elle la représentation qualité de l'eau minérale ? Est-ce que le jeu de naturalité influe sur la perception du plaisir à boire de l'eau minérale ? Est-ce que toute la population française partage ces mêmes perceptions du risque de l'eau minérale en bouteille ?

Une première partie ouvre pour fenêtre un cadre théorique établi par une revue de littérature. Cette dernière s'attache à rendre compte de l'adaptation des industriels minéraliers aux perceptions des risques environnants. Ce travail préliminaire et la réalisation de quelques entretiens débouchent sur l'annonce de notre problématique : **en quoi le poids des déterminants sociaux différencient-ils la perception des risques de l'eau minérale en bouteille en France ?** Nous proposons trois hypothèses de recherche qui s'inscrivent dans le cadre d'une approche hypothético-déductive. La troisième et dernière partie expose la méthodologie de recherche probatoire qui permettra de valider ou invalider ces hypothèses.

PARTIE 1 – CADRE THÉORIQUE :
PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L’EAU
MINÉRALE NATURELLE

I. L'histoire de l'eau dans les sociétés occidentales

Dans ce chapitre, nous proposons une première approche de notre sujet par l'histoire de l'eau dans les sociétés occidentales. Le lien que l'homme a créé avec l'eau ne s'est fait qu'à son contact extérieur (la toucher, la maîtriser) et intérieur (par incorporation). L'expérience que l'homme a vécue avec elle s'est forgée d'images multiples qui concernent sa sûreté. Les représentations contemporaines de l'eau y sont imprégnées. Son identité multifacette ne peut néanmoins se saisir sans avoir préalablement défini « l'eau » en tant que concept, mais aussi en tant que ressource physique naturellement présente. Enfin, nous développons comment l'eau mise en bouteille, est un produit ambivalent sinon ambigu : l'offre minière doit ingénieusement valoriser l'aspect « naturel » tout en soulignant la technicité qualitative de production qu'il requiert.

1. Etat général de l'eau

Nous proposons pour base ce cadre théorique ce qui est entendu par « eau » en tant que sens commun, puis faisons état de la ressource physique et juridique de ce bien commun.

1.1. Définition de l'eau

Le mot « eau » vient du latin « *aqua* ». D'après la définition donnée par le dictionnaire *Larousse*¹, l'eau est un « *corps liquide à la température et à la pression ordinaires, incolore, inodore, insipide, dont les molécules sont composées d'un atome d'oxygène et de deux atomes d'hydrogène. Ce corps liquide, contenant en solution ou en suspension toutes sortes d'autres corps (sels, gaz, micro-organismes, etc.), très répandu à la surface terrestre (eau de pluie, eau de mer, eau du robinet, etc.)* ». On retrouve la même définition dans le dictionnaire *Dixel* par les Dictionnaires Le Robert. L'eau est ici envisagée comme élément naturel. D'autres définitions sont données dans cet ouvrage. Employé au pluriel, le terme « les eaux » désigne les eaux minérales d'une station thermale où on peut y faire des cures. On y trouve également l'eau comme solution aqueuse. On parle d'eaux oxygénées. Préparation alcoolisée, parfumée avec des essences de fleurs, de fruits, d'herbes

¹ *Larousse, dictionnaire de français*, <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/eau/27209> [consultée le 11/12/218]

et d'épices. Dans le domaine biologique, on évoque l'eau en tant que sécrétion liquide incolore du corps humain comme par exemple « être tout en eau, en sueur », « avoir l'eau à la bouche » (soit saliver devant des mets appétissants), ou encore « perdre les eaux » qui sous-entend la perte du liquide amniotique. Au sens figuré, cela va signifier être attiré ou être tenté par quelque chose². Le terme latin « *aqua* » est de nos jours employé dans le domaine de la chimie, de la pharmacutique et homéopathique, pour donner la composition d'un médicament par exemple.

1.1.1.1. Une ressource indispensable aux besoins physiologiques du corps humain

« *L'eau de notre subsistance est aussi celle de notre substance* » [NOU, PIERRON ., HARPET *et al.* 2015, p.24]. L'eau abreuve tout être et organisme vivant sur Terre. Le corps humain est par exemple constitué à 70% d'eau. L'ensemble de ses cellules contient les deux tiers de l'eau de notre corps et c'est pourquoi il en est dépendant pour sa survie. Par ailleurs, au-delà de ses bénéfiques hydratants pour le corps, l'eau apporte des minéraux qui lui sont indispensables : ils représentent 4% de la masse corporelle³. Enfin, Herbert Shelton⁴ écrit que l'eau fait partie des éléments indispensables⁵ –dans le jeûne- qui influence la croissance et la régénération des cellules [1994, p.110] ainsi qu'au maintien des tissus [*ibid.* p.168] car elle favorise l'élimination des toxines du corps [*Ibid.*, p.245]. Tristan Fournier dit que l'eau est « *la base pour vivre, c'est-à-dire qu'on ne pourrait pas rester 20 jours sans boire évidemment. Déjà une semaine ce n'est pas possible*⁶ » Elle est par conséquent nécessaire aux bons fonctionnements physiologiques des corps. Il est vrai que, là où l'alimentation et les boissons diffèrent en fonction des lieux, des cultures et des avancées techniques culinaires, l'eau demeure une ressource que toutes les civilisations boivent sans accompagnement. Si elle s'aromatise (arômes, sirop, thé, café, tisane), se chauffe (eau chaude, bouillon, soupe), se gazéifie, se solidifie (glaçon), elle se boit également sans

² DE CALAN Didier, DURAND Marianne, LEBLANC Caroline, LUCET Catherine, MORVAN Danièle, PIQUART Nathalie, REY Alain, 2009. *Dixel dictionnaire*, Dictionnaires Le Robert, Paris, p.596

³ C'est pas sorcier, « Les eaux minérales en bouteille : les sorciers prennent de la bouteille » par Vincent Basso-Bondini, *La santé vient en mangeant !*, 2006. Disponible sur : https://www.youtube.com/watch?v=hwhrXzhXyLk&list=PL4xczcLe8Kp6rY2_dJxepb0aYcKy-LCQB&index=9, [consulté le 10.11.2018].

⁴ Herbert M. Shelton est diététicien, naturopathe

⁵ Parmi l'a nourriture, l'eau, l'air, la chaleur, le soleil ou l'absence de ces éléments.

⁶ Annexe n°14, Retranscription intégrale de l'entretien avec Tristan Fournier du 05.02.2019, p. 136

accompagnement c'est-à-dire en l'état. Nous notons toutefois que l'eau « non-modifiée » est une prise récurrente sinon régulière commune à chacun des individus.

En France, l'eau minérale naturelle est considérée comme de l'eau potable et est soumise à un cadre légal afin de pouvoir être distribuée au grand public. Néanmoins, son accessibilité pose aujourd'hui de plus en plus question, en France comme à l'étranger. L'accroissement démographique et l'activité humaine qui a en découle participent grandement au réchauffement climatique. Il est aujourd'hui clairement observable pour le monde scientifique que les eaux profondes sont une ressource épuisable⁷.

1.2. Une ressource naturellement présente inégalement répartie

L'eau recouvre 72% de la surface de la Terre soit une surface de 1400 millions km³. L'eau sur Terre se présente sous différents états : liquide, solide et gazeux en fonction de la température dans laquelle elle se trouve et ce, au cours de différentes étapes :

- Condensation : on passe de l'état gazeux à liquide ;
- Solidification : on passe de l'état liquide à solide ;
- Evaporation : on passe de l'état liquide à gazeux.

L'eau est connue de tous et depuis tous les temps puisqu'elle est une ressource vitale à la survie de tout être, y compris de l'homme. « *Eau, tu n'as ni goût, ni couleur, ni arôme, on ne peut pas te définir, on te goûte, sans te connaître. Tu n'es pas nécessaire à la vie : tu es la vie* » écrit Antoine Saint-Exupéry dans *Terre des hommes* en 1939 [p. 242]. Élémentaire, elle a dans toutes les civilisations et de tout temps, fait objet de quête voire de guerre pour la posséder. En effet, l'eau est inégalement répartie sur la planète et de fait.

Par ailleurs, de nombreuses villes ont été construites autour de ruisseaux, de fleuves ou de rivières afin de pouvoir les exploiter en tant que voies marchandes navigables mais surtout pour les irrigations des champs de culture et abreuver les populations et les animaux.

Cette exploitation a évolué au cours du temps en ayant perfectionné et complexifié les systèmes techniques de pompage d'eau.

⁷ Le Centre d'Information sur l'Eau, « Réchauffement climatique : quelle conséquence pour l'eau ? », « la sûreté de l'eau ». <https://www.cieau.com/eau-transition-ecologique/enjeux/rechauffement-climatique-les-consequences-sur-leau/>, [consultée le 23.03.2019].

1.3. L'eau, une ressource épuisable

Seul 3% de l'eau sur Terre est de l'eau douce, soit 39 millions de km³, le reste, les 97% restant représentent les océans et les mers qui ne peuvent pas correspondre aux besoins hydriques des êtres vivants (car l'indice de salinité est trop élevé⁸). On l'appelle l'eau dure. De plus, la répartition de l'eau douce est inégale sur le globe⁹. En effet, seuls dix pays détiennent 60% des réserves, douze autres n'en contrôlent que 75%. Julien Goetz, journaliste pour l'émission *Datagueule* sur France 4 et Sylvain Lapoix, spécialiste des données pour OWNI, relèvent que les glaciers en stockent 68%. Plus de 30% sont enfouis dans les nappes phréatiques. Le reste se partage entre les glaciers, les rivières, les lacs et autres humidités atmosphériques¹⁰. En conclusion, moins de 1% de l'eau présente sur Terre est à la fois douce et liquide, soit 0,007% de la masse terrestre¹¹. La France fait partie des pays les plus privilégiés du globe car elle possède à la fois des glaciers, des fleuves, des lacs et des rivières d'eau douce.

72% de l'eau potable utilisée dans le monde est pompée pour l'agriculture [FAO, 2006, p.125]. La production agricole a augmenté de 12% entre 1961 et 2009. Toutefois, les superficies irriguées ont accru de 117%. L'industrie arrive en seconde position avec 20% de l'eau utilisée. Les deux tiers de ces eaux-là permettent de produire notre énergie, notamment en refroidissant les réacteurs des centrales thermiques qui produisent 80% de l'électricité mondiale. Les 10% restants sont dédiés à nos besoins quotidiens. Paradoxalement, la population mondiale a considérablement augmenté. En 1804, on comptait 1 milliard d'individus sur la planète, en 1927, 2 milliards, trente ans plus tard, on en dénombre 3 milliards et en ce début de 21^{ème} siècle nous avons atteint les 7 milliards. On estime la population humaine entre 8,5 et 10 milliards d'ici 2050 soit autant de personnes à nourrir et à abreuver [RASTOIN, 2015]. Les scientifiques s'interrogent alors sur la possibilité de

⁸ L'indice de salinité des mers et océans se situe entre 30‰ et 40‰ en fonction du taux d'ensoleillement et de précipitation de la zone géographique. Bien qu'il y ait d'autres facteurs rentrant en compte, c'est la température qui le fait essentiellement varier.

⁹ Annexe n5, la répartition de l'eau douce et salée, p.95.

¹⁰ 68,7 % se trouvent dans les glaciers ; 30,1 % dans les nappes phréatiques ; 0,8 % dans le permafrost ; 0,4 % en surface et dans l'atmosphère.

¹¹ *Datagueule*, « Eau rage, eau des espoirs ! », *Wikidatagueule*, juillet 2017, saison 5, épisode 67 du 19/12/2017. Disponible sur : [https://wiki.datagueule.tv/Eau_rage_eau_des_espoirs_!\(EP.67\)#cite_note-5](https://wiki.datagueule.tv/Eau_rage_eau_des_espoirs_!(EP.67)#cite_note-5) (consultée le 09/12/2018).

répondre à tous les besoins en eau [WUTICH, BREWIS, 2014.]. Sur le site de l'Organisation Météorologique Mondiale, on lit qu'on pouvait dès 1750 affirmer avec grande certitude que l'activité humaine jouerait un grand rôle en surchargeant une atmosphère d'une quantité excessive de CO₂. Depuis le milieu du 20^{ème} siècle les scientifiques le démontrent, le climat global de la planète Terre se réchauffe. On constate une hausse des températures moyennes des océans et de l'atmosphère au niveau planétaire dû à un accroissement de CO₂ et à la concentration des gaz à effet de serre. Les prévisions en matière de températures se situent entre +2°C et 4°C d'ici 2100 et ce, avec des modifications à craindre tels que des zones arides, des orages tropicaux violents, des précipitations intenses, l'accroissement de l'évaporation qui assèchera rapidement les sols et ne pourront pas l'absorber ; ce qui conduira à un appauvrissement des nappes phréatiques. Par conséquent, il y aura une réduction considérable de la biodiversité [JOUZEL, 2012]. Les journalistes Evelyne Ramelet et Pauline Dalencon reprennent le rapport mondial des Nations Unies de 2003 qui déplore que « *le changement climatique conduira à une aggravation d'environ 20% de la rareté mondiale de l'eau* »¹². Il est causé et sera accéléré par :

- La modification des régimes suscités par la prospérité ;
- Les pollutions provoquées par la production de nouvelles technologies ;
- La production hydroélectrique en masse [JOUZEL, 2012].

L'être humain exploite depuis toujours à des fins de survie son environnement afin de bénéficier de ses ressources. Enjeu social, enjeu économique, l'accès à l'eau est depuis toujours un enjeu de souveraineté et les risques géopolitiques abondent. Seulement, cette exploitation dépasse ses simples besoins puisqu'il fait de ses ressources « *une économie de marché* »¹³. Mais il a aussi transformé et modifié son paysage avec notamment l'agriculture intensive et de manière plus générale, l'extractivisme¹⁴ [DUC, 2017]. L'eau est dès lors appelée « or bleu » soit un enjeu planétaire majeur¹⁵ qui nécessite une protection d'urgence

¹² *Ibid.*, p.27.

¹³ *Ibid.*, p.37.

¹⁴ D'après la définition de Marine Duc, agrégée de géographie, ce mot est d'origine d'Amérique hispanophone. Il évoque et englobe les activités extractives au sens littéral telles que les mines et les hydrocarbures. De manière plus générale, il désigne également les activités des ressources naturelles échelle industrielle sans espoir de retour. L'extractivisme désigne entre le pompage massif des nappes phréatiques qui soutire de l'eau douce. Cette eau est utilisée pour les industries de ressources naturelles ou des carrières.

¹⁵ <https://www.franceculture.fr/emissions/affaires-etrangeres/le-siecle-de-lor-bleu>

: on protège la ressource pour préserver des populations. Dès lors, préserver l'eau requiert un cadre légal.

1.3.1. Des critères qualitatifs autant souples que stricts pour un bien commun : l'eau potable en droit

La convention de 1996 signe le principe du droit à l'eau pour tous. Cette convention a obtenu l'adhésion de 40 pays (dont la France) sur 197¹⁶ : elle devient un bien commun. Un bien commun invoque, au-delà d'être signifié par l'objet, un enjeu éthico-politique selon Jacques Beauchemin¹⁷. Il « réside alors dans le fait de vivre en société dans la perspective d'une intentionnalité éthique » [2004, p.2]. Lorsqu'à la convention de 1996 Louis-Gilles Francoeur définit l'eau comme « bien commun », il fait écho à l'eau potable qui se doit d'être accessible à tous.

« Le droit à l'eau garantit à chaque être humain de disposer pour son usage personnel et domestique d'une eau abordable et saine, en quantité suffisante, de qualité acceptable et accessible »¹⁸ L'ONU, 2010.

En droit, la qualité de l'eau est une notion omnipotente. Aude Farinette amène une approche juridique ou plutôt technique du droit d'usage de l'eau. Elle explique que ce droit d'usage est abordé par l'intégration de caractéristiques scientifiques, ce qui invisibilise un peu l'angle olfactif, affectif ou encore spirituel de l'eau, sauf en ce qui concerne l'eau de boisson qui est très contrôlée et règlementée. En effet, l'eau doit être potable. Comment caractériser une eau potable ? L'eau potable doit être gustativement satisfaisante bien que la santé demeure la priorité du Parlement européen. C'est donc d'abord une eau qui ne présente aucun risque pour la santé. Dans la circulaire du 24.11.1954 n°170¹⁹, il est stipulé que si l'eau « est agréable à consommer, [alors] elle présente les qualités idéales d'une eau potable ». A l'époque, sont ainsi pris en compte :

¹⁶ « L'eau, bien commun de l'humanité », *EcoRev'*, 2012/1 (N° 39), p. 32-34. URL : <https://www.cairn.info/revue-ecorev-2012-1-page-32.htm>

¹⁷ Jacques Beauchemin est directeur du département de sociologie de l'université du Québec à Montréal.

¹⁸ ROYNARD Romy, *National Geographic*, "L'Or bleu, la bataille de l'eau", <https://www.nationalgeographic.fr/environnement/lor-bleu-la-bataille-de-leau>, [consultée le 21.03.2019].

¹⁹ Concernant les instructions générales relatives aux eaux d'alimentation, J.O. 10.12.1954, p.11926, abrogé par le circulaire du 15.03.1962 relative aux instructions générales concernant les eaux alimentaires et la glace alimentaire (J.O. du 27.03.1962).

- La fraîcheur, dont la température idéale se situerait entre 9°C et 12°C ;
- La saveur ;
- L'odeur ;
- La limpidité.

Ce seront des critères obligatoires jusqu'en 1998 ; après ils seront assignés à de simples indicatifs organoleptiques selon l'Arrêté du 11.01.2007²⁰. Ainsi, les Etats membres peuvent faire varier les paramètres de qualité et de salubrité « *s'ils le souhaitent* » [2015, p.75]. Les normes ne font donc que définir à un moment donné, un niveau de risque acceptable pour une population donnée et selon les techniques disponibles à chaque pays. Aude de Farinette mentionne que les premiers critères de base ne sont pas évincés et sont par ailleurs toujours pris en considération à ce jour.

« Le fait qu'une eau soit conforme aux normes, c'est-à-dire potable, ne signifie donc pas qu'elle soit exempte de matière polluante, mais que leur concentration a été jugée suffisamment faible pour ne pas mettre en danger la santé du consommateur » [CNRS, 2018].

De ce fait, l'eau n'est pas dépourvue de déchet ou d'élément toxique, leur tolérance s'arrête là où débute leur dangerosité sur la santé humaine. A ces normes établies s'ajoutent des teneurs limites à ne pas dépasser pour un certain nombre de substances nocives à la santé de l'homme.

1.3.2. La production de l'eau potable

Il existe 8 étapes pour produire de l'eau potable. L'eau douce est dans un premier temps captée par un système de pompage jusqu'à l'usine de production. A l'usine de traitement, elle passe par un système de dégrillage : des grilles retiennent les gros et les petits déchets (algues, branches, plastiques). Par son système de grillage plus sommaire, le tamisage affine le tri de déchets plus petits (allumettes, mégot de cigarette). L'eau va ensuite décanter en y versant un produit coagulant : les matières en suspension agglomérées sont alors éliminées en retombant au fond du bassin. L'eau s'éclaircit, mais la filtration sur sable

²⁰ Arrêté du 11.01.2007 relatif aux limites et références de qualité des eaux brutes et des eaux destinées à la consommation humaine mentionnées aux articles R.1321-2, R.1321-3, R.1321-7 du code de la santé publique, J.O. du 06.02.2007, p.2180.

vient retenir les dernières particules. De là, on diffuse de l’ozone, un gaz qui vient éliminer les dernières impuretés invisibles (bactéries, virus). La filtration par charbon actif vient absorber des particules de matières organiques encore présentes. Si l’eau est potable à ce stade, on infiltre du chlore pour qu’elle maintienne sa qualité nutritionnelle et sanitaire tout au long de son parcours de canalisation avant d’être consommée²¹²².

L’eau est présente de part et d’autre de la planète mais ne présente qu’une infime partie d’eau douce. Les humains peuvent l’exploiter pour rendre ce liquide potable et la boire, à condition de correspondre aux critères juridiques dont elle dépend. L’eau représente plus qu’un simple liquide qui peut se mêler à nos aliments. En effet, l’eau a de tout temps suscité des croyances dans les sociétés occidentales de par les expériences que l’homme en a faites. Chaque expérience nouvelle lui vaut un nouveau qualificatif qui renvoie à une image spécifique. L’imaginaire autour de l’eau est fort et nous verrons en quoi sa symbolique s’est transmise depuis des siècles dans la société judéo-chrétienne jusqu’à nos jours.

2. L’eau, source d’un imaginaire fort et multiple autour de la sûreté

« L’eau serait naturellement source d’ambivalences pour celui qui l’interprète : emblème de la pureté par excellence, elle est aussi ce qui recueille la saleté pour devenir impure » [NOU, PIERRON, HARPET, DICKS, 2015, p.6]. En effet, bien que l’eau soit une ressource abondante, suivant où l’homme vit sur la planète, il ne développe pas les mêmes pratiques d’usage ni de préservation, et ne partage pas les mêmes pratiques sociales autour d’elle. Cela s’explique notamment par les représentations qu’il cultive autour d’elle. L’eau renvoie à un imaginaire et à une symbolique forte. Si le boire fait référence (on s’en doute) aux conduites d’alcoolisation, c’est-à-dire aux modalités et conséquences de la consommation d’alcool éthylique, cette substantivation ne saurait dissocier l’objet de la pratique : le « boire » recouvre tout autant la substance elle-même (la boisson) que les pratiques sociales et significations culturelles qui entourent sa consommation et qui confèrent au « boire » alcoolisé (ici, au boire) son originalité. Ici, l’eau, source naturellement présente dans la nature, fait l’objet de nombreux symboles et imaginaires forts autour

²¹ GALLET Cécile, « Comment l’eau devient-elle potable ? », Espace Sciences, <https://www.espace-sciences.org/archives/comment-l-eau-devient-elle-potable>, [consultée le 05.04.2019].

²² Techmania, « Les étapes de production d’eau potable », http://www.techmania.fr/CIEAU_playbac/production_deau_potable.pdf, [consultée le 05.04.2019].

desquels se sont construites des sociétés humaines. Chaque individu ayant besoin de l'eau pour vivre, doit pouvoir se sustenter de cette boisson pour vivre. Tantôt bénite et louangée par sa pureté au Moyen-Age, elle renvoie à l'origine du vivant voire à la renaissance. Mais l'eau peut également être source de crainte et renvoyer aux réprimandes de Dieu voire à la mort. A partir d'une définition du terme « symbole », nous développons dans quelle mesure des représentations judéo-chrétiennes lointaines autour de l'eau se sont véhiculées jusqu'à nos jours. Enfin, nous analysons comment cette ressource naturellement présente est devenue un bien de (sur)consommation quotidien grâce aux évolutions technologiques de la maîtrise de l'eau.

3. L'imaginaire autour de la symbolique de l'eau

L'imaginaire que nous avons actuellement de l'eau ne peut se penser sans la symbolique à laquelle elle renvoie et ses inspirations judéo-chrétiennes.

2.1.1. Définition du « symbole »

Avant de se saisir des imaginaires existants sur l'eau, il convient de comprendre ce qu'est une symbolique. Nous nous appuyons sur la définition du concept de symbolique et de l'imaginaire donnée par les auteurs du livre *Usé, sale, impure. Rationalités, usages et imaginaires de l'eau*. Il convient d'entendre le terme « symbole » dans le sens générique des Sciences Humaines, où son rôle premier est de structurer les rapports sociaux. Il est composé des représentations (elles-mêmes composées des concepts d'imaginaires et de rationalité) que construisent les hommes autour de lui. La symbolique induit donc un interprétant et un interprété, lui-même ayant le caractère d'être signifiant puis par l'intermédiaire de l'homme, signifié. Tandis que l'imaginaire va mettre en exergue son monde (en passant par les mots, les idées, les émotions, ses projets passés et futurs etc.), la rationalité permet de donner une signification à l'activité humaine et mieux saisir son appréhension du réel. L'homme jongle par catégorie de symbole afin de mieux pouvoir appréhender et agir dans son environnement, tout en prenant en compte son entourage. Chaque culture et société a sa propre conception du réel et par conséquent, chacune a ses propres symboles afin de mieux pouvoir appréhender son milieu [2015]. Par le truchement de ce concept, nous en exposons ses représentations en quoi il est fortement imprégné des symboliques judéo-christianistes.

2.1.2. Des représentations judéo-chrétiennes aux représentations contemporaines

En Occident, les antiques règles mosaïques du christianisme incluent l'eau comme intègre au monde matériel créé par Dieu (au même titre que la terre, l'air, les animaux comestibles) [DOUGLAS, 1979]. Dans les encyclopédies médiévales, « *l'eau est convertible en terre car elle pèse plus lourd que l'air et le feu qui sont convertibles entre eux* », mais surtout, parce que la terre peut être humide [THOMASSET, p.18]. L'eau est purificatrice, lave les pêchés (l'eau lustrale), rend propre ce qui est sale, à l'intérieur comme à l'extérieur de l'individu. Par exemple, on lira dans le psaume 55 de la Vulgate de la Bible « *L'eau qui lave les pêchés du monde* ». Elle peut également être associée à une force divine qui implique et instaure un ordre dans le monde : on verra alors apparaître de nouveaux qualificatifs pour la désigner (« vive », « trouble », « claire », « profonde », « dormante »). Elle est sacralisée. Déjà dans les textes antiques, au-delà d'être une délimitation géographique, elle représente un passage entre la vie et la mort notamment parce qu'elle renvoie à une « infinité » [BATTESTI-PELEGRIN, 1985]. Il y a d'un côté le bien : l'eau protectrice des hommes (l'eau bénite, l'eau douce qui garantit le poisson), l'eau qui symbolise la vie amoureuse (les rencontres auprès de fontaines, des rivières) [Ibid., 1985], une force énergie (les moulins à eau, nouvelles technologies d'irrigation) mais il y a aussi le mal : l'eau peut punir (les déluges, les inondations) ou conduit à la mort. La représentation de l'eau va évoluer²³ au cours des siècles mais les symboliques de « l'infini », de « la pureté », du « divin » demeure ancrées jusqu'à nos jours. Par exemple, Yves Lévi met en lumière le sens commun de l'eau de pluie qui représente la nature, le naturel, la pureté et la qualité dans l'imaginaire individuel et collectif alors qu'elle n'est pas consommable à cause de son fort taux de pollution [2015, p.82].

Jean-Pierre Pierron fait le constat que l'homme des pays industrialisés est tiraillé par le fait de devoir traiter l'eau de manière industrielle. L'idée est que cette distanciation avec la nature gêne vis-à-vis de la question écologique qu'évoque l'eau. En effet, l'urbanisation a facilité l'accès à l'eau jusqu'à la rendre ordinaire. Autour de ce flux facile, ce sont déployés des systèmes techno-industriels d'acheminement et d'assainissement, d'évacuation qu'on invisibilise par des enfouissements, des aménagements souterrains tels que les égouts. Selon

²³ Ce constat est d'autant plus flagrant en zone urbaine et industrielle où la contamination est la plus forte.

Pierron, les égouts sont un parfait exemple de la manière dont les occidentaux mettent en place ce qu'ils considèrent comme sain, malsain, propre, sale, le souillé et l'intact « *pour faire monde et rejeter l'immonde* » [p.32]. D'un autre côté, les eaux dites impures renoueraient les hommes à la nature : lorsque la station d'épuration filtre, décante, dépollue, assainit, purifie, elle vient connecter des liens avec une nature dont l'homme s'était séparé. Par ailleurs, Bernard Chocat revient sur le sens du mot « assainissement » : dans un sens très général, cela désigne l'action d'assainir, de rendre sain. Cela consiste techniquement à se débarrasser des eaux usées ou dites pluviales qui tombent d'une agglomération car elles sont considérées comme sales et donc potentiellement dangereuses pour celui qui la boit. Or, tel que le souligne l'auteur, « *un objet peut être usé sans pour autant être sale ou peut avoir été utilisé sans pour autant être usé ou sale* » [2015, p.37]. Néanmoins une « eau usée » sous-entend l'idée qu'elle est également sale et doit par conséquent être rejetée, il y a donc une ambiguïté sous-jacente. Aude Farinette décrypte la définition du mot « usé » en se référant à la définition du dictionnaire le Petit Robert. Le mot « usé » ferait référence à un « usage » qui amoindrit la « force », le « pouvoir » de l'eau, soit ce qui la caractérise par ses propriétés. L'eau serait par conséquent plus ou moins efficace en sa fonction [NOU, PIERRON, HARPET, DICKS, 2015].

Tantôt purificatrice, saine, propre, tantôt sale, usée et dangereuse, les représentations de l'eau se sont façonnées à travers le temps. Là où la non-comestibilité est visible sur un aliment (pourriture, moisi, odeur nauséabonde, développement de verres etc.), l'eau n'a pas de caractéristique aussi distinguable. Répandue sur la majeure partie de la planète, elle se présente sous différentes formes en fonction de l'environnement dans lequel elle se trouve mais la manière dont elle est le plus exploitée demeure lorsqu'elle est à l'état liquide.

2. Une brève histoire de la maîtrise de l'eau

L'eau a fait l'objet de conquêtes territoriales, technologiques et scientifiques. Les avancées technologiques des Romains (fontaines, aqueducs, barrages, etc.), la création des moulins qui vont capter la puissance des eaux, la sérendipité de la fin du 19^{ème} siècle dû aux épidémies, et enfin « les années 1960 » ont été trois grandes périodes centrales qui concernent la maîtrise puis l'approvisionnement de l'eau. La première partie fait l'état des lieux de la présence de l'eau sur terre. Elle permet de resituer la France qui fait partie des pays qui exploitent à ce jour le plus d'eau douce. A partir de là, nous ferons une brève histoire

qui recense les progrès techniques des hommes. Comment l'homme a-t-il rendu accessible des sources d'eau pour s'en approvisionner ? Dans quelle mesure la facilité d'approvisionnement est-elle devenue un moyen de surconsommer cette source ?

2.1.1. De la source à l'approvisionnement

La question de l'approvisionnement, de l'arrosage, de l'irrigation et d'alimentation s'est posée il y a 5000 ans avant J.-C. avec les premières agricultures dans le Croissant fertile du Proche Orient, plus précisément en Mésopotamie (Irak et Iran actuels) [BAZZA, 2006]. Les premiers hommes sédentaires créent les premières innovations hydrauliques : apparaissent alors des barrages faits de pierres, des casiers destinés à retenir et à rassembler le ruissellement et enfin des puits. 5000 ans plus tard, l'homme crée la fontaine, un aménagement structuré en bassin qui réceptionne l'eau potable et qui fonctionne grâce à la pression de l'eau elle-même ou bien par gravité, à l'aide d'un conduit [RAMELET, DALENCON, 2016]. Les fontaines publiques seront pendant longtemps les seuls lieux d'approvisionnement en eau. Elles seront même un lieu que l'on met en valeur : durant l'Antiquité, les grecs et les romains se plaisent à complexifier le système de conduit et à embellir l'architecture des fontaines avec des ornements et/ou statues [*Ibidem*, 2016]. A partir du 18^{ème} siècle, les « fontaines filtrantes » s'invitent dans l'espace domestique. L'eau est filtrée à l'aide de laine, d'éponge ou de sable [JOSEPH, 1752.].

Depuis, les dimensions, les techniques de construction mais aussi les matériaux des aménagements hydrauliques se sont perfectionnés. Néanmoins, certaines constructions ont conservé leur principe d'origine mais sont de plus grande ampleur comme les barrages et les aqueducs. En effet, il a fallu répondre aux besoins de la population grandissante : Jean-Pierre SARTHOU, agriculteur et enseignant chercheur à l'INRA explique que l'accroissement de besoins en eau et de nourriture a fait apparaître des agricultures intensives et extensives, ainsi que des infrastructures à grande échelle diverses. Ces dernières produisent de l'énergie en grande quantité pour subvenir aux besoins grandissant des populations avant tout perçues comme des consommateurs [SARTHOU, 2018]. Ainsi, l'influence des avancées techniques a permis une offre nouvelle qui a bouleversé des pratiques qui n'existaient pas jusqu'alors.

2.1.2. De l'approvisionnement à la surconsommation d'eau : l'influence des progrès scientifiques et techniques du 19-20ème siècle sur les pratiques

L'homme maîtrise l'eau et depuis des millénaires et l'exploitation de la source n'a cessé de s'amplifier entre le 19ème et le 20ème avec en premier lieu, la privatisation de sources puis, avec l'extraction des eaux profondes (l'eau de surface de suffisant plus). Cette exploitation est la réponse d'un confort croissant à l'extérieur mais surtout à l'intérieur des foyers.

La pénurie de l'eau n'a pas été une question envisagée jusqu'alors et pour pallier à ce manque vital, l'homme a décidé de créer de l'eau douce en raccourcissant le cycle naturel de l'eau (par « évaporation des océans, transport par les courants aériens, retour à l'océan par les précipitations sur les continents »²⁴) ou encore, en créant des techniques modernes hydrauliques dont le dessalage des océans est l'activité principale. Seulement,

« Quelles sont les conséquences pour les océans et les mers ? Extraire de l'eau emprisonnée sous terre depuis des dizaines de millénaires et la réintroduire dans le cycle de l'eau, n'est-ce pas un risque de provoquer un déséquilibre ? »²⁵

Cette question suppose que le traitement de l'eau porte atteinte à la qualité même de l'eau, qui est alors dégradée. Plus encore, elle mènerait au phénomène de « raréfaction de l'eau potable ». Malgré cette constatation, on note néanmoins une forte consommation de cette eau potable. Le Centre d'Information sur l'Eau (C.I.eau) est une association²⁶ qui met à disposition du public un ensemble de données sur l'opinion, les perceptions et les comportements des français vis-à-vis de l'eau et du service de l'eau. Sur leur page « Quelle est la consommation d'eau moyenne par ménage ? », ils retracent l'évolution des utilisations domestiques de l'eau. De la fin du 18^{ème} siècle jusqu'à la Seconde Guerre Mondiale, les hygiénistes estiment une consommation de 15 à 20 litres d'eau journaliers par personne. Cela s'explique notamment par le fait qu'utiliser de l'eau demandait un effort en se rendant à la source, au puits, et certaines tâches domestiques comme laver son linge se faisaient dans des

²⁴ RAMELET Evelyne, DALENCON Pauline, 2016 *L'Homme et l'eau : De la surconsommation à l'équilibre*, Editions Alternatives, Collection Manifestô, p. 50

²⁵ *Ibid.*, p.50.

²⁶ Le Centre d'Information sur l'Eau est une association à but non lucratif qui a été créé en 1995 à l'initiative des professionnels qui assurent la gestion des services publics d'eau et d'assainissement en France. Site internet disponible sur : <https://www.cieau.com/> [consulté le 09/12/2018].

espaces collectifs ou l'eau était partagée comme que les lavoirs²⁷. D'après les données de l'Observatoire SISPCA, l'association note qu'en 1975, la consommation domestique par français était de 106 litres d'eau par jour et par habitant. Elle a évolué de +50 litres journalier par individu en 2004. Mais qu'en est-il aujourd'hui ? Un foyer français de 2,5 personnes en moyenne utilise 329 litres d'eau par jour soit globalement, une utilisation annuelle de 120 mètres cubes. Toutefois, ces chiffres évoluent en fonction de l'âge, du sexe, de la situation géographique, du mode de vie et du niveau de revenu de l'individu. Dans les pays industrialisés où les ménages ont un accès à l'eau à domicile, l'eau est utilisée de la manière suivante :

« - 35% pour l'hygiène corporelle (douches et bains) ;

- 30% pour les toilettes ;
- 20% pour le lavage du linge ;
- 10% pour les tâches de nettoyage ;
- 5% pour la cuisine. ²⁸»

Ouvrir son robinet en France est aujourd'hui d'un confort basique. En 2012, on recense 33500 captages d'eau sur le territoire utilisés pour l'alimentation en eau potable soit 19 millions de m³ d'eau par jour, répartis comme suit :

- 96% des captages prélèvent 66% des volumes d'eau souterraine ;
- 4% prélèvent 34% des volumes d'eau de surface²⁹.

Néanmoins, les chiffres donnés sur l'usage de l'eau sont le constat d'une baisse généralisée. En effet, le CREDOC note en 2006 que la consommation générale d'eau diminue dans les grandes villes européennes telles que Paris ou Berlin. Cela s'explique par une sensibilisation à l'écocitoyenneté mais surtout grâce aux nouvelles innovations technologiques d'équipements limitant les « eaux perdues » (par exemple pour l'électroménager) [2006]. En parallèle, on voit que les motivations sont essentiellement celles des habitudes et de la praticité. En septembre 2018, L'ADEME réalise une enquête sur le lavage domestique : l'utilisation des machines à laver révèle que le choix des

²⁷ Le Centre d'Information sur l'Eau, « Quelle est la consommation d'eau moyenne par ménage ? », <https://www.cieau.com/le-metier-de-leau/ressource-en-eau-eau-potable-eaux-usees/quels-sont-les-usages-domestiques-de-leau/>, [consultée le 05.11.2018]

²⁸ RAMELET Evelyne, DALENCON Pauline, 2016 *L'Homme et l'eau : De la surconsommation à l'équilibre*, Editions Alternatives, Collection Manifestô, p.85

²⁹ *Ibid.*, p.86.

programmes « courts » et « Express » ressort comme étant les « préférés » des 783 individus enquêtés. Toutefois, cette utilisation est essentiellement motivée par commodité et par rapidité plus que pour l'économie d'eau et d'énergie. Seuls 27% des enquêtés avaient des motivations écologiques [ADEME, 2018, p.24]. Est-ce que les motivations sont les mêmes quant à l'utilisation de l'eau en tant que boisson ?

Le Centre d'Information sur l'Eau décrit la consommation d'eau par usage et par français de la manière suivante :

- 1% est dédié à la boisson (2 litres³⁰) ;
 - 6% à la cuisine (soit 5 litres³¹);
 - 6% à la voiture, au jardin ;
 - 10 % à la vaisselle ;
 - 12% au linge ;
 - 20% aux sanitaires ;
 - 39% aux bains, à la douche ;
 - 6% aux activités diverses³².
- } Soit 7% dédié à l'alimentation

On peut toutefois se demander quand et de quelle manière ont été trouvés ces chiffres puisque la méthodologie et la source de l'étude n'apparaissent pas dans le document. On notera que ces chiffres apparaissent dans d'autres ouvrages tels que l'article « Une estimation de la consommation d'eau à usage domestique avec dégradation de la qualité » de la *Revue d'Economie Régionale et Urbaine* [BINET., 2003, p.115]. En parallèle, la part dédiée à la boisson manque de précision. Le 1% n'indique pas s'il s'agit d'une eau chauffée ou non-chauffée, d'une eau mixée avec d'autres boissons ou substances (sirops, alcools, médicaments, poudres protéinées ou aromatisées etc.) ou s'il s'agit de prises seules.

L'évolution de la technologie hydrique a accompagné les activités humaines autour de l'eau jusqu'à aujourd'hui et a bousculé sa perception : la source d'eau est un bien commun transformé en un produit de consommation quotidien. Au-delà de la distribution d'eau dans les foyers, l'eau s'invite dans la sphère domestique sous forme de bouteille. Complètement banalisée à cette heure, la construction de ce marché n'était pourtant pas vouée à être aussi

³⁰ RAMELET Evelyne, DALENCON Pauline, 2016 *L'Homme et l'eau : De la surconsommation à l'équilibre*, Editions Alternatives, Collection Manifestô, p.111.

³¹ *Ibidem.*, p111.

³² Centre d'Information sur l'Eau, « Quelle est la consommation d'eau moyenne par ménage ? », <https://www.cieau.com/le-metier-de-leau/ressource-en-eau-eau-potable-eaux-usees/quels-sont-les-usages-domestiques-de-leau/>, [consulté le 09/12/2018].

populaire. Complètement adoptée par l'ensemble des consommateurs, nous verrons comment ont surgi les premiers questionnements à son propos.

II - L'arrivée de l'eau minérale naturelle embouteillée : d'un produit révolutionnaire à sa remise en question

Les consommateurs adoptent la bouteille d'eau qui est un produit de grand confort quotidien en termes d'approvisionnement : ils en attestent sa praticité. Sa banalisation est néanmoins l'évolution d'un produit qui était à l'origine voué à être consommé occasionnellement : un produit thérapeutique. L'eau minérale naturelle s'inscrit dans cette continuité. Dès lors qu'elle est complètement démocratisée, elle conserve son image pour ses qualités nutritives qui ne doivent être altérées par son processus de mise en emballage industriel. Nous présentons tout d'abord la construction de ce marché de l'eau en bouteille puis nous présenterons les qualités requises en production industrielle minéralière.

2.1. La construction du marché de l'eau embouteillée : du produit thérapeutique au bien de consommation banalisé

« L'usage généralisé de ce produit aujourd'hui est le résultat d'une organisation du marché et d'un processus complexe de construction du public. L'eau en bouteille est un exemple intéressant de création des modes de vie sur le mode marchand. » [MARTY, 2008, p.86]

Parmi les avancées techniques, les contenants qui ont permis de transporter l'eau en font partie. Les matières, les compositions, les formes ont évolué avec le temps en fonction des besoins et des pratiques. Toutefois, le contenant lui-même a modifié les pratiques. Soit il est agentif, soit il fait agir les gens. L'offre s'est adaptée à la demande : d'abord commercialisé en tant que produit thérapeutique, il est ensuite démocratisé puis banalisé grâce à la bouteille en plastique PET³³, un produit plus nomade.

³³ Polyethylene terephthalate

2.1.1. L'histoire de la mise en bouteille d'un bien commun

La bouteille d'eau plastique en PET (ou PETE) que l'on connaît aujourd'hui a été le fruit de nombreux essais mais surtout, le résultat d'une longue évolution du contenant. L'homme a su créer des contenants depuis -19000 av. J-C afin de pouvoir porter, stocker, conserver voire fermenter ses denrées dont l'eau fait partie³⁴. L'eau, tout comme d'autres boissons non-gazeuses, a la particularité de prendre toute la place dont elle dispose dans un contenant donné. Aussi, la séparation entre l'eau et l'air restant du contenant se fait par une surface plane. Par conséquent, les récipients sont rapidement conçus sous forme allongée (telles que l'outre³⁵, l'amphore³⁶, la gourde). Mais l'affordance, l'ergonomie et la praticité ont été améliorées au fil des décennies. Ainsi, la bouteille en grès³⁷ (ex : Vittel) naîtra en 1857 mais son poids, peu convenant, laisse place treize ans plus tard aux premières bouteilles en verre dont le bouchon sera en porcelaine jusqu'aux années 30³⁸. Les bouteilles étaient par ailleurs consignées et vendues dans les pharmacies, les restaurants, les hôtels puis les cafés et salons de thé. Ce n'est qu'à la demande de la compagnie aérienne Air France en 1968 que la première bouteille en plastique PVC³⁹ apparaît : le contenant est plus léger et plus pratique pour le voyageur à bord de l'avion. Enfin, la création du plastique PET en 1992, complètement recyclable et plus léger viendra s'imposer dans la composition des bouteilles d'eau. On peut mentionner que le secteur des eaux minérales naturelles françaises est leader sur le marché de l'exportation. Les bouteilles d'eau intègrent pleinement le quotidien des individus. En effet, les emballages alimentaires représentent 80% des emballages ménagers, la majorité étant liée à l'emballage de boissons [MARTIN, 2015]. Nicolas Marty, historien à l'Université de Perpignan, a porté ses travaux de recherches autour de l'eau minérale embouteillée en France puis en Europe. Il focalisera son étude sur deux points : le premier est l'histoire des techniques et de la construction des normes et de la qualité comme élément

³⁴ SERRA-MALLOL Christophe. *Histoire Culturelle des Aliments*. Cours de niveau Master 1, département de Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation, Université Toulouse Jean Jaurès, 2018-2019.

³⁵ L'outre est un sac en peau de bête (bouc, veau, chèvre, cochon, bœuf) donc les coutures sont extrêmement fines afin de conserver le liquide à l'intérieur. Elle était utilisée durant l'Antiquité pour transporter des grandes quantités d'eau, de vin, d'huile, de fromage ou encore de l'hydromel.

³⁶ L'amphore apparaît entre -4000 et -3000 av. J.-C. au Proche Orient, dans le bassin méditerranéen. C'est une longue jarre en terre cuite qui pouvait transporter des produits de base (eau, vin, bière, huile d'olive et des sauces).

³⁷ Le grès est la cimentation de sels cristallisés qui forme une roche sédimentaire.

³⁸ Annexe n°7, « une bouteille d'eau minérale, oui mais laquelle ? », *Histoire de la Bouteille d'eau*, par Nestlé Waters France, p.97.

³⁹ PVC : Polychlorure de Vinyle. Le premier brevet français de la bouteille en plastique a été déposé le 13 mars 1963 par la société Elco-Lesieur.

de compréhension de la diffusion des produits et de la construction des marchés. Le second s'intéresse aux acteurs et aux dynamiques de l'industrialisation de l'eau. Cœur historique de l'industrie de la bouteille d'eau, l'Europe développera un produit que tous les foyers adopteront. Enfin, nous porterons un regard sur la dernière génération de récipient en PET.

2.1.2. Une eau minérale naturelle distinguée de l'eau de source

Sont embouteillées toutes les eaux provenant de sources plus ou moins profondes soit l'eau minérale naturelle et l'eau de source. Mais quelles sont les différences entre ces deux types d'eaux ? L'eau de source et l'eau minérale sont toutes deux des eaux dont la provenance est souterraine qui sont exempt de traitement microbiologique de désinfection. L'eau de source se caractérise par le fait que sa teneur en minéraux et oligo-éléments (identifiés) puisse varier (même faiblement) dans le temps. L'eau minérale elle, doit obligatoirement contenir des minéraux stables dans la durée. De plus, l'Académie de Médecine lui attribue des bienfaits qui ne sont pas avérés pour l'eau de source⁴⁰. On distingue 5 dénominations différentes pour l'eau minérale naturelle⁴¹ : l'eau minérale naturellement gazeuse, l'eau minérale naturelle non-gazeuse, l'eau minérale naturelle dégazéifiée, l'eau minérale naturelle renforcée au gaz carbonique de la source, l'eau minérale naturelle gazéifiée.

La notion de « bien commun » s'est rapidement détachée de ce à quoi l'eau est préalablement destinée. En effet, la construction du marché de l'eau minérale naturelle en bouteille s'est développée sur son héritage du thermalisme. L'eau thermale a donné un premier élan en la positionnant comme un objet thérapeutique qui, avec le temps, s'est popularisé en bien de consommation grâce à l'amélioration technique de son contenant.

2.2. La qualité en industrie agro-alimentaire

Tout bien de consommation agroalimentaire (comme les eaux en bouteille) requiert des précautions et contrôles qualitatifs élevés tout au long de son processus de production.

⁴⁰ Maison des Eaux Minérales Naturelles, « Eau minérale naturelle et eau de source : quelle est la différence ? », <https://eaumineralnaturelle.fr/mieux-connaître-mon-eau/03/20/eau-minerale-naturelle-et-eau-de-source-quelles-differences.htm>, [consultée le 10.12.2018]

⁴¹ Lexique p.93.

2.2.1. Le processus qualitatif de la production à la consommation en industrie agro-alimentaire

Sophie Dubuisson-Quellier définit la qualité marchande comme le résultat d'un travail réalisé par les acteurs de l'offre, tout au long du processus de production et ce jusqu'à la consommation. Dans ce processus, des dispositifs sont mis en place autour et sur le produit afin de lui attribuer des caractéristiques (par exemple certifier sa provenance ou sa production biologique par un label) ; on peut dire que la qualité marchande se limite à la qualité sanitaire du produit (sur les modes de production, l'origine du produit, le traitement de purification ou non du produit, le déclassement qualité sanitaire de l'eau) [DUBUISSON-QUELLIER, 2003]. Cela se fait par un processus :

- **D'homogénéisation des qualités et des manières de produire** : par un traitement du produit en fin de production, peu importe les variabilités des produits, afin de limiter le risque de développement microbiotique qui peuvent altérer la qualité de l'eau [*Ibid.*, 2003].
- **Standardisation comme qualité marchande** : elle sert à garantir une protection optimale de la santé publique en répondant aux critères de prescriptions sanitaires. On ne peut pas garantir un risque zéro mais il faut pouvoir l'approcher le plus possible dans le but de rassurer le consommateur quant aux incertitudes pesant sur la qualité de l'eau et sur le produit final qu'il consomme. Là où l'harmonisation de la production se pose (par exemple pour les jus de fruits ou dans un tout autre domaine la mytiliculture) [DUBUISSON-QUELLIER Sophie, 2003].
- **Forcer le marché à traiter l'hétérogénéité des produits et des manières de produire** : station d'épuration de l'eau.
- **Identifier l'identité des produits et des producteurs** : il faut rattacher le produit à son origine et son lieu de production par l'intermédiaire de dispositifs visuels qui permettront l'aide au choix du consommateur.

La qualité est au centre de toutes les attentions dans l'agroalimentaire depuis plusieurs années et valorisée par les nombreux travaux de recherche réalisés par l'Inra. En effet, la saturation des marchés, la montée de la concurrence, la libération des échanges nationaux et surtout, la conséquence des crises alimentaires récidivantes n'ont qu'amplifié l'intérêt de cette notion. De fait, « *la qualité des produits est une donnée incertaine pour les acteurs concernés par leur production, par leur commercialisation ou leur achat* » [BARREY, VALCESCHINI, 2006, p.24.]. L'émergence de la santé s'est dès lors imposée comme « *contrat social* » [DUBUISSON-QUELLIER Sophie, 2003, p.96] qui se doit autour de la production et de la consommation et ce, en tant que norme qualitative qui recouvre 4 grands enjeux :

1. Le premier enjeu s'articule entre trois pôles d'acteurs : les acteurs publics, économiques et les acteurs sciences de la nutrition afin de coconstruire des normes de qualité autour de l'organisation de l'offre.
2. Le deuxième enjeu vise à comprendre comment le consommateur intègre et applique les nouvelles normes sociales de consommation. L'analyse des comportements et des représentations des consommateurs est nécessaire pour les acteurs de l'offre afin de saisir leur sensibilité à une caractéristique informationnelle d'un produit alimentaire.
3. Le troisième enjeu cible la classification des dispositifs cognitifs et informationnels par catégories afin de pouvoir identifier et classer les profils de consommateurs.
4. Enfin, le quatrième enjeu est un dialogue entre l'offre et la demande à travers les croyances individuelles et collectives. Les industriels essaient par divers procédés et stratégies marketing de combiner « plaisir » et « santé » pour les consommateurs qui souhaitent répondre à un besoin gustatif tout en préservant leur capital santé. A cela vient s'ajouter la politique de « santé publique » qui vient s'imposer aux industriels ; ils doivent légalement répondre à un cahier des charges nutritionnels qui a pour objectif l'équilibre alimentaire [*ibidem*, 2006, p.34].

2.2.1.1. *Le contrôle qualité appliqué à l'eau potable*

Qu'en est-il de la qualité appliquée à l'eau ? La question ne peut être abordée sans prendre en considération les diverses croyances culturelles individuelles et sociales, les goûts

culturels, les connaissances scientifiques micro-physio-biologiques ainsi que le droit. En 1982, l'OMS met en œuvre des « directives » que chaque pays doit pouvoir appliquer afin de veiller à la qualité de l'eau potable, le but étant de garantir et sécuriser sur le plan sanitaire tout en prenant en compte les aspects sociaux, culturels, environnementaux et écologiques propres à chaque pays. Ce sont les organismes de réglementation de l'eau qui mettent en place ces directives afin de déterminer le « *niveau de qualité acceptable pour la santé* » ainsi que sa gestion technique. Toutefois, ce sont les Nations Unies qui déterminent les directives en ce qui concerne l'eau destinée à la boisson : l'United States Environmental Protection Agency⁴²⁴³ (US EPA) en est l'acteur principal. De son côté, l'OMS a dépeint diverses démarches et stratégies d'ordre sanitaire relatives à la qualité de l'eau de boisson telles que le Plan de Gestion de la Sécurité Sanitaire des Eaux (PGSSE). Ce plan étant le moyen selon eux « *le plus efficace d'assurer l'approvisionnement en eau potable* »⁴⁴. L'organisation considère à ce jour que 14 individus meurent quotidiennement suite à « *une maladie diarrhéique due à la mauvaise qualité de l'eau et de l'assainissement, ainsi qu'un manque d'hygiène* »⁴⁵. En effet, la qualité de l'eau de boisson est un point central en termes d'inquiétude pour la santé humaine et ce, même dans les pays industrialisés. Dans ces zones géographiques, ce sont la présence d'agents infectieux et de produits chimiques toxiques ou encore des dangers de nature radiologique qui sont la source de contamination. Cela peut être causé par :

- Une dégradation de la qualité de la ressource en eau ;
- Une protection défective ou un manque de contrôle des ouvrages de captage d'eau ;
- Un problème au niveau du traitement de désinfection ;
- Une contamination durant son transport ou stockage (comme les nitrates, les pesticides chimiques utilisés dans le domaine agricole, le plomb, la radioactivité naturelle selon le terrain géologique, les résidus de médicaments)⁴⁶ [HERVE BAZIN,

⁴² Littéralement, « Agence pour la Protection de l'Environnement des Etats-Unis »

⁴³ US EPA, « Table of Regulated Drinking Water Contaminants », *Ground Water and Drinking Water*, https://19january2017snapshot.epa.gov/ground-water-and-drinking-water/table-regulated-drinking-water-contaminants_.html [consulté le 12/12/2018]

⁴⁴ OMS, « Un problème d'eau potable en Europe ? », *Environnement et Santé*, 2018. <http://www.euro.who.int/fr/health-topics/environment-and-health/water-and-sanitation/news/news/2018/3/safe-drinking-water-in-europe>, [consulté le 07/11/2018].

⁴⁵ OMS, « Un problème d'eau potable en Europe ? », *Environnement et Santé*, 2018. <http://www.euro.who.int/fr/health-topics/environment-and-health/water-and-sanitation/news/news/2018/3/safe-drinking-water-in-europe>, [consulté le 07/11/2018].

⁴⁶ On classe ces substances dans la grande catégorie des « alkyles perforés » qui elle-même est divisée en deux sous-catégories : les carboxylates et les sulfonates.

2014 ; 2014 ; 2016]). Les résidus de pesticides sont des substances de synthèse, d'origine naturelle (végétale) ou vivante (microorganisme) qui peuvent se retrouver à un ou plusieurs dans l'eau. Leur propagation dans l'eau (tout comme pour les produits végétaux, les espèces animales et l'environnement) est contrôlée par la FAO [VERGNET, MERCIER, 2015]. Les limites maximales applicables aux résidus (LMR) sont ce qui détermine par conséquent les valeurs toxicologiques de référence (VTR). On distingue 2 VTR : « *la dose de référence aigue, caractérisant le risque ponctuel d'une forte contamination et la dose journalière admissible, caractérisant le risque chronique* » [p.204].

Toutefois, il est important de souligner qu'en France, la cause de mortalité due à l'eau se classe dans les dernières positions en termes d'ordre d'importance (48^{ème} place sur 64, le cancer étant la première cause de décès en France). En effet, on comptabilise 700 décès par an causés par l'eau sur 540 000 décès en tout⁴⁷.

2.2.2. Le contrôle des eaux embouteillées

Les eaux minérales embouteillées commercialisées sont fortement réglementées⁴⁸. Elles doivent répondre à tout un ensemble de spécifications microbiologiques du *Code d'usages international – Principes généraux d'hygiène alimentaire* ainsi qu'au *Code d'usages international pour le captage, le traitement et la commercialisation des eaux minérales naturelles*. En amont, le point d'émergence de la source se doit d'être protégé par toute pollution bactérienne. En parallèle, les installations destinées à l'exploitation des eaux minérales naturelles doivent être réalisées de façon à exclure toute possibilité de contamination⁴⁹. Aussi, les installations de captage et d'exploitation (notamment de lavage) doivent correspondre aux normes d'hygiène des normes françaises. L'eau doit ensuite être soumise à des tests périodiques réalisés en 2 examens⁵⁰ dans le but d'une vérification des critères de qualité à visée sanitaire. Ces critères sont une liste de substance dont la

⁴⁷ Wikipedia, « Tableau : Causes de mortalité en France par ordre d'importance », *Mortalité en France*, https://fr.wikipedia.org/wiki/Mortalit%C3%A9_en_France#Causes_de_mortalit%C3%A9 , [consulté le 08/12/2018].

⁴⁸ Normes Codex pour les Eaux Minérales Naturelles, https://eaumineralnaturelle.fr/wp-content/uploads/2014/12/Norme_Codex.pdf [consulté le 28.02.2019]

⁴⁹ Annexe n°6, « Les étapes d'embouteillage », p.96

⁵⁰ Annexe n°3, Listes des critères de l'examen microbiologique, p.97.

concentration ne doit strictement pas dépasser les chiffres indiqués⁵¹. Puis, l'eau doit être conditionnée dans des récipients pour la vente au détail, hermétiquement clos, propres à éviter toute possibilité d'adultération ou de contamination. Enfin, son étiquetage doit pouvoir contenir : la dénomination du produit (*eau minérale naturelle*), le nom et l'adresse de la source, la composition chimique du produit, la déclaration d'un traitement s'il a eu lieu. Il est interdit d'employer l'indication ou de tout signe susceptible de créer dans l'esprit du public une confusion sur la nature, l'origine, la composition et les propriétés des eaux minérales naturelles mises en vente, est interdit.

2.3.3. L'emballage PET : zoom sur la nouvelle génération de bouteille d'eau

La bouteille d'eau plastique en PET⁵² (ou PETE) que l'on connaît aujourd'hui a été le fruit de nombreux essais mais surtout, le résultat d'une longue évolution du contenant. L'arrivée de la bouteille en PET a été une « révolution » dans l'industrie agro-alimentaire. Tantôt légère, pratique, commode, facilement portable, transparente pour le consommateur, elle est également facile à produire, docile, adaptable, peu coûteuse et d'une grande facilité d'impression sur sa surface pour l'industriel [HAWKINS, POTTER, RACE, 2018, p.710-713]. Son adoption est alors très rapide. La bouteille en PET a contribué à une relation médiée où l'emballage est en lui-même une partie des significations socio-matérielles de l'achat et de ces pratiques [*Ibid.*, p.718]. En effet, la bouteille met en exergue son packaging : elle est un réel actant qui a « *acquis des formes d'agentivité particulières dans des situations particulières* » [*Ibid.*, p.704] qui a abouti à des comportements et pratiques particulières attendues et d'autres non.

Après la Seconde Guerre Mondiale, de multiples développements thermoplastiques avec de nouvelles techniques de composition se sont succédées : nouvelles techniques de moulage, de coloration du plastique ainsi que la fabrication même de la bouteille compressible. On passe alors à une explosion du plastique entre les années 1950 et 1960. Néanmoins, la production commerciale est en berne en 1977. En effet, l'industrie minière demeure dominée par la bouteille en verre et depuis les années 1960, par la canette en aluminium (avec entre autre la marque Coca-Cola). Toutefois, l'arrivée de la bouteille en plastique PVC sera un second souffle pour les acteurs de l'offre : les Etats-Unis produisent

⁵¹ Annexe n° 2, « Critères de qualité à visée sanitaire applicables à certaines substances », p.96.

⁵² Plastique en Polytétréphthalate d'éthylène (PET).

plus de 2,5 billions de bouteilles en 1980. Cinq ans plus tard, on comptabilise 5,5 billions d'unité par an. L'eau devient alors leader du marché des packagings des boissons. C'est sans compter sur le laboratoire DuPont qui depuis 1973 fera divers essais à base de résine de polyester pour parvenir en 1992 à la bouteille plastique que nous connaissons aujourd'hui. Cette bouteille fait l'objet de plusieurs « *épreuves de qualifications* » qui visent à établir les caractéristiques du produit [*Ibidem.*, p.706]. Le PET devient alors l'un des matériaux favoris de l'industrie des boissons : il contribue à générer de nouveaux désirs dû à son accessibilité et par conséquent de nouvelles pratiques distinctes [*Ibidem.*, p.717]. En effet, avec le développement et la démocratisation de la voiture, de nouveaux modes de vie plus nomades ont suscité de nouvelles demandes⁵³. De ce fait, on voit apparaître le rétrécissement de la bouteille d'eau⁵⁴, l'adaptabilité des bouchons ainsi que la création des packs de 6 bouteilles.

L'ingéniosité de l'emballage PET est le fruit d'un long processus historique de la maîtrise de l'eau. Après avoir fait une brève histoire de la mise en bouteille de la source hydrique, bien commun naturel, nous avons expliqué l'importance de la distinction entre l'eau minérale naturelle et l'eau de source. Les normes de dénominations strictes et rigoureuses de ces appellations témoignent d'une ère où l'industrie agroalimentaire se conjugue avec le contrôle qualité.

III - L'eau minérale naturelle en bouteille ou un produit industriel naturalisé

L'eau minérale en bouteille comporte une ambiguïté particulière : elle est un produit non-transformé par l'homme, qui n'a jamais été en contact avec l'air atmosphérique mais qui, pour être consommée puis bue, doit passer par un processus industriel d'emballage. A l'heure où les enjeux de confiance vacillent quant à la qualité des eaux commercialisées, l'offre minéralière se doit de rassurer ses consommateurs. Si la perception du risque alimentaire a pendant longtemps été vécue comme un manque de nourriture, l'homme a su faire évoluer son alimentation tant au niveau quantitatif que qualitatif. La perception du risque perdure mais elle se retrouve dans l'aspect qualitatif, avec la crainte d'une potentielle intoxication ou d'un empoisonnement causé par les processus industriels agroalimentaires. Dès lors, la peur de ne pouvoir contrôler sinon anticiper les conséquences de l'acte

⁵³ Annexe n° 13, « Retranscription intégrale de l'entretien avec Olivier Lepiller du 13.02.2019, p.110.

⁵⁴ Annexe n° « une bouteille d'eau minérale, oui mais laquelle ? », *Histoire de la Bouteille d'eau*, par Nestlé Waters France, p.96 .

alimentaire fait partie de l'imaginaire du buveur [PICHON, (2012) 2018]. Pour atténuer son produit industrialisé, l'offre minéralière recourt à la naturalisation de son produit. Dans cette partie, nous présentons le concept de naturalité, un concept qui articule des valeurs coordonnatrices du monde. Puis, nous présenterons la santé, une sous-branche imposée à l'argument de naturalité qui se transpose en marketing à travers la traçabilité de l'eau.

3.1. La naturalité, un moyen de structurer le monde en invoquant des valeurs

Il convient dans un premier temps de définir ce qu'est la naturalité. A partir des différents ouvrages ainsi qu'un entretien réalisé avec Olivier Lepiller, chercheur sociologue au Cirad⁵⁵ nous esquisserons les grandes lignes de ce concept. La naturalité vient du terme « naturel », lui-même extension du terme « nature ». Le mot « nature » est un terme vaste qui comporte selon les Editions Larousse 14 définitions différentes. « Nature », du latin *natura* signifie originellement « naître » ou plutôt «le fait de naître, l'action de faire naître » ainsi que « origine, extraction caractère inné, naturel ». Le grec de *physis* vient ajouter un nouvel entendement pour désigner l'ordre des choses ou plutôt comme domaine de causalité. Aristote distinguera *physis* de *technê* pour philosopher sur les caractéristiques propres de l'homme. La nature est le domaine du développement spontané et s'oppose l'artifice qui évoque l'intervention humaine sur la nature. La volonté du naturel dans le champ de l'alimentation se situe à l'intersection de ces deux pôles. Dans le *Dictionnaire des Cultures Alimentaires* [2018 (2012)], Olivier Lepiller décline 4 sens ou valeur au mot « nature » et donc « naturel » :

« 1) Une force abstraite qui mène spontanément les choses à l'existence et cause leurs changements, en opposition avec les causes liées à l'intervention technique humaine (comme dans les expressions « la nature fait bien les choses » ; force parfois personnalisée « Mère Nature » ;

2) Une identité essentielle, la vérité d'une entité (notion de vraie, nature) :

3) La régularité intelligible des effets de la force abstraite (ainsi « contre-nature » renvoie à une exception, qui peut avoir une acception morale, à propos d'i-comportement jugé qui résultent de causes naturelles (la « nature » des « sciences de la nature ») » [p.965].

⁵⁵ Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement à Montpellier.

3.1.1. Une réponse à une ambivalence entre le naturel et l'artificiel dans l'alimentation contemporaine

L'opposition fondamentale naturel/artificiel serait toujours d'actualité dans son acception mais serait un équilibre fragile voire paradoxale. Olivier Lepiller reprend les écrits de l'anthropologue Philippe Descola pour affirmer que la nature est ce qui régit la connaissance et la définition même de l'humain et c'est en cela qu'elle est fondamentale. Toutefois, ce qui est naturel ne l'est qu'au travers du regard de l'homme qui a besoin de la nature pour créer. Toutefois, la production de l'homme n'est pas constamment artificielle dans sa globalité. En effet, parce qu'il produit à partir de ce qui lui est disponible dans la nature et parce qu'il est soumis à des « lois naturelles », la composition de sa production ne le sera qu'en partie. Par ailleurs, on peut considérer que de lui-même, l'être humain est biologiquement « naturel » : il est soumis à la contrainte naturelle de naissance, aux « caprices » [p.967] de la nature (climat, phénomènes météorologiques, catastrophes naturels etc.) et de mort sur Terre. L'anthropologue précise que le fait social lui-même ne se pense qu'en nature bien qu'il soit à la fois le fruit d'une création humaine et d'une évolution humaine naturelle [p.966]. On peut également noter que tout ce que l'homme ingère provient de la nature (que l'aliment soit transformé ou non) mais que c'est la technicité qu'il y apporte (la découpe, la conservation, la cuisson, le masticage, l'assaisonnement etc.) qui la rendra plus ou moins digeste. Ainsi, Olivier Lepiller parle d'un « continuum »⁵⁶ entre le naturel et l'artificiel qui joue à degrés variables en fonction des interventions naturelles et techniques qui les façonnent et les composent. « [...] *Il y a rien qui rentre dans une case ou dans l'autre. [...] C'est toujours des mélanges des deux. Enfin, moi je suis parti du principe que cette proposition elle ne tenait pas vraiment.* ». Le « naturel » appliqué à l'alimentation n'est donc pas une « attitude passéiste » [LEPILLER, 2018 (2012), p.968] mais bel et bien une interaction continue et mouvante entre l'acquis et l'inné qui façonne le produit.

3.2. L'émergence de la santé comme nouvelle norme de qualité alimentaire

⁵⁶ Annexe n°13, « Retranscription intégrale de l'entretien avec Olivier Lepiller du 13.02.2019, p. 110..

L'argument de naturalité de la santé vient jouer un rôle d'assurance-qualité dans l'agroalimentaire. Elle répond à un certain nombre d'enjeux dont celui de la traçabilité du produit et se manifeste par une forte iconographie marketing.

3.2.1. Les enjeux de la traçabilité de l'eau en bouteille

Pour Enzio Valceschini et Jean-Louis Berdagué la traçabilité a de véritables enjeux. Elle a pour rôle d'enregistrer et conserver les informations propres à un produit tout au long de son acheminement : de la matière première à sa transformation puis sa mise en emballage en contact avec le produit ainsi que les produits auxiliaires (colle pour les étiquettes, l'encre). Elle recense les propriétés biologiques (virus, bactéries), chimiques (pesticides, additifs) et physiques (fer, verre, plastique).

« Nous contrôlons attentivement toute la chaîne de production de la bouteille d'eau afin de garantir une eau à la pureté originelle intacte pour le consommateur, que ce soit chez lui ou lorsqu'il déguste nos eaux au restaurant. »⁵⁷

Mise en place depuis la fin des années 1980, elle est obligatoire depuis 2006 afin de gérer les risques mais surtout de garantir une crédibilité et une authenticité de l'information donnée aux consommateurs [VALCESCHINI, BERDAGUE, 2015, p.224 ; p.227]. On distingue deux types de traçabilité :

1. **La traçabilité de l'origine** : géographique, méthode de production agricole, la localisation et l'identité du producteur.
2. **La traçabilité de processus** : lorsque le produit subit des transformations. Elle enregistre du début de la production jusqu'à la fin pour pouvoir retrouver les produits défectueux puis l'arrêter avant sa consommation.

La mise en bouteille de l'eau se situe dans ce deuxième point bien que le nom de la marque puisse jouer sur son origine éponyme (exemple : Evian, Volvic, Vals).

3.2.1.1. Le contrôle de la bouteille d'eau minérale naturelle

⁵⁷ « Embouteiller à la source », *Embouteillage de l'eau : de la source à la bouteille d'eau*, Nestlé Waters France. <https://www.nestle-waters.fr/embouteiller-recycler/embouteiller-a-la-source> [consulté le 29.12.2018]

Les sociétés d'eau embouteillée font l'objet de contrôles récurrents pour assurer une qualité à leurs consommateurs. Parmi tous les produits de l'industrie agroalimentaire mis sur le marché, la bouteille d'eau minérale naturelle fait partie des produits les plus contrôlés. Des analyses indépendantes sont réalisées à l'initiative des autorités publiques tous les deux mois : ce sont des laboratoires agréés par le Ministère de la Santé (Agence Régionale de Santé). Le suivi qualitatif est effectué par la préfecture et les services spécialisés de l'Etat. Des vérifications sont alors effectuées depuis la réalisation du captage, jusqu'aux contrôles des paramètres hydrodynamiques, hydro chimiques et microbiologiques⁵⁸. Si l'eau n'a besoin d'aucun traitement de désinfection, plusieurs critères techniques, microbiologiques et physicochimiques sont exécutés tout au long du processus d'embouteillage :

- **La qualité microbiologique** : l'eau peut être contaminée par des germes pathogènes (virus, bactéries) et des organismes parasites qui peuvent provoquer des maladies. Le contrôle microbiologique vise à contrôler qu'elle en soit exempte. L'eau ne doit jamais être en contact avec l'air ambiant par exemple.
- **La qualité chimique** : les contrôles visent à vérifier la composition minérale de l'eau ou encore son taux de pollution, les substances toxiques telles que les nitrates, les phosphates, les métaux lourds ou encore les pesticides font l'objet de normes sévères.
- **La qualité organoleptique** : le goût, l'aspect et l'odeur sont fortement contrôlés avec précaution afin qu'elle corresponde aux normes gustatives des consommateurs.⁵⁹

Ces contrôles représentent 11000 analyses journalières soit 4 millions d'analyses annuelles. Elles sont réalisées par les embouteilleurs eux-mêmes : tous les acteurs de la chaîne (notamment les opérateurs sur lignes et les laboratoires internes) sont formés à garantir une qualité hygiénique maximale, de l'exploitation jusqu'à la distribution. De plus, les équipements et les matériaux utilisés pour assurer l'embouteillage sont également contrôlés sur leur performance sanitaire. Ces équipements sont définis en fonction de leur revêtement et leur système de fonctionnement (le choix des matériaux au contact de l'eau et leur revêtement, leur design, le cycle de nettoyage et de désinfection des équipements, la

⁵⁸ Maison des Eaux Naturelles, « contrôle qualité des eaux minérales », *Qualité de l'Eau minérale Naturelle*, <https://eaumineralenaturelle.fr/qualite/qualite-de-leau-minerale>, [consulté le 12.02.2018].

⁵⁹<https://blog.eaumineralevelleminfroy.fr/resultats-analyse-purete-velleminfroy/> et <https://eaumineralenaturelle.fr/mieux-connaître-mon-eau/03/23/sassurer-de-la-qualite-de-leau-en-bouteille-un-metier-dexpert.htm> [consultés le 19.01.19].

qualité de forage et la protection des produits au remplissage, etc.) pour garantir l'absence d'impureté ou autre polluant au moment de l'embouteillage. Ces analyses sont renforcées par un plan de surveillance sous-traité à des laboratoires externes agréés. Par ailleurs des tests faits par les Agences régionales de santé pour vérifier la conformité de l'eau avec la réglementation⁶⁰.

3.2.2. Une iconographie marketing renforcée

Dès lors, on met en lumière un développement spontané ainsi qu'une sobriété technique de l'aliment pour instruire le consommateur sur ce qu'il va manger et boire. On distingue un produit qui est naturel ou qui ne l'est pas, ou plus ; on produit un argumentaire sur ce qui est censé être naturel ou pas. C'est ce que Robert Rochefort, anciennement directeur général du CREDOC appelle « *l'idéal de naturalité* » : « *Pour le consommateur, il est tentant d'en revenir à un stade primaire, à celui qui existait avant la recherche de productivité à tout prix* » [2007, p.135]. Dans les croyances individuelles et sociales, l'aliment peut même être perçu comme vertueux voire « guérisseur » (sur le plan de la diététique alternative et de la pharmaceutique). Cet argument est employé par les sociétés d'eau embouteillée depuis le début du 20ème siècle et depuis ils l'ont fait évoluer, notamment avec les débats sanitaires et écologiques que l'eau a pu susciter. Alors comment répondre à la demande du consommateur ? En effet, il se devra de répondre à un certain nombre de critères de stratégies commerciales. Olivier Lepiller distingue quatre stratégies, régulièrement associées à des critiques formulées envers l'industrie agroalimentaire [2012 ; 2014].

- Le travail de naturalisation basé sur la **justification inspirée** (pureté) ;
- Le travail de naturalisation basé sur la **justification domestique** (tradition) ;
- Le travail de naturalisation basé sur la **justification écologique** (respect de l'environnement) ;
- Le travail de naturalisation basé sur la **justification industrielle** (efficacité) [*Ibid.*, 2012, 2014].

⁶⁰ <https://eaumineralnaturelle.fr/mieux-connaître-mon-eau/03/23/sassurer-de-la-qualite-de-leau-en-bouteille-un-metier-dexpert.htm> , [consulté le 22.01.2019]

Le 11 février 2019, l'ANIA⁶¹ publie sur son site internet « *le nouveau logo [de la Maison des Eaux Minérales Naturelles] évoque les terroirs, montagnes et sources dont sont issues les eaux minérales naturelles, associées à une goutte épurée* ⁶² ». Suite aux nombreuses controverses sur le plan sanitaire et écologique, la Maison des Eaux Minérales Naturelles a récemment reconfiguré son identité sur le net. Au-delà de l'image plus épurée de son logo et des symboles auxquels il renvoie, on peut y trouver une rubrique « Eau en bouteille : la chasse aux idées reçues » parue en janvier 2019. Cette page reprend les arguments qui sont adressés ou imaginés autour de l'industrie miniérale. Il y a donc une véritable volonté de rassurer les consommateurs et empêcher que leur crainte d'une quelconque pollution hydrique vienne à son tour polluer leur représentation du produit. La santé et le recyclage de la bouteille d'eau sont les points centraux

3.2.3. Etats des études réalisées à ce jour sur la consommation d'eau en bouteille

Peu d'études recensent les pratiques des français autour de l'eau minérale en bouteille. Avec une consommation de 125 litres par personne⁶³ et par an (chiffres de 2016), les français accordent un budget de 190,00€ par an pour l'eau minérale, les boissons gazeuses et les jus. C'est en tout 8,3 milliards de litres d'eau embouteillée pour l'ensemble de la population. La France se situe derrière l'Italie dont les habitants boivent 184,6 litres de boissons par personne et par an et c'est sans compter sur les Etats-Unis qui utilisent 25,8 milliards de litres d'eau pour tout usage confondu. Le déficit en eau causé par la non-consommation d'eau du robinet (-2,7 litres) se compense par une consommation supérieure d'eau embouteillée (+2 litres), de boissons alcoolisées (+ 0,6 litre), de thé et de café (+ 0,3 litre). La consommation d'eau du robinet baisse plus lorsqu'il y a également une consommation en bouteille d'eau, et cela est encore plus marqué par la prise de jus, sodas et de boissons alcoolisées. Sarah Martin reprendra l'étude INRA de l'ADEME (2012) et confirme que l'alcool représente 6%, l'eau minérale 3% et les autres boissons 2% pour le régime d'un français moyen [MARTIN, 2015]. Aussi, les personnes de plus de 80 kg boivent

⁶¹ L'ANIA : l'Association Nationale de l'Industrie Agroalimentaire.

⁶² ANIA, « Une nouvelle identité pour la Maison des Eaux Minérales Naturelles », le 11.02.2019, <https://www.ania.net/vie-de-lagro/identite-maison-eaux-minerales> [consultée le 13.02.2019].

⁶³ EBFW, « Key statistics », Bottled water, <https://www.ebfw.org/index.php?id=90#france> [consultée le 06.04.2019].

⁶⁴ Annexe n°1, « consumption of water in the UE », p.93.

légèrement plus que la moyenne. On constate une répartition très hétérogène de la consommation d'eau au niveau des classes socio-professionnelles (CSP). On note néanmoins une surconsommation chez les employés, les professions intermédiaires et surtout chez les cadres et professions libérales. Sur le plan géographique, c'est le Sud-Est puis dans le Sud-Ouest que la consommation d'eau est en hausse. En parallèle, on note que les volumes consommés par les habitants parisiens sont plus dispersés que ceux observés ailleurs en France [BEAUDEAU, ZEGHNOUN, VOLATIER, *et al.* 2003].

Conclusion générale

De nombreuses approches théoriques contribuent à appréhender le sujet ambivalent qu'est l'eau. L'eau source de vie, l'eau symbolique religieuse, l'eau thérapeutique, l'eau se pare de diverses représentations qui ont influencé la manière dont les hommes l'ont maîtrisée jusqu'à nos jours. Tantôt purificatrice, saine, propre, tantôt sale, usée et dangereuse, les représentations de l'eau ce sont façonnées à travers le temps. Mais c'est surtout son accessibilité ou l'invisibilité de ses risques toxiques qui en dépendent de nos jours.

Après avoir défini le concept de l' « eau », nous avons expliqué que l'eau douce est la seule eau que l'homme puisse boire. Nous avons fait état de sa présence terrestre : elle est une source naturellement présente, inégalement répartie et qui est vouée à s'épuiser. C'est sans compter sur les pollutions causées par les activités industrielles et les nouveaux modes d'exploitation qui causent sa surconsommation. Malgré tout, l'évolution du contenant de l'eau et les nouvelles maîtrises d'approvisionnement ont permis un meilleur accès –qui plus est contrôlé– à cette source indispensable, l'emballage PET en témoigne. La commercialisation contemporaine de l'eau minérale s'inscrit dans ces avancées et le valorise sur son étiquetage. Informer le consommateur devient une priorité pour répondre à des normes de qualité. L'offre marketing met en lumière l'aspect qualitatif de sa production tout en la mariant à une argumentation faite sur la naturalité du produit. De sa composition jusqu'à son emballage, tout est un enjeu de revalorisation du produit et de rendu plus « naturel ». Dans ce processus de naturalisation, il y a une véritable volonté de redonner au produit sa condition environnementale initiale : la nature.

Dans cette première partie, nous avons essentiellement considéré le triptyque homme, eau et industrie minière. Les trois sont reliés dans cette espace marchand par ce souci de naturalité, garant d'une sûreté. Ce développement nous mène à une réflexion sur

l'actuelle place que les français accordent à l'eau minérale et nous amène à la problématique suivante : en quoi le poids des déterminants sociaux différencient-ils la perception des risques de l'eau minérale en bouteille en France?

PARTIE 2 – PRÉSENTATION DES HYPOTHÈSES

Introduction aux hypothèses

Nos entretiens d'experts ont permis d'étoffer la réflexion autour de la problématique. Olivier Lepiller a contribué à illustrer le concept de naturalité, sa thématique de thèse. Cela nous a permis d'affiner notre compréhension des segments qui sont plus attentifs à la santé. Quant à Tristan Fournier, son retour sur les plaisirs de l'ascèse a permis d'alimenter nos hypothèses. Dans l'ensemble, il semble apparaître que la perception des risques résulte d'un contexte de transformation et d'évolution de nos pratiques individuelles et collectives.

Dans un premier temps, nous faisons pour hypothèse que la perception de la dimension santé et la pratique de l'eau minérale en bouteille demeurent corrélées pour l'ensemble de la population française.

Notre hypothèse n°2 se calque sur la continuité de la première. Nous pensons que boire de l'eau minérale est un marqueur de distinction contemporaine. L'émergence de la santé dans la naturalité contribuerait à souligner le souci de soi notamment présent pour la classe dominante.

Enfin, nous considérons une éventuelle sensibilité plus prononcée au niveau de la génération Y au risque écologique que peuvent engendrer les emballages d'eau à laquelle l'industrie minière participe. Cette perception serait plus marquée que la perception du risque sanitaire : nous pensons que cette génération a complètement intégré les éléments de traçabilité liée à la naturalité. Les jeunes Y se sentiraient de fait moins concernés par cette question contrairement à celle environnementale.

HYPOTHESE N°1 - La perception de la dimension santé et la pratique de l'eau minérale en bouteille demeurent corrélées pour l'ensemble de la population française

Notre première hypothèse est la suivante : la perception de la dimension santé et la pratique de l'eau minérale en bouteille demeurent corrélées pour l'ensemble de la population française.

1. La médicalisation par l'eau minérale ou la santé comme argument de naturalité

En 2014, le professeur Gérard Friedlander⁶⁵ affirme que boire de l'eau participe à la réduction des maladies rénales dans sa conférence Diétocom à Paris. Sa conférence est reprise dans l'article d'Emma⁶⁶ : « L'eau, est-elle un médicament ? » sur le site ConsoGlobe : Consommer Mieux, Mieux Vivre⁶⁷. L'argument de santé pour l'eau existe depuis l'Antiquité avec le thermalisme mais il a pris son plein essor avec les progrès techniques d'approvisionnement qui ont amélioré sa qualité, soit entre le 19^{ème} et 20^{ème} siècle. A cela, s'ajoute depuis l'après-guerre une médicalisation de l'alimentation : l'aliment est un médicament⁶⁸. On entend par médicalisation un processus qui implique la médecine (« *professionnels de santé, ou leurs savoirs et leurs catégories de pensée* ») dans l'explication d'un phénomène qui est à l'origine d'ordre non médical [BERLIVET, 2011, p.2]. En effet, à partir des années 1960, les magazines féminins relaient qu'une mise à distance vis-à-vis de l'alimentation industrielle serait plus raisonnable. Le rôle des médias commencent petit à petit à éveiller les consciences. Au même moment, une méfiance montante sur les pesticides et engrais utilisés par le monde agricole interrogent certains diététiciens tels que Maurice Mességué. Dès lors naissent les aromathérapies et autres thérapies naturelles et le métier qui en découle : naturopathe. Les naturopathes s'octroient le droit d'indiquer ce qui est le plus naturel ou le plus sain dans l'alimentation pour le corps humain [LEPILLER, 2010], et l'eau en fait partie.

« [La scientification] prend également la forme de la médicalisation, c'est-à-dire la substitution aux raisons traditionnelles socialement normées de manger ceci ou cela, dans telle ou telle condition, de raisons nutritionnelles scientifiquement légitimées » [POULAIN, 2013 p.255].

A partir de quel dispositif faut-il boire son eau ? Fontaine, robinet ou bouteille ? Eau de source ou eau minérale ? Ils tentent, en parallèle de la médecine de l'époque à faire valoir les vertus de l'eau. Néanmoins, les controverses médiatiques de ces 20 dernières années ont généré une confusion sur la perception sanitaire de l'eau minérale naturelle, et plus généralement de l'eau.

⁶⁵ Médecin chercheur, médecin, néphrologue, physiologiste à la Faculté Paris-Descartes.

⁶⁶ Le nom de famille ne figure pas. Emma est « experte diététique et nutrition ».

⁶⁷ Emma, "L'eau est-elle un médicament?", *ConsoGlobe : Consommer Mieux, Mieux Vivre*, rubrique « Alimentation », <https://www.consoglobe.com/boire-boisson-eau-medicament-cg>, [consulté le 03.04.2019].

⁶⁸ Annexe n°9, Photo d'une publicité d'après-guerre de l'eau en bouteille La Française, p.99.

1.1. Du produit thérapeutique...

Comme tout marché, celui de la bouteille implique des firmes, un Etat, des consommateurs, des évolutions globales de société et des contraintes propres au produit. Rappelons dans un premier temps que l'image de l'eau a considérablement évolué depuis la Révolution chimique du 18^{ème} siècle. Nicolas Marty reprend les mots de Jean-Pierre Goubert : « *L'eau, don de Dieu ou de la nature, gratuite par essence, devient-elle au 19^{ème} siècle un produit industriel fabriqué par l'homme* ». Si au départ l'eau est embouteillée pour des raisons de santé publique et d'hygiène, son image va rapidement changer.

L'auteur distingue trois phases historiques dans le développement de ce marché. La première se situe entre 1900 et 1945. Elle est une phase de fragmentation des marchés de l'eau embouteillée. A cette époque, le produit a d'abord une image thérapeutique. En effet les stations thermales qui s'étaient développées entre le 19^{ème} siècle et la première guerre mondiale ont permis aux médecins de s'approprier les vertus de l'hydrologie thermique comme spécialité. Les médecins deviennent alors prescripteurs de cure et de prise d'eau minérale embouteillée. Dès 1910, Vichy-Etat cible largement le corps médical pour être diffusé par ce biais. Vingt ans plus tard, le groupe Evian fera de même auprès des docteurs, sages-femmes et pédiatres : leur eau doit être perçue comme étant « spéciale » pour les nourrissons. L'eau en bouteille devient alors un moyen de distinction pour l'élite française urbaine. Jusqu'à la Première Guerre Mondiale, Perrier et Badoit se mettront à faire de l'eau de table (consignée) en associant leur nom à des célébrités de l'époque ou encore au sport. Ils véhiculeront leur image sur divers objets et supports (calendriers, cendriers) et les grandes entreprises thermales suivront le même chemin après la Seconde Guerre Mondiale.

Il y a de nombreux producteurs et les marchés sont très localisés parfois même orientés vers l'exportation, notamment vers les pays colonisés. En dehors des buvettes et des stations thermales, l'eau est vendue au détail : on peut la trouver en droguerie ou en pharmacie. Les sociétés d'embouteillage viennent livrer des grossistes d'eaux minérales, bien que leur nombre soit relativement faible sur le territoire français de l'époque et le transport des produits est néanmoins coûteux. On notera toutefois un pic du marché en 1938 avec plus de 278 millions de bouteilles vendues soit 7 litres par habitant et par jour. Les entreprises essaient d'augmenter la qualité de production et de promotion à travers la publicité mais la guerre mettra un terme à ce développement.

1.2. ... Au bien de consommation banalisé

Nicolas Marty note une unification du marché national à partir de 1950. Cette période durera une vingtaine d'années. En effet, Perrier, BSN et Nestlé sont les trois grands groupes qui se partagent la quasi-totalité du marché. En 1972, 50% du marché de la bouteille d'eau appartient à Perrier. De son côté, Evian développe une consommation familiale en conservant la cible des jeunes mères tout en promouvant une image de pureté qui figure clairement sur l'emballage de la bouteille. 70% de la production est consommée par les nourrissons. De manière générale, la gamme des produits des sociétés d'embouteillage est limitée mais les sociétés améliorent les conditions de transport et vente et étendent leur clientèle aux cafés, salons de thé, hôtels, restaurants. Le produit commencera à perdre son image thérapeutique notamment avec l'essor de la grande distribution et sera plutôt vu comme un simple bien de consommation.

Enfin, dans les années 1970, on développe des stratégies marketing autour de l'exotisme. On met alors sur le marché des eaux étrangères telles que San Pellegrino ou Ty Nant. Peu de temps après, ce sera la stratégie « terroir » (p.89) qui fera son apparition avec les eaux Quézac ou Salvétaz. En 1999, Nestlé et Danone détiennent 90% du marché. On voit alors un marché « nomade » avec les distributeurs puis celui des eaux aromatisées, plates ou gazeuses. L'objectif est de multiplier les opportunités de consommation tout en faisant de l'eau une source de bénéfice pour la santé (Arvie, Hépar⁶⁹).

1.3. La naturalisation de l'eau minérale naturelle industrialisée

En réponse à une crainte des compositions des aliments industriels, l'argument de naturalité s'est fortement développé sur les emballages des produits alimentaires ces vingt dernières années, notamment depuis la crise de la vache folle en 1996 [LEPILLER, 2012]. La critique des modes d'interventions techniques de l'industrie agroalimentaire est désormais conventionnelle [LEPILLER, 2018 (2012), p.967]. De plus, au début du 19ème siècle et de manière plus intense à la fin du 20ème siècle, le processus d'industrialisation et

⁶⁹ Annexe n° 4, « Critères psychologiques (croyances) », *Mercator*, p.95

d'urbanisation des modes de vie ont suscité de nombreuses questions sur la production de l'alimentation. En effet, en vivant dans des espaces entièrement conçus par l'homme et éloignés des lieux de production des aliments, le mangeur peut être mené à idéaliser la campagne. Ainsi, l'alimentation peut être une vraie passerelle (en consommant plus naturel, biologique, en s'investissant dans des AMAP⁷⁰) afin de combler ce manque [Ibid., 2018 (2012), p.968]. Là où l'identification du produit (traçabilité, mode de production, composition) peut être floue voire un point « aveugle » pour le consommateur, l'exploitation du naturel peut être « *une garantie et virginité relative* » [Ibid., 2018 (2012), p.968]. Une faible attention est accordée à la dénomination, à l'encart nutritionnel et au lieu de production des bouteilles d'eau minérale. Mais l'information pourrait réduire le fragile équilibre qui l'unit à son environnement. Pour Bernard Ruffieux, il n'y a aucun doute que le consommateur souhaite de la transparence sur ce qu'il consomme. L'étiquetage contribue toutefois à augmenter la connaissance (et ce malgré un accès difficile à l'information) [RUFFIEUX, 2015]. L'étiquette va reconnecter le consommateur aux origines du produit, sa fabrication puis contribuer à l'imaginaire auquel elle renvoie autour de ses propriétés.

2. Des vertus de santé qui restent contrebalancées

« *Pourquoi boire presque gratuitement de l'eau du robinet alors qu'on peut la payer très chère en bouteille ?* » se moque l'émission suisse *A Bon Entendeur* du groupe Télévision Suisse le 28 janvier 2004 [p.87]. Cette remarque sous-entend que les consommateurs seraient prêts à payer un prix jugé démesuré⁷¹ pour une ressource –l'eau– qui est apparemment la même que celle qui provient du robinet. Entre 2006 et 2007, apparaît la première confrontation entre les grands opérateurs de l'eau en bouteille et les industriels des réseaux de distribution de l'eau du robinet. Les sociétés d'embouteillage se défendent d'avoir une eau dont la composition minérale est stable, forte en calcium et magnésium [FOULON, 2015], à l'instar de l'eau du robinet qui ne peut le garantir en fonction du lieu géographique dans laquelle elle est puisée⁷². Dès lors, un duel entre les distributeurs publics et les industries privées s'en suivent sur la composition de l'eau mise sur le marché. Nous abordons dans un

⁷⁰ AMAP : Associations pour le maintien d'une agriculture paysanne.

⁷¹ Nicolas MARTY note en 2008 que le coût complet des aspects commerciaux (publicité, commerce et distribution) représente 47% d'une bouteille d'eau achetée (p.94).

⁷² C'est ce pourquoi les appellations bien distinctes « eau minérale » et « eau de source » sont très strictes au sein de l'Union Européenne.

premier temps les controverses quant à la composition de l'eau puis, nous mettons en lumière comment la scène médiatique s'empare de ces débats.

2.1. La perception du risque alimentaire dans l'eau minérale en bouteille

Au-delà d'être pensée par les spécialistes, l'eau est pensée par le public tout entier, même si cette pensée « *s'exerce à travers un ensemble de représentations fortement mythique* » [BARTHES, 1961, p.985]. Sans céder à la panique, le mangeur-buveur, conscient de ce qu'il ingère, est néanmoins inquiet et doute continuellement de l'innocuité immédiate et différée des produits alimentaires. Il est à la fois plus exigeant, vigilant, mais moins concerné personnellement [VANSSAY (de), 2003, PROUST, 2006]. En effet, la sécurité alimentaire qui auparavant était du ressort du mangeur-buveur se retrouve être entre les mains des pouvoirs publics et des industries agroalimentaires.

Alors que l'eau est le moteur de tout organisme vivant sur terre, elle a été pendant des siècles la bête noire dont se méfiait l'être humain. Tantôt source d'abondance et de vie elle s'avère être dangereuse pour l'homme en étant vecteur de bactéries parfois mortelles. L'eau a alors été délaissée pendant longtemps pour les boissons alcoolisées, plus sûres, plus goûteuses et festives [HERVE-BAZIN, 2016].

Paul Rozin⁷³ définit le dégoût comme une forme primitive de protection du corps et d'instinct de survie contre la nourriture avariée et les infections microbiennes [ROZIN, HAIDT, MC CAULER, 2009, pp.121-122]. La nourriture avariée renvoie au risque qui reflète la fragilité du corps humain, sa vulnérabilité et donc sa finitude. Yves Lévi rajoutera que ce tri alimentaire relève également de l'apprentissage et de l'imaginaire (individuel et collectif). En effet, « *l'apprentissage ou l'imaginaire conduisent à considérer que ce qui est propre et limpide comme « pur » et « sain »* ». [2015, p.83]. Tel que l'indique l'auteur, il semblerait évident d'avoir envie de boire une eau translucide parce que considérée comme saine et délaissée une eau trouble car considérée comme dangereuse et malsaine. Néanmoins, Yves Lévi souligne que le premier cas pourrait très bien être contaminé de microorganismes néfastes et le seconde non. L'eau n'a pas de caractéristique perceptible –sans instrument de mesure- qui indique qu'elle n'est pas consommable. A partir de ce concept, Madeleine

⁷³ Paul Rozin est docteur en biologie et psychologie à Harvard.

Ferrières reprendra sur les écrits de Claude Fischler : l'homme mangeur se voit confronté à un paradoxe immense : la nourriture faire vivre mais peut également faire mourir [FERRIERES, 2015]. Selon elle, jusqu'à l'Ancien Régime,

«La perception du risque s'entretient d'un rapport au temps particulier, qui s'exprime par un discours du déclin : notre avenir alimentaire ne changera pas, risques et périls alimentaires iront toujours en augmentant » [Ibid., 2015, p.210]

On porte alors un regard relativement noir sur l'action de l'homme face à la nourriture. Comment gérer ce risque ? A partir du temps des Lumières (17^{ème} -18^{ème} siècle), c'est l'inverse qui se produit. On voue louanges à l'intervention humaine sur la nourriture : les avancées et progrès techniques sont acceptés voire « *désirables* » [p.211] pour pouvoir l'améliorer dans sa production et sa conservation. Toutefois, ces interventions sont out de mêmes perçues comme à double tranchant. Si les consommateurs français ont plus confiance (prise de risques délibérés), il reste néanmoins les peurs de pénurie et d'épidémie. « *Le basculement du siècle des Lumières n'est pas une rupture dans la perception du risque, mais plutôt dans sa gestion* ». En 2015, Jocelyn Raude reprend la perception des risques alimentaires qu'il qualifie de « paradoxe contemporain ». Il reprend les enquêtes fraîchement publiées qui stipulent qu'à ce jour, les consommateurs français estiment que les risques alimentaires sont beaucoup plus élevés qu'auparavant et ce alors même que la qualité sanitaire n'a certainement jamais été aussi bien gérée [RAUDE J., 2015]. Il note deux points majeurs autour de leurs perceptions :

1. Les consommateurs ont peur des risques toxicologiques invisibles tels que les résidus de pesticides ou d'antibiotiques ou encore les perturbateurs endocriniens.
2. Le consensus populaire vis-à-vis des risques qui seraient largement diffusés. En effet, les gens se méfient concernant l'information scientifique et l'esprit critique, ils peuvent alors se réfugier dans les explications heuristiques. L'auteur dira qu' « *on observe une corrélation positive entre le niveau d'étude et la peur de l'intoxication* » [p.208].

Pour l'auteur, ce constat n'est pas surprenant puisqu'il est représentatif de l'environnement cognitif dans lequel nous vivons. Le trop plein d'informations omniprésentes met le doute. De plus, cet environnement a tendance à vouloir mettre en avant les signaux à faibles risques « *qui sont souvent hypothétiques quand ils ne sont pas artéfactuels* » [p.209]. Ces informations épistémiques sont émises à profusion et rendent l'environnement de plus en plus incertain mais aussi instable. Tous les consommateurs acquièrent des connaissances

« nutritionnelles » mais, elles peuvent toutefois être biaisées ou fausses. En effet, elles reposent essentiellement sur des croyances [RUFFIEUX, 2015]. Néanmoins, Céline Herve-Bazin souligne que le mangeur-buveur dit moderne, qui fait face aux controverses sur l'utilisation des pesticides, des ajouts d'ingrédients de synthèse, d'hormones, se tourne plus facilement vers l'eau « *qu'il perçoit comme la plus pure et la plus naturelle* » [2016, p.203].

« La construction de la confiance est largement influencée par les normes en vigueur sur le territoire. L'eau a un statut très particulier et ambiguë : il n'est pas un produit alimentaire, il a des vertus thérapeutiques bonnes pour la santé, il peut être bon pour les performances sportives... C'est un produit qui est centre de différentes interactions entre les experts, les producteurs, les consommateurs ou les autorités. Aujourd'hui, la norme européenne est devenue la norme mondiale pour l'eau embouteillée et influence les caractéristiques du marché mondial. » [MARTY, 2014, p.7]

3. Une scène médiatique au cœur des débats

Céline Hervé-Bazin reprend la pensée d'Ulrich Beck : « *Les discours de l'eau à boire est construit autour du danger sanitaire intégré à la fabrique du risque* » [HERVE-BAZIN, 2014]. Là où le consommateur aurait besoin d'être rassuré, la scène médiatique joue les débats d'expertises et contre-expertises sur la complexité de la production de l'eau du robinet et de l'eau minérale. En ce qui concerne la production, l'historien Nicolas Marty relève que le PVC (vinyle polychlorure) utilisé pour l'embouteillage est problématique puisqu'on ne sait comment le réutiliser ou l'incinérer [MARTY, 2008]. Céline Herve-Bazin, consultante en communication spécialisée sur l'eau et le développement durable, liste en 2014 toutes les débats médiatisés concernant la qualité de l'eau depuis les années 1990. En 1998, France Soir dévoile que l'eau du robinet contient de l'aluminium. Trois plus tard, on apprend que la légionellose⁷⁴ serait répandue dans les réseaux d'eau. En 2004, de nombreuses villes françaises promeuvent l'eau du robinet. L'année d'après, Paris devient la première ville de France à distribuer des carafes d'eau pendant une communication événementielle. En 2008, la rumeur répand que boire l'eau du robinet serait facteur de cancer dont la maladie d'Alzheimer. En 2010, France 3 diffuse *Du Poison dans l'eau*. En 2013, le magazine 60

⁷⁴ La **légionellose** est une maladie infectieuse qui est causé par une bactérie d'origine hydro-tellurique. Cette dernière se développe dans les réseaux d'eau douce naturels ou artificiels et dans un milieu organique favorable à leur développement. Source : <https://fr.wikipedia.org/wiki/L%C3%A9gionellose>, [consulté le 06/12/2018].

millions de consommateurs alerte sur les pesticides et médicaments qu'on retrouve dans l'eau embouteillée, sa qualité est alors encore remise en question. On notera toutefois que le PET (polyéthylène téréphtalate), comporte lui des propriétés plus positives : « léger, transparent, [il] peut être recyclé, ne dégage pas de chlore dans l'atmosphère lors de l'incinération » [MARTY, 2008, p.87]. La même année, le taux de présence du plomb dans l'eau est fixé le 25 décembre à 10 µg/L⁷⁵ alors que cette substance est jugée cancérigène par le Circ.

De plus, les canalisations d'eau sont majoritairement composées de plomb, y compris celles des industries minières. Dernièrement, en novembre 2018, le site internet *Cancer Environnement : comprendre, informer, prévenir* dédie une page intitulée « Pollution de l'eau et risque de cancer »⁷⁶. Toute la question de la « pureté » des eaux est remise en question. Selon Céline Herve-Bazin, les médias agissent de manière à orienter les discours des consommateurs et par conséquent, leur consommation puisque les entreprises adaptent, construisent et mettent en place leur stratégie de marque sur « *fonds de scandales* » [HERVE-BAZIN, 2014, p.128]. En effet, d'après les articles de presse qu'elle a recensés, les médias font intervenir différents acteurs dans des contextes complètement différents. Aussi, ils emploient souvent le registre lexical du sanitaire tel que la maladie, la contamination, le risque sanitaire, le poison, la pollution ou bien la recherche, avec des termes très techniques, donc difficiles à comprendre. De plus, les discours s'opposent entre les articles, ce qui brouille encore plus les représentations que peuvent se faire les usagers.

3.1. Un scepticisme généralisé : des consommateurs perdus par les controverses liées à l'eau

Au milieu de la bataille publicitaire, le grand public « *est érigé en arbitre* » qui doit faire un choix sur le produit fini [MARTY, 2008, p.92]. Comment voir clair sur la qualité de ce que qu'il boit ? De leur côté, les entreprises d'embouteillage utilisent comme d'autres entreprises marchandes une stratégie de captation (où rentrent en compte les publicités, le

⁷⁵ Ministère des Solidarités et de la Santé, 01.04.15 (mis à jour le 23.01.18). « L'eau et le Plomb », Santé & Environnement, <https://solidarites-sante.gouv.fr/sante-et-environnement/eaux/article/eau-et-plomb> [consulté le 28.12.18].

⁷⁶ Unité Cancer Environnement, « Pollution de l'eau et risque de cancer », *Cancer Environnement : comprendre, informer, prévenir*, novembre 2018, <http://www.cancer-environnement.fr/380-Pollution-de-leau.ce.aspx#>, [consultée le 11/12/2018].

design de la bouteille, le prix, les capteurs d'achat, la segmentation, les bases de données et les plans marketing) dans le but d'atteindre leur cible.

« Cette technique de tentation, du désir de consommer, trouve une force particulière avec l'eau embouteillée tant la « mauvaise conscience » du consommateur qui assouvit une tentation est tempérée par le sentiment d'effectuer une opération positive pour sa santé » [MARTY, 2008, p.96].

De plus, bien que les enquêtes d'opinion fassent apparaître une sensibilité écologique croissante des ménages, on ne perçoit pas l'adoption de comportements de consommation économes [POQUET, MARESCA, 2006]. Les consommateurs se dirigent alors vers ce qui les rassure, ce qui fait écho à la « bonne santé » et à la sécurité. Les sociétés d'embouteillage telles que Perrier et Badoit retravaillent alors leur image qu'ils vont calquer sur la représentation que les consommateurs ont d'eux-mêmes. Dès lors, on verra apparaître des publicités autour de célébration et de la fête, une image plus rassurante dépourvue de toute connexion au risque [MARTY, 2008]. D'autres campagnes vont s'adresser directement aux individus et à leurs valeurs: Contrex va contribuer à un imaginaire qui garantit une eau de qualité en « [permettant] d'accéder à des valeurs supérieures » en lien avec la minceur (dans les années 1990) puis de manière plus globale sur le régime alimentaire (dans les années 2000) [HERVE-BAZIN, 2015, p.133].

*« Les acteurs présents sur la sphère publique construisent leurs campagnes de communication sur ces querelles médiatiques afin de promouvoir des valeurs individuelles et de société dans le simple fait de choisir sa manière de boire ».
[p.132]*

On peut voir observer divers articles ou blog en ligne dont les intitulés sont : « Quelle eau boire ? Eau du robinet, eau en bouteille ou eau filtrée »⁷⁷. Toute cette instrumentalisation perd les individus qui n'arrivent plus à faire des choix : comment éviter les risques sanitaires tout en préservant l'environnement ? Comment comprendre les différentes prises de paroles lorsqu'elles emploient des termes techniques, scientifiques ou médicaux ? Cette controverse jette un trouble sur la gestion des ressources et sur le choix de consommation, mais par-dessous tout, elle empêche l'assimilation et l'acceptation des risques réels sanitaires et environnementaux.

⁷⁷ CHESNAIS Elisabeth, LANDRY Gaëlle, « Quelle eau boire ? Eau du robinet, eau en bouteille ou eau filtrée », *Quechoisir.org*, <https://www.quechoisir.org/guide-d-achat-quelle-eau-boire-n4855/>, consulté le 05/12/2018.

La question de l'alimentation et du produit industriel est un sujet des plus délicats et complexe à aborder⁷⁸. D'une part, parce qu'il fait immédiatement écho aux risques liés à la qualité sanitaire mais aussi à la qualité nutritionnel. D'autre part, parce que chacun a son propre entendement sur l'alimentation industrielle avec ses propres connaissances et ses propres références [Mathiot, 2014]. Il convient dans un premier temps de définir ce qu'est une représentation. Là où la perception se situe à un niveau sensoriel (les sensations, les impressions), la représentation est l'élaboration plus affinée mais abstrait de la perception. Bernadette de Vanssay la définit comme un filtre interprétatif de la réalité. Selon la sociologue, les représentations ont une force de résistance tenace face au changement grâce à l'émotionnel, l'affectif et l'institutionnel. Cela peut entre-autre expliquer dans quelles mesures les décalages entre représentation de l'eau et les nouvelles pratiques qui s'articulent autour d'elle.

Toutefois, ces risques sont pris en compte quant aux choix d'opérer les approvisionnements et ce, à degrés variables. Cette prise en compte se manifeste par un arbitrage, parfois complexe, pour résoudre des conflits entre des valeurs alimentaires [Ibid., 2014]. Sur les mots de Fischler, Louis Mathiot reprend l'idée que « *les risques relatifs à la sécurité sanitaire des aliments ont pris des proportions nouvelles à mesure que la transformation culinaire s'est industrialisée* » [Ibid., 2014, p.137].

4. L'eau minérale naturelle et ses atouts santé

Au-delà de pouvoir donner et maintenir en vie, on attribue à l'eau un ensemble de qualités vertueuses qui sont dû à sa composition nutritionnelle. En effet, les nutriments de l'eau contribuerait à compenser des pertes hydriques quotidiennes mais aussi, faire office de complément alimentaire.

⁷⁸ FILLIARD Maéva, (dir. TABOIS Stéphanie), 2016, *La socialisation alimentaire durant la prime enfance : la préoccupation des mères en milieu favorisé*, mémoire de 3^{ème} année de licence de Sociologie, Université Savoie Mont-Blanc, Chambéry.

4.1. L'eau minérale naturelle, un complément alimentaire pour le corps humain

On entend par complément alimentaire « *une denrée alimentaire dont le but est de compléter le régime alimentaire normal et qui constituent une source concentrée de nutriments ou d'autres substances ayant un effet nutritionnel ou physiologique seuls ou combiné*⁷⁹ ». De manière générale, on utilise un complément alimentaire afin de corriger de façon quasi thérapeutique des besoins nutritionnels, éviter d'éventuelles carences, améliorer la récupération ou optimiser les performances physiologiques⁸⁰. Ainsi, on peut trouver des compositions différentes en fonction de la source minérale dont elle provient. On y trouve des eaux minérales « calciques » (plus de 150 mg/litre de calcium) et « magnésiennes » (plus de 50 mg/litre de magnésium). Le Syndicat des Eaux Minérales Naturelles garantit que ces eaux peuvent « *permettre à ceux qui le souhaitent de compléter une alimentation souvent insuffisante en ces minéraux*⁸¹ ». L'eau aurait alors pour vertu d'hydrater le corps, compléter des déficits en minéraux, réguler des pathologies entraînant des œdèmes, réguler le poids ainsi que les lourdeurs digestives et pallier à la fatigue. De plus, l'eau participerait à une régulation et l'évitement des maladies rénales et cardiovasculaires⁸². Pour conclure, la Maison des Eaux Minérales Naturelles assure une eau minérale naturelle spécifique en fonction de ses besoins, son âge, son mode de vie et de ses activités physiques⁸³.

4.2. Sémiotique de la mise en avant des arguments marketing

L'ensemble des « bienfaits » de l'eau minérale naturelle sont clairement Sur le site internet de la Maison des Eaux Minérales Naturelles, une rubrique entière est consacrée à la « Santé & Bienfaits » de l'eau minérale.

« L'eau minérale naturelle se caractérise par sa pureté originelle et sa composition parfaitement stable et garantie en minéraux. Elle est de fait la seule

⁷⁹ Directive 2002/46/CE du Parlement européen, transposée par le décret n°2006-352 du 20 mars 2006

⁸⁰ Wikipédia, « Complément alimentaire », https://fr.wikipedia.org/wiki/Compl%C3%A9ment_alimentaire, [consultée le 02.04.2019].

⁸¹ Maison des Eaux Minérales Naturelles, « Les bienfaits de l'eau minérale naturelle », <https://eaumineralenaturelle.fr/sante-bienfaits/bienfaits-de-leau-minerale>

⁸² Emma, "L'eau est-elle un médicament?", *ConsoGlobe : Consommer Mieux, Mieux Vivre*, rubrique « Alimentation », <https://www.consoglobe.com/boire-boisson-eau-medicament-cg>, [consulté le 03.04.2019].

⁸³ Annexe n°8, Extrait du fascicule "Une eau pour chaque besoin" p.98

eau à pouvoir bénéficier de propriétés favorables à la santé, reconnues par l'Académie de Médecine. » 84

Le syndicat fait clairement appel à l'argument d'autorité médical pour prouver et « [garantir] » toutes les vertus de l'eau minérale naturelle. Notons par ailleurs tous les termes mélioratifs employés : « naturelle », « pureté », « originelle », « parfaitement », « seule », « bénéficié », « propriétés favorables ». Notons que la Maison des Eaux Minérales Naturelles représente l'ensemble des industries minéralières françaises. Le ton est alors donné puis adapté à chaque positionnement des marques d'eaux minérales. L'enjeu de santé dans l'argument de naturalité est alors en vogue.

D'abord employé comme une tendance marketing, le packaging est une référence pour le consommateur qui va le guider dans ses choix et préférences. En effet, les indicateurs écrits en toutes lettres (« naturel(le)s », « aliments nature », « 100% naturels »), l'emploi des couleurs se référant à la nature (bleue, blanche voire marron ou verte) ou encore les illustrations et photographies (les paysages, la montagne, les glaciers, la terre, la forêt) figurent de plus en plus sur les étiquettes de notre alimentation. Il faut « faire plus de naturel ». Toutefois, notons qu'il est peut être tout aussi implicite : l'industriel peut annoncer une absence d'ajout d'ingrédient artificiel (qui n'en nécessite pas forcément) sans avoir modifié ses modes de production⁸⁵. L'argument de naturalité est par conséquent plus ou moins de manière caricaturale ambassadeur d'un produit supposé « sain », peu transformé voire brut et où, par conséquent, les additifs de synthèse seraient absents [LEPILLER, 2018 (2012), 2014].

En ce qui concerne le packaging des bouteilles d'eau minérales naturelles, on peut constater que la prédominance est à la transparence, suivie des couleurs blanche et bleue⁸⁶. On note également des stries incrustées en forme de vague qui viennent habiller le plastique. Il semble important de montrer que l'eau n'est autre que de l'eau et qu'elle vient directement de sa source. En fonction de son positionnement, la marque peut rajouter une couleur⁸⁷.

⁸⁴ Maison des Eaux Minérales Naturelles, « Les bienfaits de l'eau minérale naturelle », <https://eaumineralnaturelle.fr/sante-bienfaits/bienfaits-de-leau-minerale>

⁸⁵ Annexe n°13, Retranscription intégrale de l'entretien avec Olivier Lepiller du 13.02.2019, p.110.

⁸⁶ Tableau n°2, Description sémiologique des eaux minérales en bouteilles vendues en grandes surface, p.141.

⁸⁷ Par exemple, la marque *Contrex* intègre du rose pour s'adresser à une cible plutôt féminine pour la minceur, la santé. De leur côté, *Volvic* et *Thonon*, intègrent du vert pour rappeler que son eau vient d'un territoire volcanique.

De plus, l'illustration est elle-aussi rattachée à la nature (montagne enneigée, glaciers, goutte d'eau, volcans), au bien-être (police élancée, soleil), aux éléments spécifiques d'un terroir (drapeau savoyard, montagnes, volcans voire nom éponyme du lieu de la source). L'image industrielle d'une eau qui passe dans des tuyaux à plusieurs centaines de mètres de profondeur puis packagée dans une usine doit être effacée. Plus encore, c'est activité humaine autour de la mise en bouteille qui ne doit pas être trop apparente. Les publicitaires n'hésitent pas jouer cette carte et à employer la figure de style du paradoxe : « *Boire Evian, c'est respirer à 3.000 mètres* » en 1962 [BROULAND, 2006].

« On pourrait étendre avec plus une approche sémiotique en fait. A l'ensemble des signes utilisés. Ouais... Evian et les montagnes enneigées dessus, par exemple. Il n'y a pas le clocher de la ville d'Evian. Enfin je sais pas, remarque. [Soupir]. En tout cas, s'ils mettent le clocher ou un truc comme ça, ça va pas être le parking de l'Intermarché »⁸⁸.

L'image de la pureté est retranscrite par les mots, des couleurs, un emballage transparent travaillé, contribuent à nourrir l'image d'une eau immaculée qui vient directement de la filtration des roches, sous terre. L'ensemble de cet univers –idéalisé– a pour but de rassurer le consommateur, tout en lui rappelant par les écriteaux de l'étiquetage que cette garantie naturelle ne peut se faire sans la technicité et le savoir-faire industriel.

Conclusion de l'hypothèse 1

Nous avons émis pour hypothèse que la perception de la dimension santé et la pratique de l'eau minérale en bouteille demeurent corrélées. Nous avons démontré comment la santé s'est petit à petit imposée comme argument de naturalité à l'eau minérale en bouteille par l'essor du thermalisme. Les nombreux nutriments provenant des eaux minérales sont de véritables atouts santé que le thermalisme a su valoriser en produit thérapeutique. Cet argument de naturalité de santé perdure dans l'industrie minière qui tente d'euphémiser ses pratiques industrielles afin de rassurer ses consommateurs sur la pureté de leur produit. Dès lors, nous considérons comme probable que les français ont intégré ces normes comme nécessaires et ce, tous déterminants sociaux confondus.

⁸⁸ Annexe n°13, « Retranscription intégrale de l'entretien avec Olivier Lepiller », p110. .

HYPOTHESE N°2 - Boire de l'eau, un marqueur de distinction sociale contemporaine

Nous faisons pour seconde l'hypothèse que boire de l'eau est un marqueur de distinction social contemporain. Notre point de départ de cette réflexion a été le suivant : l'eau du robinet serait autant sinon de meilleure qualité que l'eau embouteillée. Le comble a été de découvrir que certaines des eaux embouteillées sont en réalité remplies d'eau du robinet (à laquelle on a potentiellement rajouté des minéraux). La bouteille d'eau n'est donc pas forcément meilleur marché (à Paris, elle coûte 200 fois plus chère que l'eau du robinet) ni de meilleure qualité [WATEAU, 2015]. L'eau embouteillée est néanmoins plus pratique. L'eau est un produit cher mais un produit cher jusqu'ici accessible [MATHY, 2014]. De plus, avec une consommation qui n'a cessé d'accroître depuis 1999, les industriels minéraliers se sont fortement concurrencés avec l'offre minéralière internationale mais aussi avec l'offre des grands distributeurs. La bouteille d'eau s'est popularisée et complètement standardisée dans les foyers. Alors comment distinguer l'offre pour atteindre une clientèle plus élitiste ? Quels serait le produit qui correspond à ses attentes ? Est-ce que l'eau peut faire un objet de plaisir alimentaire et si oui, sous quelle forme ?

1. L'émergence de la santé comme nouvelle norme de qualité alimentaire chez la classe aisée

L'eau en bouteille apparaît aujourd'hui comme un standard uniformisé plus que comme une défiance quant à qualité de l'eau du robinet [DE VANSSAY, 2003 ; EUZEN, 2006]. Complètement ancré dans les pratiques actuelles, boire de l'eau minérale est à partir du 19ème siècle une pratique médicale, sans être nécessairement appréciée de l'élite bourgeoise : elle était jugée insipide mais pouvait également être vectrice de maladies. Le vin, plus goûteux et considéré plus noble, est alors mis en avant. Mais dans les années 1990, des parutions sur les conséquences sur la santé des sodas et du vin (ainsi que leurs modes de production intensifs) renversent un peu la tendance [RAMELET, DALENCON, 2016]. Soucieuse de sa santé, la population aisée (non sans délaissier le vin et les alcools) se tournera un peu plus vers l'eau et ses bienfaits. Aujourd'hui distribuée à l'échelle locale, régionale, nationale ou mondiale, la bouteille d'eau est complètement démocratisée. De fait, la concurrence accrue est le fruit de la mondialisation mais aussi des nouvelles offres des

grands distributeurs. Entre l'insécurité sur la qualité de l'eau et cette banalisation, l'industrie minière cherche à diversifier la gamme de ses produits par le contenant, le prix, le lieu de distribution et la communication. Afin de comprendre en quoi l'eau en bouteille peut être un objet de distinction sociale, nous nous appuyons sur la définition de Pierre Bourdieu.

1.1. Le goût comme norme qualitative chez le bourgeois du 19ème siècle

La norme qualitative de l'aliment semble être donnée au goût au 19ème siècle [PARKHURST FERGUSON, 2018]. On entend par goût ce qui résulte des modalités sensorielles qui permettent à un moment donné de la vie de distinguer toutes les nuances sucrées, salées, amères et acides au cours d'un apprentissage culturel et social de l'alimentation [CHIVA, 1992]. L'eau en tant que remède est en plein essor au 19ème siècle. En 1825, le critique gastronomique Brillat-Savarin expose son bilan sur l'eau dans son célèbre ouvrage *Physiologie du goût ou Méditations de gastronomie transcendante*. Représentant des goûts gastronomiques de la bourgeoisie de l'époque, il ne lésine pas sur le cas de l'eau : certes considérée comme « *seule boisson qui apaise véritablement la soif* » [1862, p.124] elle ne contient selon lui aucune particule sapide. Il dira même qu'on ne boit jamais une gorgée au-delà du besoin, contrairement au vin, qui est considéré comme « *la plus aimable des boissons* » [Ibid.p. 126] qui, lui, ouvre de « *nouvelles sources de jouissances* » [Ibid.p. 127]. Le plaisir de boire de l'eau doit selon l'auteur être sustenté en l'agrémentant de quelques gouttes de vinaigre, de sucre ou de sel [Ibid. p.128]. Concernant la santé, Brillat-Savarin est critique (sinon sarcastique) vis-à-vis du corps médical qui recommande de l'eau à ses patients : prescrire de l'eau au détriment de l'usage du vin provoque tristesse chez le malade [p.148]. S'il ne suit pas les conseils du médecin, à quoi bon la prescrire ? Néanmoins, il référence la boisson comme médicament et recommande aux personnes souffrant d'obésité de prendre de l'eau de Seltz [p.225].

1.1.1. Boire de l'eau minérale naturelle, un marqueur de distinction sociale contemporain

Au-delà d'être vendue plus chère que l'eau du robinet, nous pensons que l'eau minérale naturelle réintroduit son image thermale dans les boissons « luxe » du marché mais en l'adaptant à la classe dominante. La vision de l'eau insipide qui a pour seule vocation d'être médicalisée, de soigner, n'est pas totalement obsolète. On sait désormais qu'en

fonction de sa provenance, l'eau n'a pas la même teneur minérale et par conséquent les mêmes effets sur le corps. Néanmoins, c'est le positionnement choisi par la marque qui la distinguera de la concurrence. Certaines marques telles que Perrier s'adressent très clairement à une population aisée.

« *Chacun de ces univers, boissons (eaux minérales, vins, apéritifs) ou automobiles, journaux et hebdomadaires ou lieux et formes de vacances [...] fournit les quelques traits distinctifs qui, fonctionnant comme systèmes de différences, d'écart différentiels, permettent d'exprimer les différences sociales les plus fondamentales presque aussi complètement que les systèmes expressifs les plus complexes et les plus raffinés que puissent offrir les arts légitimes* » [BOURDIEU, 1979 p.249].

Nous savons qu'en France, chez les cadres et professions libérales, il existe une forte consommation d'eau (robinet et bouteille confondus) [BEAUDEAU, ZEGHNOUN, VOLATIER, *et al.* 2003]. A partir de ces indices, nous imaginons comment peut se traduire le cosmopolitisme à travers l'eau en bouteille minérale naturelle.

2. L'eau minérale naturelle : le contrôle par l'ascèse du plaisir

L'ascèse est un traitement du corps par le corps dans le but de la projection d'une socialisation identifiée. Dans *Histoire de la sexualité III* (1984), Foucault met en lumière la notion du souci de soi, un élément de maîtrise visant à apprendre à se gouverner soi-même, pour mieux assumer ses actes et pratiques quotidiennes [CONSTANTOPOULOS, 2003]. Cela consiste à intégrer et appliquer tous les jours une conduite qui nous est propre, qui se doit d'être un « principe d'inquiétude » permanent pour se façonner soi-même. Il s'agit de vivre et voir le monde, comme un effort de transformation de soi. Cet effort sera notamment recherché par la classe supérieure, déjà à partir du 18^{ème} siècle : ses membres ne pouvant se différencier des classes inférieures, ils ont trouvé le moyen de modifier leur consommation en modulant la quantité. Ainsi, des distinctions se créent sur divers pans de la vie dont l'alimentation [AYMARD, GRIGNON, SABBAN, 1993]. Depuis quelques décennies, en Occident, le *diktat* idéologique de la santé et de la « bonne » alimentation prévaut, à côté du raffinement des aliments [CONSTANTOPOULOS, 2003]. Georges Vigarello dira que le « *travail d'artifice est censé rejoindre l'expression personnelle de l'individu* » [2012, p.191]. On voit dès lors apparaître un changement de statut du corps dont

la présence est le premier marqueur d'identité ou plutôt dont l'esthétique doit souligner la personnalité de l'individu.

2.1. Un plaisir ascétique intellectualisé

En 1993, Danièle Rapoport décrit les plaisirs que procure l'ascèse. L'ascèse alimentaire contemporaine a pour particularité de se distancier du « bon mangeur » pour pratiquer le « bien manger ». *« Les règles alimentaires deviennent nouvel instinct, et le plaisir de manger s'exprime dans les limites d'une pulsion raisonnée, apprivoisée, dans la conscience et bonne conscience de la loi »* [1993, p. 103]. Le plaisir gustatif laisse place à une conscience sereine et tranquille.

« C'est retrouver le plaisir de manger un fruit, une pomme, des goûts sur lesquels on n'accorde plus d'attention en temps normal et ça décuple les sensations en fait. C'est évident. Sur l'eau ça doit être la même chose. »

A cela, s'ajoute le plaisir de la maîtrise de soi qui se traduit en sentiment de puissance. De fait, rationaliser son alimentation renvoie à l'absence d'un laisser-aller et un refus catégorique de se précipiter vers ses désirs.

2.2. Pour un souci de soi

Pierre Bourdieu a montré que l'abolition des freins économiques s'accompagne du « *renforcement des censures sociales qui interdisent la grossièreté et la grosseur au profit de la distinction et de la minceur* » [1979, p.207]. La recherche de perfection du corps se manifeste par un souci constant d'incorporation de normes, de pratiques, de privations, qui permettent à l'individu d'afficher « physiquement » ce qu'il est. Cette domination du corps, par l'esprit et la pratique, apprend à l'individu à se dominer pour mieux s'affirmer, à mettre en lumière son « soi » sous le regard public. Ainsi, les groupes aisés portent une attention aux normes alimentaires et de corpulence, qui allient plaisir et santé [REGNIER, LHUISSIER, GOJARD, 2009]. Corbeau parle des tenants du nourrissant léger : « *[ils] se caractérisent par une bonne écoute de l'information diététique et par un relatif équilibre entre le plaisir de manger et le souci d'être en bonne santé* » [1991]. La privation pour parvenir à la minceur et à la « bonne » présentation de soi se double d'un discours sur le plaisir gustatif diversifié mais aussi plus raffiné, des goûts moins prononcés.

3. Une distinction par le contenant

Au même titre que l'esthétique corporelle doit souligner la personnalité de l'individu, la bouteille doit souligner celle de son eau. Avec une consommation de 141 litres par personne et par an, les français accordent un budget de 190,00€ par an pour l'eau minérale, les boissons gazeuses et les jus. La France se situe derrière l'Italie dont les habitants boivent 184,6 litres de boissons par personne et par an et c'est sans compter sur les Etats-Unis qui utilisent 25,8 milliards de litres d'eau pour tout usage confondu. La mise en bouteille de nos boissons ne soulève plus de questions, elle a pleinement intégré notre paysage alimentaire quotidien. Cœur historique de l'industrie de la bouteille d'eau, l'Europe développe un produit d'emballage en plastique que tous les foyers adoptent. Alors comment attirer une clientèle qui souhaite individuellement se démarquer ? Comment faire en sorte qu'une eau minérale vendue en grande distribution se distingue des autres ?

3.1. Faire de l'eau minérale un produit rare et d'exception

Afin de se distinguer des produits minéraliers grand public, des entreprises minéralières choisissent un positionnement haut de gamme se caractérisant par l'esthétique du contenant, la provenance de l'eau et son prix.

3.1.1. Des bouteilles en verre au prix élevé

Le verre est un objet de ravissement esthétique par sa transparence, coûteux, solide et à la fois fragile. « *Bien sûr, le verre est un objet de ravissement, une chose des plus précieuses, dont on peut à loisir, quoique ce soit sans fin, décompter et louer les beautés* ». [DAGOGNET, 1989, p.72]. Il est reconnu parmi les matériaux nobles car il implique à l'origine un savoir-faire spécifique à sa production. Le matériau est reconnu pour embellir et inférer des propriétés exceptionnelles. La bouteille est « *comme composant d'un complexe gustatif (précomposition de la scène gustative)* » [PINTO, MOUTAT, TSALA-EFFA, 2010, p.12]. Ainsi, on retrouvera à chaque période de fête de fin d'année la bouteille d'Evian en verre et en série limitée.

Pour ce qui est de la forme de la bouteille, les marques délaissent la forme allongée et striée. Elles ont chacune une forme différente, personnalisée pour une cible adaptée.

« L'objet est d'abord montré pour qu'on veuille le posséder, puis il est possédé pour être montré en réponse » [DELORME, 1985]. Le contenant, tel un calice, doit être porte-parole et garant sécurisant des propriétés qualitatives du produit : on garantit qu'il n'y a pas de contamination due au plastique. Les marques empruntent des designs à l'œnologie et à la parfumerie (les eaux La Voss en collaboration avec les designers Calvin Klein par exemple). Chez Watershop, le « *water sommelier* » Alexis module son vocabulaire pour qualifier les bouteilles d'eau en verre des « *flacons* ». Le terme fait référence au monde délicat et luxueux de la parfumerie. En parallèle, certaines marques utilisent les enseignements en œnologie pour créer leur packaging et positionnement comme l'émblématique bouteille de Bling ou encore « le champagne des eaux de table » de chez Perrier. « *Il y a ce côté un peu gastronomique, un peu luxe* » confirme Olivier Lepiller. De plus, les marques justifient l'exception de leurs eaux par un prix adéquat variant entre 1,00€ à 350,00€ la bouteille.

3.1.2. Un travail sur l'argumentation de la caractéristique d'origine des eaux minérales naturelles

Bernard Ruffieux et Egizio Valceschini affirment que l'attachement du consommateur au produit varie selon les images culturelles et symboliques auxquelles le lieu d'origine renvoie [1996 ; p. 138]. Ils écrivent : « *la gestion qualité porte [...] à s'intéresser à l'origine des produits, au sens où l'on s'attache à l'activité de production et non simplement aux caractéristiques intrinsèques des produits* » [p.134]. Ils rajoutent peu après pour exemple : « *L'eau minérale des montagnes, chargée de fraîcheur et de pureté est un exemple de cette projection, ici sans référence à une intervention humaine* » [p.138]. La caractéristique de l'origine, c'est l'argument de vente premier de la société Watershop qui se proclame « spécialiste des eaux les plus prestigieuses en provenance des quatre coins du monde ». On y garantit une eau sélectionnée par des amateurs, pure, naturelle et dénuée de tout ce que l'homme aurait pu entacher : une eau moins polluée.

Conclusion Hypothèse 2

Notre première hypothèse est de dire que l'eau minérale naturelle est un marqueur de distinction sociale contemporain. L'émergence de la santé comme nécessité marketing auprès de la classe dominante est clairement palpable, notamment depuis la médicalisation de l'eau minérale au 19^{ème} siècle. Nous avons également montré que la population aisée

cultive un souci de soi passant par des pratiques ascétiques pour souligner leur identité individuelle. « *L'eau minérale apparaît dès lors comme un des produits susceptibles de favoriser la distinction des élites par rapport aux autres catégories sociales* » [MARTY, 2006, p.26]. La distinction de l'eau ne se ferait non pas par la boisson en elle-même mais par la manière dont elle est bue.

HYPOTHESE 3 - Une sensibilité plus prononcée pour la perception du risque écologique plus que pour le risque sanitaire selon la génération Y

Nous faisons pour troisième hypothèse que l'argument de naturalité est intégrée par la génération Y et que l'emballage des bouteilles d'eau minérale est synonyme de déchet. La génération Y désigne des individus nés entre le début des années 1980 et le milieu des années 1990. Ils ont grandi avec les progrès technologiques et numériques que l'on connaît aujourd'hui. A ce jour, ils sont globalement étudiants ou viennent récemment d'entrer sur le marché du travail. La période étudiante est un période transitoire qui implique de nombreuses adaptations d'environnement, de pratiques et de représentations [DUPRE, 2013]. En parallèle, nous avons pris en considération comment s'est institué le développement durable en France à partir du milieu des années 1990. Depuis, l'information en lien avec le développement durable ne manque pas d'être diffusée sur internet⁸⁹. S'est-il réellement développé une sensibilité autour des emballages plastiques ? Qu'en est-il pour celui d'eau minérale en bouteille ? Si oui, comment se traduit-elle en pratique ?

1. Une sensibilité plus prononcée pour la perception du risque écologique plus que pour le risque sanitaire selon la génération Y

Le 17 décembre 2018, la pétition *L'Affaire du Siècle* a été relayée et encouragée par des célébrités françaises. *L'affaire du siècle* a pour objectif d'assigner l'État français en justice devant le Tribunal administratif de Paris pour inaction face aux changements climatiques. 2 millions de signatures ont permis de lancer la procédure au tribunal grâce à notamment deux vidéos⁹⁰ sur la plateforme YouTube qui ont été visionnées près de 985 000

⁸⁹ En faisant la recherche « développement durable » dans barre Google, nous obtenons 119 000 000 résultats (sites internet, blogs, documents, vidéos et images confondus).

⁹⁰ L'affaire du Siècle, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=l8j-9mPwehw&t=26s>

fois à elles deux.⁹¹. Compte tenu de l'état d'urgence climatique actuel, il est aujourd'hui accepté que les théories sur l'insécurité de l'eau aient un fort impact sur la sphère sociale, culturelle, politique et économique [WUTICH, BREWIS, 2014]. La pollution industrielle et la pollution agricole sont les deux raisons principales contribuant à la contamination de l'eau et ce, sans compter les « *risques connus du manque de traitement pour la potabilité*⁹² ». Cette eau demeure mise en circuit par les réseaux de distribution publique mais également par l'industrie minière. Neptune⁹³ a promu différents slogans qui sous-tendent que l'eau du robinet n'équivaut pas à l'eau en bouteille. Le Syndicat des Eaux de l'Île-de-France (Sedif) répondra en soulevant la question environnementale du contenant de la bouteille : « *quelle marque distribue un milliard de litre chaque jour et pas une bouteille ?* »⁹⁴. Ici, la critique se fait sur la production et le déplacement qu'effectuent les bouteilles qui ont un impact écologique fort. En effet, les plastiques représentent 80% des emballages des ménages, la majorité étant liée à l'emballage de boissons [MARTIN, 2015].

1.1. Une génération Y socialisée à la naturalité

Il convient de définir le plus précisément possible ce qu'est la socialisation. Nous nous sommes basés sur la définition de Muriel Darmon : « *la socialisation est l'ensemble des processus par lesquels l'individu est construit [...] des façons de faire, de penser et d'agir, qui sont situées socialement* », la « *façon dont la société forme et transforme les individus* » [DARMON, 2010, p.6]. Il est important de noter que la socialisation se distingue de l'éducation, qui est l'une de ses branches méthodiques. Contrairement à cette dernière qui est intentionnelle et explicite, la socialisation est davantage non-intentionnelle : on ignore son activation, son incorporation et ce qu'elle tend à nous faire devenir. De plus, ses effets sont étendus à la totalité des interactions adultes-enfants. L'« interaction » en question est en réalité une sorte d'« aide-mémoire » [*ibid.*, 2010, p.18] dans laquelle l'enfant retient les expériences vécues et les conduites à tenir. La critique de l'alimentation industrielle et la montée de la naturalisation de l'alimentation sont apparus dans les années 1990 et se sont

⁹¹ Pour rappel, en 2017, les utilisateurs français de YouTube représentent 8 utilisateurs journaliers sur 10 ayant entre 16 et 24 ans et sur 10 utilisateurs mensuels, 8 ont plus de 25 ans. BDMmedia, 01.09.2018, « Chiffres YouTube 2017 », <https://www.blogdumoderateur.com/chiffres-youtube/>

⁹² *Ibidem.*, p87.

⁹³ Neptune est le groupe qui détient la marque d'eau Cristalline.

⁹⁴ Campagne de communication du Sedif « *quelle marque distribue un milliard de litre chaque jour et pas une bouteille ?* », du *L'eau du Sedif, le meilleur de l'eau chez vous*, 2007.

développées depuis. Bernadette de Vanssay affirme que la représentation de l'eau dépend du facteur temporel : l'image de l'eau est une représentation collective ou/et individuelle. Que l'image soit actuelle ou (re)construite avec celle du passé, elle se structure avec une charge symbolique certaine autour de l'amélioration ou la dégradation de la ressource et selon sa disponibilité [2015, p.6]. Cette image se construit à travers les prescriptions des institutions (l'école, l'Etat) mais aussi à travers les médias numériques. Dès lors, nous avons tout à penser que la génération Y a intégré ces éléments de naturalisation au cours de sa vie de jeune adulte.

2. Une génération qui tend vers le développement durable

Nous pensons que la génération Y a grandi dans l'idée qu'il faille tendre vers le développement durable. Il existe à ce jour une pluralité d'interprétation et mise en application politique du développement durable mais toutes se concilient autour de trois pôles : l'action économique, le développement social et le respect des équilibres écologiques [SEBASTIEN ; BRODHAG, 2004]. « *Le développement durable est un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs* »⁹⁵. Nous ne parlons volontairement pas d'engagement puisque ce dernier concept renvoie à

« une responsabilité prise par un citoyen, sans qu'elle lui soit exigée, et pour laquelle il a un intérêt individuel ou collectif. Son engagement s'observe dans l'action collective, sociale et bénévole c'est-à-dire en donnant son aide et son temps à autrui. L'individu engagé fait partie d'un espace social et contribue au bien être de la collectivité, et non seulement de son entourage immédiat » [LORTIE-FOURNIER, 2015].

Nous comprenons cette définition comme une mise en action permanente. Or nous pensons que les écogestes sont ponctués en fonction des situations dans lesquelles les individus se trouvent et selon la connaissance qu'ils ont de la situation. Les écogestes s'inscrivent dans la prolongation du terme « écocitoyen ». Ils renvoient à un ensemble de pratiques quotidiennes qui jouent en faveur de de l'écosystème et de la vie humaine ou bien qui en

⁹⁵ Organisation des Nations Unies, « Vers un développement durable », *Rapport Brundtland*, Avant-propos, Chapitre 2, « Notre avenir à tous », p.40.
file:///C:/Users/Ma%C3%A9va/Downloads/notre_avenir_a_tousrapportbrundtland1987.pdf

défendent l'idée pour la communauté et les générations futures⁹⁶. Ces pratiques sont partie intégrante de la citoyenneté.

2.1. Des écocitoyens Y : l'initiative gouvernementale française

On peut voir sur le site internet du Gouvernement français des prescriptions diverses afin que le citoyen français deviennent plus écologique. Ouvert en 2007, le Ministère du Développement durable sous le Président Nicolas Sarkozy explique comment « Changer ses comportements et devenir un écocitoyen »⁹⁷. C'est une sorte de pédagogie de l'action et pour l'action qui vise une appropriation sans discussion ni réflexion de ce qui doit être fait. Par exemple, l'emploi de l'infinitif comme impératif rend les actions opérantes pour quiconque car personne ne peut s'incarner en tant que « je » ; l'individu n'a pas à se demander « comment faut-il s'y prendre ? ». L'enjeu est de faire apprendre de nouvelles actions et logiques d'actions qui vont être concrètement opératoires et matérialisées à partir d'un ensemble de gestes prescrits et attendus⁹⁸. L'initiative gouvernementale vise clairement à réorganiser la vie sociale par des comportements et des pratiques. On attend des comportements mécaniques et routiniers à partir d'actions qui ont été intégrées. Dès lors, une campagne est lancée dans les institutions scolaires. En 1977, une circulaire donne naissance à l'éducation à l'environnement en France. En 2004, le gouvernement instaure progressivement l'environnement et au développement durable au programme scolaire. Cette initiative sera relancée 3 ans plus tard puis en 2011. Enfin, en 2013, la loi de refondation de l'École fait entrer cette éducation transversale dans le code de l'éducation et lance la labellisation "E3D" des écoles et des établissements scolaires en démarche globale de développement durable⁹⁹.

⁹⁶ Wikipédia, « Ecocitoyenneté », <https://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89cocitoyenn%C3%A9>, [consultée le 08.03.2019].

⁹⁷ Archives François Fillon 2009-12, « Changer ses comportements et devenir un écocitoyen », Portail du Gouvernement, http://archives.gouvernement.fr/fillon_version2/gouvernement/changer-ses-comportements-et-devenir-ecocitoyens.html [consultée le 29.01.2018]

⁹⁸ ROLLAND Raymond, *L'énergie*, Chambéry, Université Savoie Mont-Blanc, Cours de premier année de Master en Sociologie, 2015-2016.

⁹⁹ Ministère de l'Éducation Nationale, <https://www.education.gouv.fr/cid205/l-education-au-developpement-durable.html>, [consulté le 04.04.2019]

2.1.1. Formés par une information iconographique associée à l'écologie

Les écolabels font parties des démarches instituées par le gouvernement avec l'accord de l'industrie agroalimentaire. Les écolabels ou labels écologiques communautaires ont été institués par le règlement du Conseil européen du 23 mars 1992 (L'article L. 643-2 du Code rural) afin de

« promouvoir la conception, la production, la commercialisation et l'utilisation de produits ayant une incidence moindre sur l'environnement pendant tout leur cycle de vie ; mieux informer les consommateurs des incidences qu'ont les produits sur l'environnement, sans pour autant compromettre la sécurité du produit ou des travailleurs, ou influencer de manière significative sur les qualités qui rendent le produit propre à l'utilisation¹⁰⁰ ».

Il existe à ce jour tout un éventail d'écolabels sur les bouteilles PET¹⁰¹. Ces labels figurent sur la majeure partie des emballages alimentaires sur le marché français. Ainsi, il est aujourd'hui quasi inévitable de tomber sur une bouteille d'eau minérale naturelle en plastique PET (achetée dans la grande distribution) où le contenant et son étiquette ne figurent pas d'écolabel.

2.1.1.1. Une pluralité d'écolabels qui ne font pas tous sens pour le consommateur

Il existe un grand nombre d'écolabels de tri sélectif. Ils invitent généralement à informer le consommateur que le produit est issu du développement durable. Souvent simple logo sans écriteau, la signification de ce à quoi ils renvoient n'est pas aussi explicite que ce qu'il tente désigner.

2.1.1.1.i. La volonté de développer une éthique chez le consommateur

Olivier Lepiller reprend la pensée de Raphaël Larrère qui décrit ces produits alimentaires naturalisés –dont l'eau minérale naturelle fait partie- comme hybrides, à l'encontre de l'artifice et du naturel, les deux étant complètement confondus. Derrière la démarche de naturalisation du produit alimentaire, se cache une double volonté : développer

¹⁰⁰ Ecolabel, « qu'est-ce qu'un label ? », <https://www.ecolabels.fr/quest-ce-quun-ecolabel/> [consultée le 03.02.2019]

¹⁰¹ Tableau n°4, Descriptif des écolabels présents sur les eaux minérales naturelles, p.146.

une éthique de la responsabilité chez le consommateur (sur ses choix de consommation, ses valeurs). « *L'éthique du respect est ainsi souvent convoquée pour refuser le principe même d'une action technique. Tandis que l'éthique de la responsabilité l'est pour disqualifier le principe même du respect* » [p.62]. Cette réflexivité du rapport au corps et à l'écologie peut déboucher sur une exigence, des attentes profondes et engagées puisqu'on demande à ce que le produit soit fait dans le respect des lois de la vie et de sa pérennité [ROCHEFORT, 2007 ; LEPILLER, 2018 (2012)]. Néanmoins, cette question n'est dominante que dans certains milieux sociaux et lorsqu'elle apparaît, les causes y sont diverses : la maladie, la perte d'un proche, la naissance d'un enfant. En somme, tout ce qui témoigne de la soumission de l'homme aux événements du processus naturel de la vie et qui demandent d'être suivis attentivement.

3. Une mise à distance entre comportements et attitudes relatives à l'environnement

Bernadette de Vanssay a mis en comparaisons plusieurs villes¹⁰² dans le monde les représentations et les pratiques de l'eau. Le constat est que pour les villes européennes les pratiques sont hétérogènes. Les pratiques d'usage, de partage, d'accès et de préservation diffèrent [NOU, PERRON, HARPET, DICKS, 2015]. Toutefois, la dimension éthique de l'eau est présente – à degrés variables- dans tous les échantillons. Elle témoigne indéniablement d'une conscience environnementale naissante. Néanmoins les écarts constatés entre les discours recueillis et les pratiques justifient les propos contradictoires à travers les entretiens [2003, p.5]. Les écogestes sont perçus comme des objectifs à atteindre (là où les comportements de filtrage d'eau sont la conséquence d'un capital culturel lié à des antécédents sur la qualité de l'eau¹⁰³) [*Ibid.*,p3].

3.1. Renforcée par le déterminant social des étudiants

Mickaël Dupré rend compte des pratiques étudiantes sur le tri sélectif. Il décrit une population consciente mais « *loin d'être irréprochable* » [2013, p.187]. Il reprend l'idée de Bonadona (2003): « *Ainsi, si ce sont les jeunes de moins de 25 ans qui ont les attitudes les plus favorables envers la protection de l'environnement, ce sont les mêmes individus qui ont les comportements les plus néfastes* » [p. 187]. C'est la population qui semble être plus

¹⁰² La France, Osaka, Munich, Madrid, Jakarta, Brasillia et Ougadougou.

¹⁰³ A Jakarta ou encore, à Brasilia où on fait bouillir son eau pour la filtrer.

sensible aux attitudes à adopter en faveur de l'environnement : elle est le cœur de cible de la politique des gestions des déchets. Toutefois, c'est également la même qui ne trie pas ses nombreux déchets. Toutefois, l'auteur note deux grands groupes dans les échantillons étudiés. « *En effet, alors que les non-trieurs et occasionnels soulignent l'importance du tri sélectif, les trieurs réguliers soulignent quant à eux sa nécessité* » [p.201].

3.1.1. *Les réseaux sociaux : lieu d'échange d'information et de protestation*

Le consommateur de la génération Y s'instruit à travers les médias : il y découvre des éléments qui lui étaient jusqu'alors inconnus et va forger son imaginaire autour de ces nouvelles connaissances qui peuvent aussi devenir de nouvelles sources d'inquiétudes éthiques sinon écologiques [DAGNAUD, 2011].

« Point notable, la communication digitale s'épanouit dans un contexte historique particulier pour les générations montantes. Le choc entre l'élévation du niveau éducatif, encouragée dans tous les pays, et l'insuffisance d'emplois qualifiés alimente une machine à désillusion et donc à protestation. » [Ibid., 2011, p.159]

Le mangeur-buveur citoyen est perpétuellement confronté aux risques sociétaux et environnementaux qu'il questionne sur le plan éthique [POULAIN, 2002]. Pour Dominique Dagnaud, « *cette jeunesse [...] est la plus habile à user des moyens de communication [...], elle sait s'en servir comme outils de rébellion* » [p. 197]. Si le citoyen ne met pas forcément en acte toutes les prescriptions gouvernementales sur le développement durable, il demeure une conscience du risque écologique lié au devenir des emballages plastiques -dont la bouteille d'eau en PET fait partie- et diffuse son désaccord avec les pratiques de cette surconsommation.

3.2.2. *Dénoncer le coût énergétique et les emballages plastiques*

En 2017, Evian lance en partenariat avec Loop Industries le projet *Circular Evian*¹⁰⁴ : il a pour but de tendre un vers le zéro déchet en recyclant le plastique de ses bouteilles d'eau. Est-ce un comble ? C'est en tout cas une démarche qui répond aux nouvelles attentes des consommateurs. De plus en plus de plateformes, d'articles ou contenus vidéo recensent l'opinion publique sur l'impact environnemental de la consommation des bouteilles d'eau.

¹⁰⁴ Circular Evian : <https://circular.evian.eco/>

Minérale ou eau douce, le constat est le même : transporter une eau de France (comme Evian) pour l’emmener jusqu’en Amérique est une « aberration » lorsqu’on sait qu’on peut trouver de l’eau du robinet là-bas. Surtout, c’est 1 million de bouteilles plastiques seraient vendues dans le monde¹⁰⁵ qui créent de la pollution. De plus en plus d’utilisateurs YouTube prennent la parole pour en parler.

Conclusion Hypothèse 3

Nous avons fait pour dernière hypothèse que la génération Y dévoile une certaine sensibilité au risque écologique. Ces jeunes ont grandi avec des enseignements en faveur de l’environnement. L’appel aux écogestes environnants et la propagation des mouvements écologistes nous poussent à penser que de nouvelles pratiques naissent, comme celle du tri ou des refus de boire une bouteille d’eau, qu’elle soit minérale ou non. Considéré « important » ou une « nécessité », le tri du déchet n’est néanmoins pas systématique chez les jeunes. Toutefois, nous avons vu que la sensibilité à la question est belle et bien existante : des formes de rébellion contre la surconsommation de déchets plastiques (dont les bouteilles d’eau) apparaissent puis se diffusent sur internet.

¹⁰⁵ Euromonitor

Conclusion générale

Notre problématique nous a amené à formuler 3 hypothèses. La première est axée sur les enjeux de la santé et nous amène à penser que les codes de naturalité sont des normes dont les français ont besoin pour se rassurer, tous groupes sociaux confondus. La seconde hypothèse découle de la première, alors même que notre interrogation de départ se portait sur la différenciation entre l'eau embouteillée populaire et l'eau haut de gamme. Elle développe en quoi la manière de boire de l'eau est un marqueur social qui passe par une forme d'ascétisme intellectualisé et qui répond au souci de soi. Enfin, notre dernière hypothèse présente la perception des risques écologiques liés à l'eau en bouteille. Malgré un écart entre le discours et les écogestes, la sensibilisation au développement durable se fait par le partage d'opinion sur les espaces numériques, notamment les réseaux sociaux. Cette hypothèse laisse supposer que la perception sanitaire reste la plus prégnante et que la réaction aux risques écologiques n'est que secondaire en fonction des groupes d'étudiants interrogés. Ces hypothèses pourront être affirmées ou infirmées qu'après avoir mis en place la méthodologie qualitative suivante.

**PARTIE 3 - CHOIX DE LA MÉTHODOLOGIE
APPROPRIÉE ET MISE EN APPLICATION
EXPLORATOIRE**

Introduction à la méthodologie

L'approche générale de cet exercice a été de réaliser un état des lieux de ce que nous savons à ce jour sur l'eau et plus particulièrement sur l'eau minérale naturelle. Pour ce faire, un travail théorique a été réalisé. Il a permis d'ouvrir une première fenêtre sur notre terrain de recherche : la perception des risques dans l'eau minérale naturelle en bouteille en France. Afin de pouvoir répondre aux deux hypothèses qui sont exposées ci-dessus, nous présentons dans cette troisième et dernière partie la méthodologie d'une approche compréhensive que nous envisageons de mettre en place pour la seconde année de Master en Sciences Sociales Appliquées à l'Alimentation. Cette approche se construira à partir du terrain puisque les théories sur les perceptions des risques à proprement parler de l'eau minérale naturelle sont quasi-inexistantes. En effet, elle permettra dans un premier temps de recueillir des données (à la fois quantifiables et descriptibles), les traiter, puis interpréter le résultat obtenu *via* les traitements de données. Enfin, les données mobilisées contribueront à affirmer ou infirmer les hypothèses. Définir les méthodes et les outils est un stade majeur de l'étude, il nous faudra alors faire preuve d'objectivité puis de les affiner afin de limiter les biais au moment de collecter et traiter les données. Parmi ces méthodes, certaines d'entre elles sont au stade exploratoire tandis que d'autres n'ont pas encore été expérimentées. Nous exposons dans un premier temps notre méthodologie de recherche puis les publics cibles et enfin, nous présenterons les outils d'analyse pour cette étude et ce que nous avons déjà mis en application à ce jour.

1. Choix de la méthodologie de collecte de données

Les 3 hypothèses émises nécessitent de mettre en place une méthodologie probatoire afin de pouvoir être vérifiées, affirmées ou infirmées. Elles se déroulent en trois étapes centrales : le choix de la méthodologie de collecte de données, le choix des outils utilisés puis le choix du terrain et de l'échantillon.

1.1.Travail théorique bibliographique

Un travail bibliographique a été réalisé sur quatre mois et demi afin de s'approprier et se familiariser avec le sujet –l'eau- en général. Toutefois, rares sont les documents et ouvrages sur la consommation et les pratiques d'eaux minérales naturelles ou même de l'eau potable en tant que boisson en France. En effet, il nous semble que ce terrain, s'il est accessible, a été peu exploré. On trouve plus aisément de l'information sur des boissons autres telles que les jus ou plus encore, les vins. Les ouvrages sur ces boissons vont graviter autour de l'aspect culturel, symbolique, social, et on trouvera de nombreuses études, notamment sur l'apprentissage et la perception du goût du vin ainsi que la représentation de la qualité vinicole. Néanmoins, des études sur les pratiques générales de l'eau potable en France sont réalisées chaque année par le Centre d'Information sur l'eau. Elles n'évoquent pas forcément les pratiques pour l'eau en bouteille et ne différencie pas les usages entre l'eau de source en bouteille et l'eau minérale naturelle en bouteille. Nous envisageons d'approfondir les recherches littéraires afin de trouver des réponses autour des variables qui pourraient distinguer des catégories de perception liées à l'eau.

1.2.Méthode quantitative

La méthode quantitative cherche à analyser les corrélations entre des variables numériques dans une population donnée. Elle permet d'avoir une vue d'ensemble à un moment donné sur cette population et affirmer ou infirmer une théorie. Cette méthode a l'avantage de mettre en lumière le poids de déterminismes sociaux puis de décrire les populations cibles en assurant une certaine représentativité qui nécessite une approche statistique. Néanmoins, cette méthode n'est pas suffisamment fine pour mettre en évidence les nuances qualitatives telles que les logiques, les normes, les valeurs des personnes interrogées, notamment s'il s'agit de questions fermées. Les réponses obtenues –suscitées, non spontanées- peuvent être interprétées subjectivement par l'enquêteur.

Dans un premier temps, nous souhaitons employer cette méthode quantitative chez les restaurateurs-hôteliers afin de pouvoir quantifier les faits sociaux suivant :

- Combien de restaurants/hôteliers utilisent des bouteilles en verre ? En plastique ?
- Quelle est la fourchette tarifaire des eaux proposées en menu ?

- Combien de restaurateurs-hôteliers choisissent de l'eau haut de gamme pour leur clientèle ? (Pourquoi ?)
- Parmi les bouteilles proposées, lesquelles sont les plus demandées par les clients ?

Cette méthode sera ensuite appliquée auprès des buveurs, afin de tester et approfondir les indicateurs obtenus par l'enquête qualitative. De là, nous pourrons observer si des corrélations existent entre les variables, les représentations et les pratiques des consommateurs. Cette approche viendra appuyer et seconder notre méthode qualitative.

1.3.Méthode qualitative

Notre problématique appelle à une approche méthodologique qualitative. En effet, nous ne pouvons aborder le sujet des représentations de l'eau minérale naturelle sans aborder l'expérience qu'en a la personne interviewée (ses valeurs, ses normes, ses pratiques et ses représentations). Les entretiens permettront de mettre en évidence le sens que les buveurs, puis les restaurateurs-hôteliers donnent à leurs actions. Ainsi, les récits de vie recueillis viendront illustrer nos hypothèses en les affirmant ou en les infirmant. Néanmoins, la méthode qualitative demande de garder une certaine distance avec le sujet : l'enquêteur doit pouvoir se dénuer de son *a priori* et de sa propre expérience vis-à-vis du sujet. Dans le cadre de notre approche terrain, nous envisageons de réaliser des entretiens individuels avec des experts et professionnels de la restauration, l'hôtellerie. Nous proposons aussi de réaliser des entretiens collectifs avec des buveurs d'eau. Enfin, nous projetons de mettre en place de l'observation.

2.Choix des outils utilisés

Une fois le cadre méthodologique défini, nous devons faire le choix parmi les différentes méthodes de collecte de données qu'offre une approche qualitative. Parmi les principales méthodes, nous retrouvons ainsi : l'entretien individuel, l'entretien collectif et l'observation.

2.1. Les entretiens

Nous envisageons de réaliser des entretiens individuels et collectifs (ou *focus group*) afin de pouvoir recueillir des données ouvertes et détaillées de la part des enquêtés. Ces deux techniques permettent d'analyser les discours des enquêtés et de saisir leurs représentations ainsi que des logiques de pratiques. Nous souhaiterions réaliser un traitement de ces représentations des risques dans un tableau de données¹⁰⁶.

2.1.1. Les entretiens individuels

L'entretien individuel consiste à s'entretenir en tête-à-tête avec l'enquêté. L'interview se fait généralement en face à face mais elle peut néanmoins se réaliser par téléphone ou par Skype. Il existe deux approches pour réaliser un entretien. La première est une approche impersonnelle : l'enquêteur n'a pas besoin de personnaliser ou d'adapter son interview à la personne. L'entretien ne s'inscrit pas sous le signe de l'empathie envers l'enquêté. La deuxième approche est l'approche compréhensive. Elle consiste à faire preuve d'empathie et contrairement à la première technique exposée, les questions peuvent s'affiner et s'adapter en fonction des réponses de l'enquêté. Dans le cadre de notre méthodologie probatoire et dans le but de répondre à nos hypothèses de recherche, nous avons choisi la méthode de l'entretien individuel, en statuant sur une posture compréhensive vis-à-vis de l'enquêté. Cette méthode nous semble la plus adaptée pour réaliser notre enquête terrain, auprès des consommateurs d'eau notamment. En parallèle à ces entretiens individuels, nous souhaitons mettre en œuvre des *focus group* qui pourront illustrer l'hétérogénéité des représentations de l'eau minérale en bouteille.

2.1.2. Les entretiens collectifs

Nous souhaitons consacrer une part de notre méthodologie probatoire aux entretiens collectifs. Cette technique se caractérise par le fait de rassembler plusieurs individus et les interroger sur un sujet donné, en l'occurrence l'eau minérale naturelle en bouteille. Le but principal de l'entretien collectif est de dénicher des consensus ou au contraire, les désaccords sur certains sujets. Nous envisageons d'utiliser cette technique dans un second temps de

¹⁰⁶ Tableau n°1, Traitement des représentations du risque de l'eau minérale naturelle, p.141.

l'enquête afin de pouvoir vérifier notre hypothèse sur la perception des risques générationnellement différenciée. Un premier groupe témoin sera composé de personnes dont la tranche d'âge se situe entre 18 et 30 ans. A travers cet entretien collectif, nous souhaitons observer si des transformations de représentation de l'eau minérale en bouteille s'opèrent. Nous voulons jouer sur la synergie de groupe autour des différents attributs liés aux marques d'eaux embouteillées. Cependant, pour le moment, nous souhaitons consacrer notre méthodologie probatoire en nous focalisant dans un premier temps sur les représentations et pratiques individuelles de consommation des mangeurs, mettant de côté (pour y revenir dans un second temps) les entretiens collectifs.

2.1.3. Les entretiens semi-directifs

Une fois l'entretien individuel déterminé comme étant le cœur de notre méthodologie pour l'enquête terrain, il convient de définir le choix de l'outil que nous utiliserons. Il existe trois principaux types d'entretien individuel, distingués par leur degré de directivité. Le degré de directivité va imposer un rythme et un cadre. Ils peuvent ainsi être directifs, non-directifs ou semi-directifs. L'entretien directif est le même pour toutes les personnes interrogées. Le guide d'entretien ne varie pas d'une personne à l'autre et les réponses obtenues sont relativement similaires à un questionnaire à questions ouvertes. L'entretien non-directif, quant à lui, s'oppose à l'entretien directif : on donne un sujet ou un thème donné puis on laisse l'enquêté s'exprimer à sa guise. Enfin, l'entretien semi-directif est à l'intersection des deux premiers outils exposés. Un guide d'entretien peut être le fil conducteur de l'interview mais peut être adapté en fonction des réponses obtenues. Par exemple, il est possible que l'enquêteur soit amené à poser des questions qui n'étaient initialement pas prévues. Les questions sont préparées en amont mais ne nécessitent pas forcément de suivre strictement un ordre. Ainsi, on laisse libre-court au développement de la réponse de l'enquêté tout en recadrant au besoin l'échange.

« Il existe un type d'entretien intermédiaire, dit semi-directif. Une grille de thème est prévue d'avance, dont le responsable de l'enquête souhaite qu'ils soient systématiquement abordés au cours de l'entretien. Après la consigne, le déroulement peut d'abord être conforme à la situation de non-directivité. Puis si certains thèmes n'ont pas été spontanément abordés par l'enquêté, l'enquêteur les impulse, dans l'ordre qu'il juge le plus opportun, en essayant si possible de rattacher les thèmes nouveaux à des éléments discutés antérieurement. » [BRECHON, 2015, p.25]

Il nous semble ainsi que l'entretien semi-directif soit l'outil le plus pertinent à utiliser dans le cadre de notre étude sur la perception des risques de l'eau minérale naturelle. Ainsi, nous avons construit notre guide d'entretien générale¹⁰⁷ portant adressé aux buveurs d'eau minérale naturelle que nous avons ensuite affiné au fur et à mesure de nos recherches. Il nous reste à créer celui adressé à la classe dominante. Le guide d'entretien n'a pas encore été esquissé dans la mesure où nous avons trouvé tardivement cette hypothèse. Les outils méthodologiques étant présentés, nous allons développer notre terrain et les échantillons choisis.

2.1.3.1. Retour réflexif sur les entretiens exploratoires

Nous avons eu l'occasion de réaliser 3 entretiens individuels en tout. Deux d'entre eux sont des entretiens d'experts, réalisés avec des sociologues (Olivier Lepiller, Tristan Fournier). Le troisième a été réalisé avec un étudiant (Monsieur G). L'entretien réalisé avec Olivier Lepiller¹⁰⁸ s'est basé sur son sujet de prédilection, le concept de naturalisation. C'est au cours d'un colloque à la Maison du Lait à Paris que nous avons pu nous entretenir avec Tristan Fournier¹⁰⁹. Contrairement à l'entretien avec son homologue, celui avec Tristan Fournier s'est improvisé. Nous souhaitons cependant porter une attention particulière sur l'entretien réalisé avec Monsieur G¹¹⁰.

Il a semblé difficile pour l'enquêté de poser des mots sur sa consommation d'eau ou sur ses goûts. De notre côté, il a été peu aisé d'en attraper les nuances, de faire parler sur ce produit alimentaire. Aussi, nous avons eu le sentiment que les questions posées ne faisaient pas tout le temps sens auprès de l'interviewé pour qui le produit était très banal. De plus, l'interviewé était dans la recherche du « bien répondre » malgré notre provenance que l'entretien serait anonyme et que nous n'attendions pas de « bonne » ou « mauvaise » réponse. En amont de l'entretien, nous avons essayé de le rassurer sur le fait que nous souhaitons collecter son témoignage afin de pouvoir comprendre ses propres représentations l'eau. Malgré tout, Monsieur G a eu peur de ne pas « répondre à nos attentes » alors qu'il est quelqu'un qui apprécie s'exprimer en temps normal. Les réponses étaient courtes et parfois le regard déviant.

¹⁰⁷ Annexe n°10, grille d'entretien du buveur français, p.101.

¹⁰⁸ Annexe n°13, Retranscription intégrale de l'entretien avec Olivier Lepiller du 13.02.2019, p.110.

¹⁰⁹ Annexe n°14, Retranscription intégrale de l'entretien avec Tristan Fournier du 05.02.2019, p. 136

¹¹⁰ Annexe n°12, Retranscription intégrale de l'entretien avec Monsieur G. réalisé le 24.02.2019 à Toulouse, p.103.

Pour ce premier entretien exploratoire, nous nous sommes rendu compte que les questions posées étaient régulièrement biaisées : nous avons induit certaines réponses dans les questions posées à l'interviewé. Nous en avons pris conscience lors de la retranscription. Pour les entretiens à venir, nous prévoyons de reformuler les questions de sorte à ne pas orienter la personne interrogée. De plus, nos questions manquent de clarté : il y a régulièrement plusieurs questions en une seule ou bien, elles ne sont pas formulées d'une traite. Il peut arriver que plusieurs questions soient posées en une question. De fait, les reformulations au milieu des questions peuvent perdre l'interviewé, ce qui peut expliquer les réponses courtes ou vagues. Toutefois, le retour de monsieur G a nourri l'hypothèse

2.2. L'observation

En parallèle de l'approfondissement théorique, nous avons choisi de faire de l'observation. Cet outil implique que l'enquêteur soit sur le terrain afin de collecter des informations sur les pratiques, les comportements et les attitudes des individus observés. L'enquêteur a alors le choix de se déclarer comme observateur ou bien d'intégrer une posture informelle où il n'éveille pas les raisons qui l'amènent sur leur terrain.

Dans la mesure où nous souhaitons connaître si les variables de l'âge et de la classe sociales peuvent être en corrélation avec la perception des risques de l'eau minérale naturelle, il nous semble intéressant de la prendre en compte en tant que démarche complémentaire sur des terrains spécifiques tels que les classes de cours ou terrasse de restaurants. Nous pensons faire de l'observation au bord des terrasses de restaurants et hôtels pour vérifier l'hypothèse n°2. Une première observation exploratoire informelle a été faite dans deux salles de cours universitaires différentes pour participer à la vérification de l'hypothèse n°3¹¹¹. Néanmoins ces observations ne sont pas suffisantes ni représentatives des jeunes. Il serait intéressant de faire de l'observation formelle dans un cadre hors-universitaire, sinon nous risquerions de manquer certaines données (par exemple, d'autres lieux scolaires et/ou les parcs publics lors de la pause déjeuner).

¹¹¹ Tableau n°5, Comparaison descriptive de situation avec des étudiants et leur contenant d'eau, p.147.

2.3. La sémiologie

Nous avons créé deux sortes de tableaux comparatifs afin de procéder à une comparaison des produits minéraliers. Le premier recense des bouteilles d'eaux minérales issues de la grande distribution¹¹² tandis que le second¹¹³ liste des eaux minérales vendues plus chères que la moyenne étudiées et qui ne figure pas physiquement sur les lieux de la grande distribution française. Elles se commandent en ligne.

Le choix des outils ayant été présenté (les entretiens, l'observation ainsi que la sémiologie) nous énonçons ci-après le choix de notre terrain et de notre échantillon

3. Choix du terrain et de l'échantillon

Le choix du terrain amène à se demander : qui allons-nous interroger ? Combien de personnes allons-nous interroger ? Ainsi, après avoir déterminé puis qualifié notre cible, il convient d'identifier le plus finement possible notre échantillon. Nous ne recherchons pas à représenter la population française à travers cette étude. Toutefois, étudier les buveurs d'eau nous incite à diversifier nos enquêtés. De par nos deux hypothèses, nous allons

3.1. Notre terrain d'enquête

Nous avons choisi d'étudier la perception des risques des buveurs d'eau minérale naturelle en bouteille en France. Nous allons par conséquent interroger une population française et vérifier si les déterminants sociaux ont une quelconque incidence sur la perception des risques. Nous aurons pour première variable la classe sociale dominante et la seconde variable les jeunes de 20-35 ans. Le qualitatif n'a pas pour but de représenter la réalité. Jean-Claude Kaufmann l'explique comme suit :

« L'erreur à éviter est la généralisation à partir d'un échantillon mal diversifié. Par exemple parler du comportement des Français alors que l'on a interrogé que des jeunes, voire uniquement des étudiants. L'idéal (quand ce n'est pas une catégorie précise qui est visée) est donc de pondérer les critères (âge, profession,

¹¹² Tableau n°2, Descriptif sémiologique des eaux minérales naturelles de la grande distribution, p. 141

¹¹³ Tableau n°3, Descriptif sémiologique des eaux minérales destinées à une population plus aisée, p.144

etc.) comme pour un échantillon représentatif, tout en sachant qu'un échantillon ne peut être considéré comme représentatif dans une démarche qualitative (Michelet 1975). Il n'est d'ailleurs pas justifié de pousser cette pondération à l'extrême, surtout pour les petits échantillons. » [KAUFMANN, 2016, p.41]

Etudier les buveurs français nous invite à diversifier la population au sein même des groupes sociaux définis. Aussi, nous prenons en compte le fait que le facteur géographique a une influence sur les pratiques d'eaux en bouteilles. Pour des questions d'opérationnalité et réalisabilité, notre terrain se fera sur la ville de Toulouse.

3.2. Le choix de l'échantillon

Nous devons nous demander combien de personnes nous allons interroger. C'est une question à laquelle nous n'avons pas encore trouvé de réponse fixe et qui sera à retravailler l'an prochain en Master 2.

« Combien d'entretiens ? En théorie, l'enquêteur doit continuer à réaliser des entretiens jusqu'à ce que l'information obtenue soit totalement redondante ; cela signifie qu'il peut s'arrêter lorsqu'il a le sentiment d'avoir épuisé les logiques d'action et de représentation déjà découvertes chez les enquêtés ; on dira alors qu'il y a saturation. En somme, cela renvoie à l'idée que les logiques d'actions et les contextes dans lesquels elles s'exercent ne sont pas indéfinis, qu'elles soient même assez limitées et que l'on peut les réduire à quelques modèles idéaux-typiques susceptibles de les résumer et de les comprendre mieux. » [LOUVEL, BOZONNET, 2015, p.31]

A ce jour nous pensons réaliser 5 à 7 entretiens avec des étudiants et 5 à 7 entretiens avec des personnes correspondant aux critères de la classe dominante. Enfin, nous pensons réaliser 3 à 4 entretiens avec des professionnels de la restauration ou de l'hôtellerie haut de gamme (par exemple, le restaurant Michel Sarran, Le Pois Gourmand et le Genty Magre). Nous souhaitons à la fois qu'ils nous renseignent sur les besoins de leur clientèle et sur le choix des marques d'eaux minérales proposées à la carte. Nous souhaitons interroger les directeurs d'hôtels car ce sont eux qui passent généralement commande (sinon donnent leur accord) auprès de leurs fournisseurs des biens mis à disposition de la clientèle. Nous avons

également pensé à contacter Laurent Delporte, expert du secteur de l'hôtellerie et qui s'est récemment préoccupé de la question du service en eau dans son hôtel¹¹⁴.

¹¹⁴ Delporte Laurent, 2017, « L'eau, un nouveau service en chambre », *Delporte Hospitality*, Tendances & Innovation, <https://www.laurentdelporte.com/eau-nouveau-service-chambre-restaurant/>, [consultée le 16.12.2018].

CONCLUSION GÉNÉRALE

En partant de notre question de départ autour de l'aspect de naturalité des contenants d'eau, il nous a semblé attrayant d'étudier une denrée considérée plus que banale pour certains. Nous avons pu explorer plusieurs facettes de ce produit : l'eau qui donne et maintient la vie, l'eau qui hydrate, l'eau divine, l'eau qui effraie, l'eau qui rassure, l'eau qui embellit les corps et l'eau comme écosystème.

La première partie nous a permis de comprendre le contexte d'industrialisation de la bouteille d'eau minérale. Si l'arrivée de la bouteille en PET est une réelle avancée dans le confort des espaces quotidiens (domicile, travail, etc.), elle suscite rapidement de sérieuses interrogations sanitaires chez le consommateur. La perception des risques de cette denrée s'articule autour de son impureté, son usure, et surtout, sa capacité toxique à nuire à l'homme s'il l'ingère. Afin de répondre à une qualité d'hygiène irréprochable, les entreprises minéralières développent des contrôles stricts et réguliers tout au long du processus de production. L'eau en bouteille a donc fortement besoin de la technicité humaine pour être sûre. L'activité humaine qui gravite autour de la production n'est pourtant pas mise en avant sur les bouteilles de grandes marques que l'on connaît. Au contraire, les arguments se multiplient autour de la naturalité comme si l'eau, ingénue par sa transparence, se mettait elle-même en scène dans sa bouteille. L'eau est un produit « naturel » voire un produit « santé ». Les nutriments qui sont naturellement présents sont mis en valeur et font régulièrement référence aux « bienfaits » qu'ils procurent en fonction des besoins de la personne. En parallèle, les sociétés d'embouteillages se mettent au vert : elles promeuvent des emballages respectueux de l'environnement. Chaque eau minérale présente des qualités nutritives dont la marque va se servir pour se positionner et exposer sa singularité sur leur contenant. Nous avons dès lors exposé la problématique suivante : en quoi le poids des déterminants sociaux différencient-ils la perception des risques de l'eau minérale en bouteille en France ? Notre problématique nous aide à comprendre les différentes consommations de l'eau minérale en bouteille : quels sont les écarts entre l'imaginaire lié à l'eau et les pratiques ? Est-ce que les perceptions des risques ont le même degré d'importance chez les français ? Varient-elles en fonction de certains déterminants sociaux et si oui, lesquels ?

Ensuite, à partir d'une analyse sémiotique, de l'observation et des entretiens d'experts, nous avons formulés nos hypothèses. Le premier constat que nous pouvons apporter à notre approche hypothético-déductive est qu'il existe bien une différenciation de perceptions des risques mais qu'ils sont hiérarchisés. Cette hiérarchisation se manifeste par ordre d'intérêts individuels ou communs du groupe d'individus. En effet, le souci de soi (très présent chez la classe dominante par exemple) peut faire fortement varier le choix de la consommation d'eau minérale en bouteille. Si les connaissances en santé et en développement durable sont ambiantes, la mise en pratique de ces connaissances est variable chez les groupes sociaux étudiés. La première hypothèse tend à montrer que l'ensemble des français est sensible aux risques de l'eau sur la santé. La seconde hypothèse induit que la classe sociale dominante témoigne d'un faible écart entre la perception des risques liés à la santé et la pratique pour les contrer. Enfin, notre dernière hypothèse portait sur les jeunes et leur perception des risques écologiques. Bien qu'un écart se fait entre les discours et les pratiques, on remarque une volonté de partager la « bonne pratique » aux autres et, notamment, sur les réseaux sociaux. Dans l'ensemble, des déterminants sociaux attestent des particularismes propres à l'eau et cela nous aide à comprendre les dissociations existantes autour d'elle.

Notre travail repose sur une base essentiellement théorique dont les entretiens, l'observation et la sémiotique nous ont permis de capter une première approche du contexte de l'eau minérale naturelle. Néanmoins, le travail réalisé demeure pour l'heure très hypothétique. Nous avons de ce fait proposé une méthodologie dans le but de valider ou d'infirmer nos hypothèses de recherche. Nous nous sommes focalisé sur une méthodologie de type qualitative, cherchant avant tout la compréhension des perceptions des risques liés à la pratique de la bouteille d'eau minérale.

Pour conclure, nous pensons que ce début d'étude constitue un socle de travail satisfaisant sinon acceptable pour l'approfondir l'an prochain en Master 2. Nous envisageons de répondre à nos hypothèses en nous rendant sur le terrain. En parallèle, nous souhaitons renouveler nos candidatures de stage auprès d'un acteur du secteur minéralier qui pourrait être intéressé par notre recherche tel que la Maison des Eaux Minérales, Evian, Danone ou Watershop. Nous pourrions collecter les données et les mettre au profit de notre méthode probatoire.

BIBLIOGRAPHIE

- AYMARD Maurice, GRIGNON Claude, SABBAN Françoise, 1993. *Le temps de manger, Alimentation, emploi du temps et rythmes sociaux*, Paris, Tables ronde.
- BARREY, Sandrine, VALCESCHINI Egizio, 2006. “Les problématiques de la qualité dans l’agroalimentaire : bilan et perspectives », *GDR Economie & Sociologie*, « Les marchés agroalimentaires », Montpellier, pp.23-40.
- BARTHES Rolland, 1961. “ Pour une psycho-sociologie de l’alimentation contemporaine”, *Sciences Sociales*, n°5, p. 977-986.
- BAZZA MOHAMED, 2006. *Overview of the hystory of water resources and irrigation management in the near east region*, Food and Agriculture Organization of the United Nations, Regional Office for the Near East, under the Aegis of EU, EUREAU, FAO, UNESCO and Assoc. Of Greek Municipalities Iraklio, Greece, pp.1-10,
http://www.fao.org/tempref/GI/Reserved/FTP_FaoRne/morelinks/Publications/English/HYSTORY-OF-WATER-RESOURCES.pdf, consultee le 09/12/2018.
- BEAUCHEMIN Jacques, 2004. « Le bien commun : une intention éthique entre la loi du marché et l’individualisme », *Ethique publique* « Que reste-il du bien commun », Vol.6, n°1, pp.1-11.
- BEAUDEAU Pascal, ZEGHNOUN Abdelkrim, VOLATIER Jean-Luc, LEDRANS Martine, 2003. Consommation d’eau du robinet pour la boisson en France métropolitaine: résultats tirés de l’enquête alimentaire INCA1, *Environnement, risques & santé*, 2(3), pp.147-158.
- BERGER Geneviève, « Découvrir l’eau : Présentation », « Dossier scientifique : l’eau », *Sagascience*, CNSRS, <https://www.cnrs.fr/cw/dossiers/doseau/decouv/rubrique.html>, [consulté le 11/12/2018].
- BERLIVET Luc, 2011. *Médicalisation dans Genèses*, Vol.1, n°82, p.2.
- BETTESTI-PELEGRIN Jeanne, 1985. *Eaux douces, eaux amères dans la lyrique hispanique médiévale traditionnelle*. Presse universitaire de Provence, pp43-60.

- BINET Marie-Estelle, 2003. « Une estimation de la consommation d'eau à usage domestique avec dégradation de la qualité », *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, pp.103-120.
- BOURDIEU Pierre, 1979. *La Distinction, critique sociale du jugement*, Paris, Les Editions de Minuit.
- BRECHON Pierre, 2015. *Enquêtes qualitatives, enquêtes quantitatives*, Collection Politique en plus, PUG, p.17, p.25
- BRILLAT-SAVARIN Jean-Anthelmes, 1862. *Physiologie du goût et méditations de gastronomie transcendante*, Paris.
- BROULAND Pierre, 2006. "Rhétorique de la publicité dans le français contemporain», *Acta Oeconomica Pragensia* Vol.14., n°4, pp.82-87.
- CNRS, « L'eau potable, les normes », *Dossier scientifique : l'eau*, [consulté le 12.12.2018].
- COCHOY Franck, 2004. « L'emballage ou comment capter en chaque homme le baudet qui sommeille », *La captation des publics*, pp.70-99.
- CONSTANTOPOULOS, Michel, 2003. « Le souci de soi de Michel Foucault ou comment faire de sa vie une œuvre », *Che vuoi*, Vol. 19, N°1, pp. 203-217.
- CORBEAU Jean-Pierre., 1991. *Essai de reconstruction utopique des formes et des jeux du manger*, Doctorat de Lettres et Sciences humaines, Université de Paris VII.
- CHIVA Matty, (sous la direction de Danziger, Claudie), 1992. « Le goût : un apprentissage », *Nourritures d'enfance. Souvenirs aigres-doux.*, *Nourritures d'enfance* Collection Autrement. Mutations/Mangeurs, Paris, n°129, 1992, pp. 159-167.
- Delorme Marie-Noëlle, (dir. PASSERON René), 1985. « La parure des objets », *Recherches poétiques, la présentation*, Paris, éd. du CNRS.
- DE VANSSAY Bernadette, 2003. « Les représentations de l'eau », *Vertig O*, Vol. 4, n°3, pp.1-6.
- DOUGLAS Mary, 1979. « Les structures alimentaires », *Communications*, Vol.31., pp.145-170.
- DUBUISSON-QUELLIER Sophie, 2003. « Confiance et qualité des produits alimentaires : une approche par la sociologie des relations marchandes », *Sociologie du travail*, Elsevier, N°45, pp.95-111.

- DUC Marine, 2017. « L'extractivisme sans extraction ? Au Groenland, des politiques de développement territorial entre volontarisme minier et dépossession », *Géoconfluences*.
- DUPRE Mickaël, 2013. « Représentations sociales du tri sélectif et des déchets en fonction des pratiques de tri », *Les cahiers internationaux de psychologie sociale*, Presse universitaire de Liège, Vol. 2, n°98, p.173-209.
- DUPUY Anne, 2014. « Thématization du plaisir alimentaire et visées utilitaristes », *Sociologie et sociétés*, 46(2), pp.253-275.
- EUZEN Agathe, 2006. « La vogue des eaux en bouteille », *European journal of water quality*, Vol 37.2, pp.143-155.
- FAO, 2006. *Livestock's long shadow, Environmental issues and options*, Italie, Rome.
- FERRIERES Madelaine, (dir. ESNOUX Catherine, FIORAMONTI Jean, LAURIOUX Bruno), 2015. La perception du risque alimentaire : une Histoire de longue durée. *L'alimentation à découvert*, CNRS Editions, Collection A Découvert, pp. 210-211.
- FOULON Virginie, 2015. « Eaux minérales naturelles: quelles spécificités? », *Cahiers de nutrition et de diététique*, N°50, pp30-S37.
- HAWKINS Gay, POTTER Emily, RACE Kane, 2018. "De l'eau mise en bouteille", *Revue d'anthropologie et des connaissances*, Chapitre 1. Vol. .12, N°4, pp. 699-725.
- HERVE-BAZIN Céline, 2014. Boire en eaux troubles. La construction de la défiance et des risques de boire de l'eau. *Communication et organisation*, (45), pp.127-138.
- HERVE-BAZIN Céline, (dir. D'ALMEIDA Nicole, ALLARD-HUVER François), 2014. « Des controverses au consensus, construction de l'eau comme boisson à risques », Rapport de la journée d'études du projet Food Risk, « Déboires de boire. L'eau, une boisson à risque ? », ISCC, Paris, pp.2-5. http://www.gripic.fr/system/files/file_fields/2015/03/02/141026-rapport-food-risk-deboires-de-boire.pdf, consulté le 09.02.19.
- HERVE-BAZIN Céline, (dir. FUMEY Gilles), 2016. « Le buveur, miroir des pratiques alimentaires du mangeur », *L'alimentation de demain*, CNRS Editions, Paris.

-
- HENNION Antoine, 2009. « Réflexivité : l'activité de l'amateur », *Réseaux*, Vol.1, n°153, pp. 55- 78.
- JAMES-RAOUL Danièle, (dir. THOMASSET Claude-Alexandre), 2002. *Dans l'eau, sous l'eau. Le monde aquatique au Moyen Âge*, Paris, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne (« Cultures et civilisations médiévales » XXV), 2002, 432 p., 16x24cm, index nominum et index rerum
- JOSEPH Amy, 1752. *Nouvelles Fontaines Domestiques*, Préface, Bibliothèque de l'Etat de Bavière.
- JOUZEL Jean, 2012. « Évolution du climat sous l'effet de l'activité humaine », Organisation Météorologique Mondiale, Vol 61, n°1, <https://public.wmo.int/fr/bulletin/%C3%A9volution-du-climat-sous-l%E2%80%99effet-de-l%E2%80%99activit%C3%A9-humaine>, consulté le 01.12.2018.
- KAUFMANN Jean-Claude. L'entretien compréhensif, Armand Colin, Collection 128, 4e édition, 2016, p.41.
- LEPILLER Olivier, 2010. Chasser le naturel: l'évolution de la notion de naturalité dans l'alimentation à travers les livres français de diététique "naturelle" depuis 1945. *Le choix des aliments: informations et pratiques alimentaires de la fin du Moyen Âge à nos jours*, Rennes, Tours, Presses Universitaires de Rennes, Presses Universitaires François Rabelais de Tours, pp.97-119.
- LEPILLER Olivier, 2012. *Critiques de l'alimentation industrielle et valorisations du naturel : sociologie historique d'une "digestion" difficile (1968-2010)*. Toulouse : Université de Toulouse-Le Mirail, Thèse de doctorat : Sociologie : Université de Toulouse-Le Mirail, pp.713.
- LEPILLER Olivier, 2014. « « Naturalité » et naturalisation des aliments. Perspectives sociohistoriques », texte d'une communication aux Séances de l'Académie d'Agriculture France, Vol.100, N°1, pp.57-64, https://www.academie-agriculture.fr/system/files_force/publications/comptes-rendus/cr1_pour_le_site.pdf?download=1, consulté le 08.02.2019.
- LEPILLER Olivier, (2012) 2018, (dir. POULAIN Jean-Pierre), « Naturalité », *Dictionnaire des Cultures Alimentaires*, Quadrige, Presse Universitaire de France, Paris, pp. 965- 971.

- LEVI-STRAUSS Claude, (1947) 1967. *Les Structures élémentaires de la parenté*, Éd. Mouton, La Haye, pp. 68-70.
- LOUVEL Séverine et BOZONNET Jean-Paul, (dir. BRECHON P.) 2015. *Préparer un plan d'enquête, dans Enquêtes qualitatives, enquêtes quantitatives*, Collection Politique en plus, PUG, p.31, p.40
- LORTIE-FOURNIER Eve (dir. SEGUIN Michel), 2015. *Ecocitoyenneté des jeunes et l'enjeu des déchets*, Université de Sherbrooke, Maîtrise en Environnement, Ventre universitaire en formation en l'environnement et développement durable, p.4
- MARTIN Sarah. (dir. ESNOUX Catherine, FIORAMONTI Jean, LAURIOUX Bruno), 2015. L'impact environnemental de l'alimentation. *L'alimentation à découvert*, CNRS Editions, Collection A Découvert, pp260-261.
- MARTY Nicolas, 2006. « La consommation des eaux embouteillées. Entre alimentation, distinction et hygiène », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, Vol.3, N° 91, p. 25-41.
- MARTY Nicolas, 2008. « L'eau embouteillée: histoire de la construction d'un marché », *Entreprises et Histoire*, (1), pp.86-99.
- MARTY Nicolas, 2014, « Déboire de boire. L'eau, boisson à risque ? », *Foodrisk Rapport*, Comment s'est construite la confiance des eaux embouteillées (19^{ème}-20^{ème} siècle), Gripic Paris-Sorbonne, Institut des Sciences de la Communication, p.5-7.
- NOU Cécile, PIERRON Jean-Pierre, HARPET Claire, DICKS Henry, (éds), 2015. *Usée, sale, impure. Rationalités, usages et imaginaires de l'eau*. Editions EME, Louvain-la-Nouve, Collection Transversales Philosophiques.
- PICHON Paul-Emmanuel, (2012) 2018, (dir. POULAIN J.-P.), « Réducteurs de risque », *Dictionnaire des Cultures Alimentaires*, Quadrige, Presse Universitaire de France, Paris, pp.1187-1193.
- PINTO Marie-Pierre, MOUTAT Audrey, TSALA-EFFA Didier, 2010. « Le vin en bouteille : de l'emballage au packaging. Lecture sémiotique et marketing ». Journées d'études figures et images dans le discours sur le vin en Europe, Dijon, France, p.12.
- POQUET Guy, MARESQUA Bruno, 2006. « La consommation d'eau baisse dans les grandes villes européennes », *Consommation et Modes de Vie*, CREDOC, n°192.
- POULAIN Jean-Pierre, 2002. *Sociologies de l'alimentation*, Paris, Puf.

- POULAIN Jean-Pierre, (dir. FISCHLER Claude), 2013. *Affirmation des particularismes individuels et évolution des modèles alimentaires dans Les alimentations particulières*, Editions Odile Jacob, Paris, p.255.
- PROUST Isabelle (dir.), 2006. *Désirs et peurs au XXIe siècle, évolutions sociales et comportements alimentaires, problématiques économiques et responsabilités collectives.*, Chapitre II : Emergences et paradoxes alimentaires. Presaje, Paris, pp45-55.
- RAPOPORT Danielle, 1993 "Les plaisirs de l'ascèse." *F. Piault, Le mangeur. Menus, mots et maux, Paris, Autrement* 138 (1993): 96-103.
- RASTOIN Jean-Louis. (dir. ESNOUX Catherine, FIORAMONTI Jean, LAURIOUX Bruno) 2015. Prospectives des systèmes alimentaires. *L'alimentation à découvert*, CNRS Editions, Collection A Découvert, pp281-282.
- RAUDE Jocelyn. (dir. ESNOUX Catherine, FIORAMONTI Jean, LAURIOUX Bruno), 2015. La perception des risques alimentaires : un paradoxe contemporain. *L'alimentation à découvert*. CNRS Editions, Collection A Découvert, pp208-209.
- REGNIER Faustine, LHUISSIER Anne, GOJARD Séverine, 2009. *Sociologie de l'alimentation*, Paris, La découverte.
- ROCHEFORT Robert, 2007. *Le bon consommateur et le mauvais citoyen*. Editions Odile Jacob, Paris.
- ROZIN Paul, HAIDT Jonathan, MC CAULER C.Richard, 2009. *Disgust*, Entry in Oxford Companion to Affective Sciences. D.Sander and K.Scherer Editions, pp.121-122.
- RUFFIEUX Bernard, SOLER Louis-Georges. (dir. ESNOUX Catherine, FIORAMONTI Jean, LAURIOUX Bruno), 2015. Information du consommateur et étiquetage. *L'alimentation à découvert*. CNRS Editions, Collection A Découvert, pp. 227-228.
- RUFFIEUX Bernard, VALCESCHINI Egizio, 1996. « Biens d'origine et compétence des consommateurs : les enjeux de la normalisation dans l'agro-alimentaire », *Revue d'Economie Industrielle*, Normalisation et organisation de l'industrie, Vol.75, p.134, p.138.
- SARTHOU J.-P., 2018. « Quels sont les principaux enjeux concernant les pratiques de production agricole ? », *Ensemble nourrissons l'avenir*, Colloque du 16 Novembre 2018 AREA Occitanie à l'ENSAT, Auzeville-Tolosane.

- SIMONNET-TOUSSAINT Céline, LECIGNE André, KELLER Pascal-Henry, 2005. « Les représentations sociales du vin chez les jeunes adultes : du consensus au spécificités de groupes », *Bulletin de psychologie*, N°479, pp.535-547.
- SHELTON Herbert McGolfin, 1994 (1970). *Le jeûne*, Editions de la Nouvelle Hygiène.
- VALCESCHINI Egizio, BERDAGUE Jean-Louis (dir. ESNOUX Catherine, FIORAMONTI Jean, LAURIOUX Bruno). La traçabilité des aliments : enjeux, définition, rôle. *L'alimentation à découvert*, 2015. CNRS Editions, Collection A Découvert, pp224-226.
- VERGNET Claude, MERCIER Thierry (dir. ESNOUX Catherine, FIORAMONTI Jean, LAURIOUX Bruno), 2015. Les résidus de pesticides. *L'alimentation à découvert..* CNRS Editions, Collection A Découvert, pp.204-205.
- VIGARELLO G., 2012. « Le défi actuel de l'apparence. Une tragédie ? », *Communications*, Vol.91, n°1, p.191.
- WATEAU Fabienne, 2015. "L'eau des riches. Perrier, le cosmopolitanisme et les buveurs en bouteille". *Atelier d'anthropologie. Revue éditée par le Laboratoire d'ethnologie et de sociologie comparative*, n°41, pp1-24.
- WUTICH Amber, BREWIS Alexandra, 2014. "Food, Water, and Scarcity: Toward a Broader Anthropology of Resource Insecurity", *Current Anthropology*, Vol. 55, No. 4, pp. 444-468

LEXIQUE

Selon la section « définition complémentaire » de l'**arrêté du 22 octobre 2013** relatif aux analyses de contrôle sanitaire et de surveillance des eaux conditionnées¹¹⁵ :

- « **Eau minérale naturelle naturellement gazeuse** : Une eau minérale naturelle naturellement gazeuse est une eau minérale naturelle dont la teneur en gaz carbonique est, après traitement éventuel conforme. Réincorporation éventuelle du gaz et conditionnement, compte tenu des tolérances techniques usuelles, la même qu'à l'émergence. Il s'agit du gaz carbonique spontanément et visiblement dégagé dans des conditions normales de température et de pression.
- **Eau minérale naturelle non gazeuse** : une eau minérale naturelle non gazeuse est une eau minérale naturelle qui, à l'état naturel et après traitement éventuel conformément à la section 3.1.1 et conditionnement, compte tenu des tolérances techniques usuelles, ne contient pas de gaz carbonique libre en proportion supérieure à la quantité nécessaire pour maintenir dissous les sels hydrogéo-carbonatés présents dans l'eau.
- **Eau minérale naturelle dégazéifiée** : une eau minérale naturelle dégazéifiée est une eau minérale naturelle dont la teneur en gaz carbonique, après traitement éventuel conformément à la section 3.1.1 et conditionnement, n'est pas la même qu'à l'émergence et qui ne dégage pas visiblement et spontanément de gaz carbonique dans des conditions normales de température et de pression.
- **Eau minérale naturelle renforcée au gaz carbonique de la source** : ne eau minérale naturelle renforcée au gaz carbonique de la source est une eau minérale naturelle dont la teneur en gaz carbonique, après traitement éventuel conformément à la section 3.1.1 et conditionnement, est supérieure à sa teneur en gaz carbonique à l'émergence. »

¹¹⁵ Norme codex pour les eaux minérales naturelles 108-1981 : https://eaumineralnaturelle.fr/wp-content/uploads/2014/12/Norme_Codex.pdf

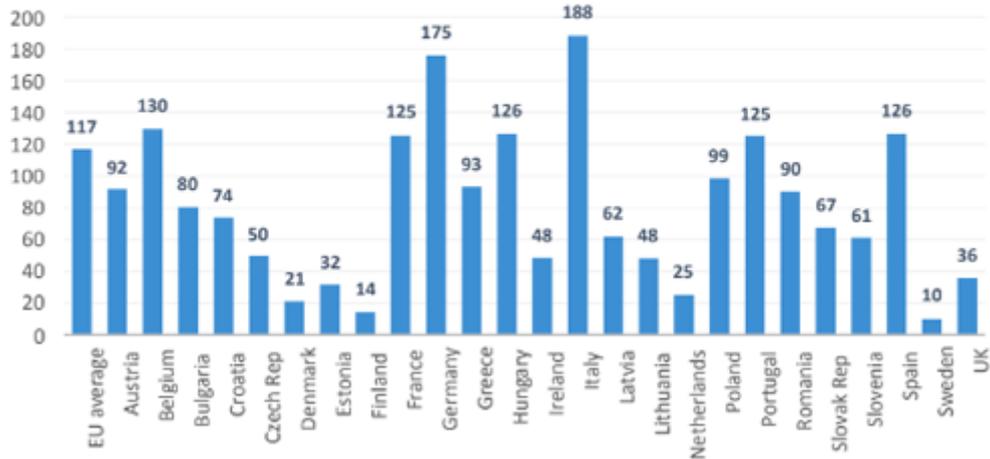
- **Eau minérale naturelle gazéifiée** : Une eau minérale naturelle gazéifiée est une eau minérale naturelle rendue gazeuse, après traitement éventuel conformément à la section 3.1.1 et conditionnement, par addition de gaz carbonique d'autre provenance.

TABLE DES ANNEXES

Annexe 1- Consommation d'eau minérale en Europe - UE Bottled water Statistics_EFBW	97
Annexe 2- Critères de qualité à visée sanitaire applicables à certaines substances - Les normes codex des eaux minérales naturelles	97
Annexe 3 - Examen microbiologique - Source : les normes codex des eaux miénrales naturelles	98
Annexe 4 – Forme des critères psychologiques des croyances - Source : Mercator	98
Annexe 5 - Formes de la répartition mondiale de l'eau douce et salée	99
Annexe 6 - Les étapes de l'embouteillage - Source Nestlé Waters	99
Annexe 7 - Histoire de la bouteille d'eau « Oui, mais laquelle ? »- Source : site internet Vittel	100
Annexe 8 - Extrait du fascicule "Une eau pour chaque besoin" - Source : site internet Maison des Eaux Naturelles	101
Annexe 9 - Photo d'archive d'une publicité de l'après-guerre pour l'eau minérale La Française - Source : site internet La Française	102
Annexe 10 - Grille d'entretien sur les perceptions et pratiques du buveur français	102
Annexe 12 - Retranscription intégrale de l'entretien avec Monsieur G. réalisé le 24.02.2019 à Toulouse	104
Annexe 13- Retranscription intégrale de l'entretien avec Olivier lepiller réalisé le 13.02.2019 à Montpellier	113
Annexe 14 - Retranscription intégrale de l'entretien réalisé avec Tristan Fournier le 05.02.2019 à La Maison du Lait, Paris	138

Consumption of Water in the EU

Litres per Capita, 2017



Annexe 1- Consommation d'eau minérale en Europe - UE Bottled water Statistics_EFBW

3.2.1	Antimoine	0,005 mg/l
3.2.2	Arsenic	0,01 mg/l, exprimé en As total
3.2.3	Barium	0,7 mg/l ¹
3.2.4	Borate	5 mg/l, exprimé en B
3.2.5	Cadmium	0,003 mg/l
3.2.6	Chrome	0,05 mg/l, exprimé en Cr total
3.2.7	Cuivre	1 mg/l
3.2.8	Cyanure	0,07 mg/l
3.2.9	Fluore	Voir section 6.3.2
3.2.10	Plomb	0,01 mg/l
3.2.11	Manganèse	0,4 mg/l
3.2.12	Mercure	0,001 mg/l
3.2.13	Nickel	0,02 mg/l
3.2.14	Nitrate	50 mg/l, exprimé en nitrates
3.2.15	Nitrite	0,1 mg/l en tant que nitrites
3.2.16	Sélénium	0,01 mg/l

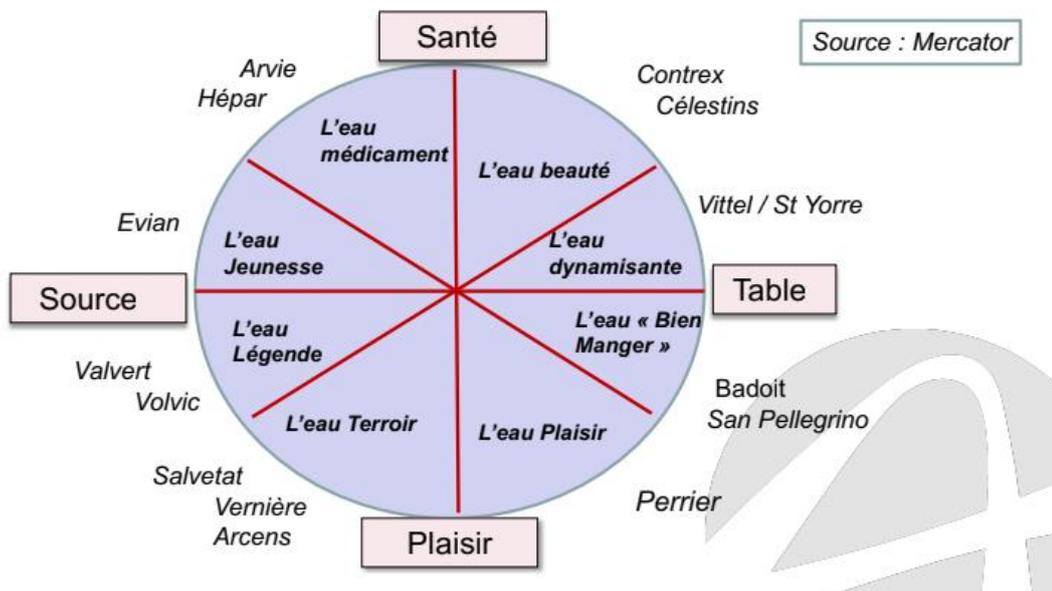
Annexe 2- Critères de qualité à visée sanitaire applicables à certaines substances - Les normes codex des eaux minérales naturelles

Premier examen		Décision	
<i>E. coli</i> or coliformes thermotolérantes	1 x 250 ml	ne doit pas être détectable dans aucun échantillon	
Bactéries coliformes totales	1 x 250 ml	si ≥ 1 ou $\leq 2 \Rightarrow$ un second examen est effectué	
Streptococci fécaux	1 x 250 ml		
<i>Pseudomonas aeruginosa</i>	1 x 250 ml	si $> 2 \Rightarrow$ rejet	
Bactéries anaérobies sulfito-réductrices	1 x 50 ml		

Second examen	n	c'	m	M
Bactéries coliformes totales	4	1	0	2
Streptococci fécaux	4	1	0	2
Anaérobies réductrices de sulfite	4	1	0	2
<i>Pseudomonas aeruginosa</i>	4	1	0	2

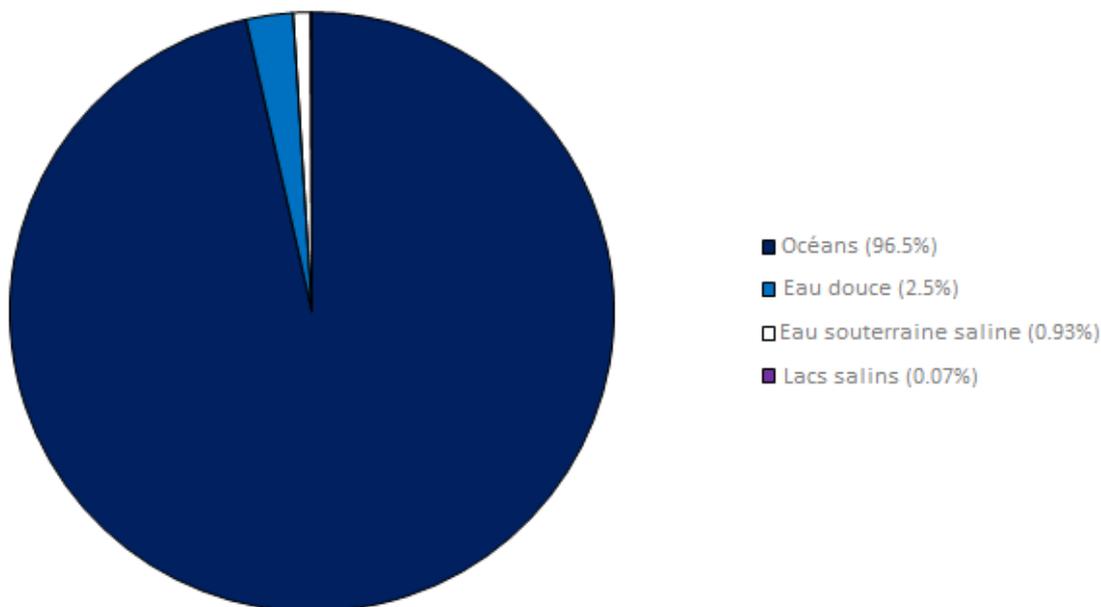
Annexe 3 - Examen microbiologique - Source : les normes codex des eaux miénrales naturelles

Critères psychologiques (croyances)

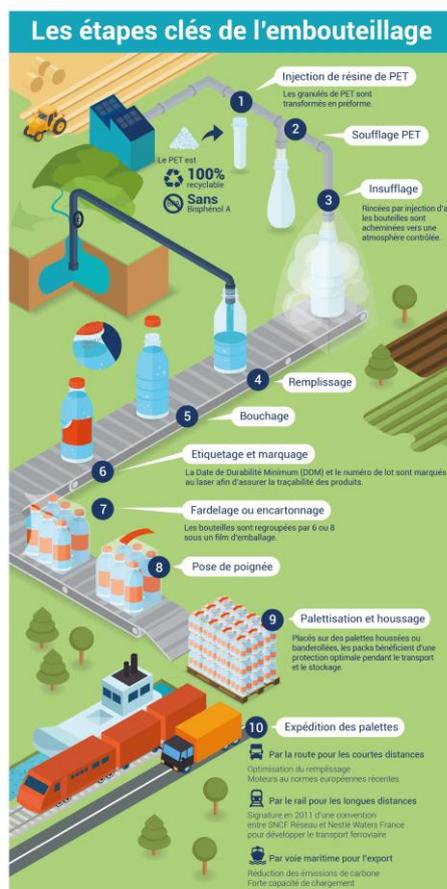


Annexe 4 – Forme des critères psychologiques des croyances - Source : Mercator

Répartition mondiale de l'eau douce et salée



Annexe 5 - Formes de la répartition mondiale de l'eau douce et salée



Annexe 6 - Les étapes de l'embouteillage - Source Nestlé Waters

Une bouteille d'eau minérale naturelle, oui, mais laquelle ?



1857

Bouteille en grès Vitte®

C'est en 1857 que débute la construction de station thermale de Vitte®. Les premières bouteilles, commercialisées à partir de cette année-là, sont en grès.

1870

Bouteille en verre Vitte®

Pour faciliter la commercialisation, dès 1870, la bouteille en verre commence, peu à peu, à remplacer les bouteilles en grès.

1968

Bouteille en PVC Vitte®

Sur une demande de la compagnie aérienne Air France en 1968, Vitte® a conçu une bouteille en plastique pour les plateaux repas des passagers. Ce nouveau matériel, léger et résistant, était plus adapté aux voyages que ses prédécesseurs.

1992

Bouteille en PET Vitte®

La marque Valvite® du groupe Nestlé Waters est la première à proposer des bouteilles en PET (Polyéthylène Téréphtalate). Historiquement, depuis 1992, ce plastique révolutionnaire est 100 % recyclable et il impose en une décennie dans la composition des bouteilles d'eau.

1998

Bouteille 50cl Vitte®

Vers la fin des années 1990, le format des bouteilles se renforce. Des modèles de 75cl, puis de 50cl font leur apparition, permettent à l'eau d'être transportée partout et facilement. Une réponse adaptée à l'évolution des modes de vie, plus nomades.

1857

1870

1968

1992

1998

1857

1870

1968

1992

1998

Annexe 7 - Histoire de la bouteille d'eau « Oui, mais laquelle ? » - Source : site internet Vitte®

Une eau pour chaque besoin

La grossesse et l'allaitement

Les besoins en eau augmentent lors de la grossesse (augmentation du volume sanguin) et l'allaitement. Les femmes doivent s'hydrater pour répondre à ces besoins avec une Eau Minérale Naturelle.

> **Evian, Thonon, Volvic...**

Par ailleurs, des eaux riches en calcium (>150mg/L) et en magnésium (>50mg/L) peuvent être recommandées, afin de contribuer à la couverture des besoins quotidiens qui sont accrus à cette période de la vie.

> **Eaux plates : Contrex, Courmayeur, St Amand, Hépar...**

> **Eaux gazeuses : Badoit, La Salvetat, Quézac, Rozana, San Pellegrino, Vernière...**

Hydratation du sportif

Un sportif, même dans le cadre d'un effort modéré (1 heure), doit s'assurer de boire avant de démarrer son activité physique pour s'hydrater. Mais également pendant l'effort pour maintenir sa performance et après, afin de récupérer.

> **Evian, Vittel, Volvic...**

Si l'exercice sportif est intense et prolongé, il peut être associé à une sudation importante qui entraîne avec elle une perte notamment en sodium et consommation de l'énergie (glucides). Dans ce cas, pour une réhydratation adaptée et la compensation des pertes, il convient de préférer une Eau Minérale Naturelle riche en minéraux et sodique (les bicarbonates contribuent à réguler l'acidose de l'organisme pendant l'effort).

> **Eaux gazeuses : Badoit, Quézac, Saint Yorre, Vichy Célestins**

Recherche de perte de poids

Chez les personnes souhaitant maintenir leur poids ou perdre du poids, une hydratation sans aucun apport calorique est essentielle. Toutefois, les personnes suivant un régime amaigrissant peuvent s'exposer parfois à des déficits en certains nutriments comme le magnésium et le calcium. Il peut être dans ce cas recommandé de consommer des Eaux Minérales Naturelles magnésiennes (>50mg/L) et/ou calciques (>150 mg/l) pour contribuer à la bonne couverture de leurs besoins quotidiens.

> **Eaux plates : Contrex, Courmayeur, Hépar, Vittel, Wattwiller...**

> **Eaux gazeuses : Badoit, La Salvetat, Quézac, Rozana...**

Régime hyposodé

Certaines pathologies entraînant des œdèmes des membres inférieurs demandent de surveiller ses apports en sodium au quotidien. Pour ces personnes en particulier, notamment sous régime hyposodé, il est recommandé de surveiller son alimentation et de choisir une Eau Minérale Naturelle dont la teneur en sodium est inférieure à 20mg/L.

> **Eaux plates : Contrex, Courmayeur, Evian, Hépar, Thonon, Valvert, Vittel, Volvic, Wattwiller...**

> **Eaux gazeuses : La Salvetat, Perrier...**

Lourdeurs digestives

Les brûlures d'estomac, qui rendent la digestion difficile chez certains patients, sont liées à l'acidité excessive des sucs sécrétés. Un apport de bicarbonates par une Eau Minérale Naturelle qui en est riche (>600mg/L), peut tamponner l'acidité et ainsi contribuer au confort digestif.

> **Eaux gazeuses : Badoit, Quézac, Rozana, Saint Yorre, Vernière, Vichy Célestins...**

Déficits en minéraux (Mg, Ca, F)

Des déficits en minéraux (calcium, magnésium...) voire en oligo-éléments (fluor...), existent parfois dans nos pays développés chez certaines catégories de personnes. Dans ce cas les Eaux Minérales Naturelles riches en ces éléments peuvent constituer un bon complément à une alimentation variée. D'autant plus que ces minéraux sont bien absorbés¹.

> **Eaux plates : Contrex, Courmayeur, Hépar...**

> **Eaux gazeuses : Badoit, La Salvetat, Quézac, Rozana...**

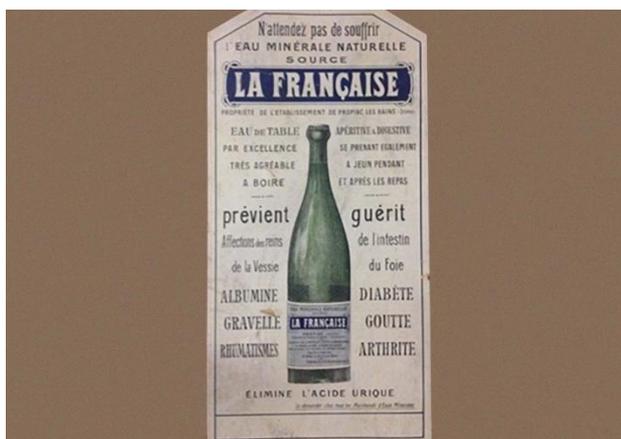
Fatigue

Certains états de fatigues peuvent être révélateurs d'un léger déficit en magnésium. Dans ce cas, boire une Eau Minérale Naturelle riche en magnésium peut contribuer à satisfaire les besoins quotidiens journaliers en magnésium. La biodisponibilité du magnésium de l'eau est supérieure à celle du magnésium apporté par les aliments².

> **Eaux plates : Contrex, Hépar...**

> **Eaux gazeuses : Badoit, Quézac, Rozana...**

¹ Coary et al 1995 - Berthelin et al 1996



Annexe 9 - Photo d'archive d'une publicité de l'après-guerre pour l'eau minérale La Française - Source : site internet La Française

Annexe 10 - Grille d'entretien sur les perceptions et pratiques du buveur français

<p>Pratique du buveur</p>	<p>Quelles boissons bois-tu au cours d'une journée ? Peux-tu me donner un exemple pour hier et aujourd'hui ?</p> <p>Consommes-tu de l'eau dans une journée ? Sous quelle forme ? En robinet ? En bouteille ?</p> <p>Quelle(s) marque(s) choisis-tu ? Pourquoi cette marque-ci ? (En aurais-tu une actuellement en stock chez toi que tu pourrais me montrer ? (placard, frigo, garde-manger, cave, voiture ou sac)</p> <p>Dans quel magasin achètes-tu ton eau ?</p> <p>Quelle eau buvais-tu lorsque tu étais chez tes parents ? Eau du robinet ? Eau en bouteille ? (relance : sais-tu pourquoi ils pouvaient consommer ou l'une ou l'autre ? Ce qu'ils aimaient bien dans cette eau ?)</p> <p>Lorsque tu pars de chez toi as-tu pour habitude d'emporter avec toi une boisson ? Laquelle ? Sous quelle forme (contenant) ?</p>
----------------------------------	--

	<p>Si tu es invité(e) chez quelqu'un et que la personne a ou de l'eau en bouteille ou de l'eau du robinet à te proposer, laquelle choisis-tu ? Pourquoi ? Aurais-tu un exemple à me donner d'une fois où c'est arrivé ?</p>
<p>Représentation</p>	<p>Selon toi, qu'est-ce qu'une eau potable ?</p> <p>Selon toi, qu'est-ce qu'une eau de qualité ?</p> <p>Selon toi, qu'est-ce qu'une eau minérale naturelle ?</p> <p>Selon toi, qu'est-ce qu'une alimentation naturelle ?</p> <p>Comment définirais-tu le terme « naturel » ? Quelle connotation mets-tu derrière le terme « naturel » ?</p> <p>Quelle représentation as-tu de l'eau aujourd'hui parmi les autres boissons qui peuvent exister ?</p> <p>T'est-il déjà arrivé de préférer une eau plutôt qu'une autre ? Pourquoi ? As-tu un exemple à me donner ?</p> <p><i>A contrario</i>, t'est-il déjà arrivé d'éviter une eau par rapport à une autre ? Pourquoi ? As-tu un exemple à me donner ?</p> <p>Est-ce que pour toi le prix e l'eau peut jouer sur sa qualité ? Pourquoi ?</p>
<p>Naturalité</p>	<p>T'est-il déjà arrivé de choisir une marque de bouteille d'eau par rapport à son packaging ? Quelle marque ? (Relance : qu'est-ce qui t'interpelle plus sur le contenant/l'étiquette chez cette marque par rapport à une autre ?)</p> <p>Est-ce que la provenance de l'eau (sa source) peut influencer ton choix ?</p> <p>Est-ce que certaines eaux te paraissent moins « sûres » pour ta santé ? Pourquoi ? Lesquelles ?</p> <p>Selon toi, est-ce que le contenant de la bouteille (matière, forme, étiquetage) peut</p>

	influencer sur le goût ? Pourquoi ? Aurais-tu un exemple à me donner ?
Influence médias	<p>Selon toi, comment l'eau est-elle médiatisée aujourd'hui ?</p> <p>As-tu déjà vu des articles, des informations ou des reportages circuler là-dessus ? A quel sujet était-ce ? Les avais-tu regardés ? Les avais-tu diffusés ?</p> <p>Ont-ils pu avoir une influence sur tes décisions d'achat ? Dans quelle mesure ?</p>

Annexe 11 - Retranscription intégrale de l'entretien avec Monsieur G. réalisé le 24.02.2019 à Toulouse

Entretien le 24/02/2019

Durée de l'entretien : environ 20 minutes

Durée de l'enregistrement : 00'17'52

Homme, 24 ans, étudiant en licence de Tourisme

Lieu de l'entretien : Toulouse, domicile de l'enquêteur

M : J'ai besoin, enfin j'aimerais bien que tu me dises en gros les boissons que tu bois au cours d'une journée. Par exemple euh le petit déj', si tu bois quelque chose, genre pendant les cours, euh le midi, genre pendant l'après-midi et ensuite le soir.

Monsieur G : Ok, je te fais ma journée, tout ce que je bois ?

M : Ouais.

Monsieur G : Bon, ok. Je fais euh matin, jus d'orange, lait, café. Dix heures, café. Et midi, eau. Après-midi, eau. Et soir, petite bière et de l'eau.

M : Et est-ce que tu peux me donner un exemple de ce que tu as bu... Alors, hier, ce ne serait pas un bon exemple mais par exemple euh... La journée où je suis venue à Foix. La journée, tu te souviens de ce que tu as bu ou pas ?

Monsieur G : Hier ?

M : Euh avant-hier.

Monsieur G : Ah oui, vendredi.

M : Ouais.

Monsieur G : Vendredi...Bin.... Pareil hein. Jus d'orange, lait, café...

M : C'est quelque chose qui est assez [inaudible], c'est régulier ?

Monsieur G : Ah ouais. Ouais.

M : D'accord. Et entre les cours ? Entre le petit-déj' et le café tu bois quelque chose ?

Monsieur G : Ouais, de l'eau. Je bois au moins 2 litres par jour.

M : D'accord. De l'eau mélangé à quelque chose ou... ?

Monsieur G : De l'eau tout court.

M : C'est de l'eau qui vient du robinet (par exemple au niveau des euh...) ?

Monsieur G : Des toilettes. Des toilettes, ouais.

M : D'accord. Est-ce qu'avec toi tu vas prendre une gourde ou une bouteille d'eau ou quelque chose comme ça ?

Monsieur G : Ouais une bouteille.

M : Et c'est quoi comme marque ?

Monsieur G : De la bouteille que je remplis ? Evian.

M : Ah, mais tu la remplis ?

Monsieur G : Ah oui, oui ! C'est de l'eau du robinet !

M : Et à la base c'est une eau que t'as acheté toi ou t'as trouvé la bouteille ?

Monsieur G : Mh nan je bois que d'l'eau du robinet.

M : D'accord, ok. Et est-ce qu'il t'arrive de temps en temps d'acheter des bouteilles d'eau ?

Monsieur G : Nan, jamais.

M : D'accord. Même occasionnellement ?

Monsieur G : Bin... Si, une fois tous les mois [rire] !

M : D'accord, qu'est-ce qui va faire que tu vas acheter une bouteille d'eau ?

Monsieur G : Mh que j'ai soif et qu'il y a pas d'autre moyen. Enfin d'être mis devant le fait accompli, quoi. De plus avoir le choix.

M : D'accord, ok. Et qu'est-ce qui fait que.... Pour quelle raison en fait tu vas prendre l'eau du robinet ?

Monsieur G : Parce que y a de l'eau potable au robinet et que je vais pas en acheter [rire].

M : Ok, d'accord et hum... Si tu es invité chez quelqu'un et qu'il peut te proposer ou de l'eau en bouteille ou de l'eau du robinet, qu'est-ce que tu vas choisir ? S'il te laisse le choix de choisir, qu'est-ce que tu vas préférer ?

Monsieur G : L'eau en bouteille, si j'ai le choix.

M : Ok, pourquoi ?

Monsieur G : Elle est sûrement meilleure que l'eau du robinet. On sait pas forcément où euh, suivant les gens chez qui on est, l'eau est pas forcément bonne de partout...

M : Ok, d'accord. Et euh, « bonne » dans quel sens ?

Monsieur G : Au goût, ouais. Elle peut être calcaire.

M : Ok. Et enfin qu'est-ce que tu retrouves en goût qui te plaît dans une bouteille d'eau ?

Monsieur G : Mh bah la neutralité je dirais. C'est tout le temps le même goût quoi, suivant les marques. Alors que l'eau du robinet, ça change, quand même en fonction des lieux.

M : Et par exemple dans les marques, il y a une eau que tu vas préférer ?

Monsieur G : Non. Pas du tout.

M : Quand t'étais chez tes parents, ils consommaient de l'eau en robinet ou de l'eau en bouteille ?

Monsieur G : Que de l'eau du robinet, ouais.

M : D'accord. Ouais, y avait pas l'habitude de...

Monsieur G : Jamais. On n'a jamais acheté de bouteille.

M : Donc c'est plutôt l'aspect sanitaire ?

Monsieur G : Moui.

M : D'accord. Si tu tombais sur une eau qui a un petit goût mais qui ne rend pas malade, est-ce que pour toi elle serait potable ou pas ?

Monsieur G : Ouais.

M : Parce que tu le saurais ou parce que ... ?

Monsieur G : Si on me dit qu'elle est potable, si c'est sûr qu'elle est potable mais qu'elle a un petit goût euh mais qu'elle est potable ça me dérangerait pas.

M : Pour toi, qu'est-ce qu'une eau de qualité ?

Monsieur G : Une eau de qualité ?

M : Oui.

Monsieur G : Une eau de source directement.

M : Qu'est-ce que t'entends par eau de source ?

Monsieur G : Bah la boire dans la bouteille. Un ruisseau ou euh la montagne.

M : Parce que pour toi c'est là d'où elle vient, parce qu'elle représente quelque chose ou parce que... ?

Monsieur G : Bin parce que c'est là qu'elle sort des glaciers et du coup c'est là qu'elle est la meilleure ! [Rire].

M : Donc on a parlé d'eau de source... Selon toi, c'est quoi une eau minérale naturelle ?

Monsieur G : Mh bah c'est de l'eau de source aussi mais qu'est passée par les industries pour être mise en bouteille, peut être vérifiée, peut être...C'est pas directement de la montagne. Elle est peut être repassée en industrie et tout ça.

M : Ok. Comment tu définirais le terme naturel, indépendamment de l'eau ?

Monsieur G : Naturel ? Bin non transformé, qu'on peut trouver directement dans la nature. C'est naturel.

M : Est-ce que t'aurais un exemple ?

Monsieur G : Une pomme dans un jardin, qu'on prend sur le pommier.

M : Ok. Et quelles connotations ou quels termes tu rattacherai au terme « naturel » ?

Monsieur G : Mh je dirais « sain » et « bon ».

M : « sain » et « bon ». En terme gustatif ? En quels termes ?

Monsieur G : Ouais. « Sain » en terme sanitaire » et « bon » en terme gustatif, ouais.

M : D'accord. Aujourd'hui –pour revenir à l'eau-, quelles représentations tu as de l'eau parmi toutes les autres boissons qui peuvent exister ?

Monsieur G : Bah l'eau, dans 20-30 ans... Y en aura plus [pouffe de rire]... Jean-Claude Vandam !

M : [Rire]

Monsieur G : Euh répète ta question ?

M : Quelle est ta représentation de l'eau parmi les autres boissons qui peuvent exister ? Ou, l'eau, tu l'as perçois comment, toi, en tant que buveur ?

Monsieur G : Bin comme la base de toutes les autres boissons. C'est l'eau le premier liquide qu'on a besoin pour vivre. Donc c'est de l'eau qu'on se sert pour toutes les autres boissons. Il y a de l'eau dans toutes les autres boissons quoi.

M : Donc toi tu mets l'eau en comparaison avec les autres boissons. Si tu dois la définir, dans ta définition, c'est en comparaison des autres boissons...

Monsieur G : C'est la base.

M : Est-ce qu'il t'est déjà arrivé de préférer une eau plutôt qu'une autre ?

Monsieur G : Oui.

M : Est-ce que tu te souviendrais d'un contexte particulier ?

Monsieur G : Bin par exemple chez ma grand-mère elle est calcaire, l'eau du robinet. Elle est bonne, elle peut se boire mais niveau goût elle est pas top.

M : Tu ressens vraiment le calcaire... ?

Monsieur G : Ha oui on ressent le calcaire, ouais. Elle est bonne pour la santé mais après niveau goût elle est pas très bonne.

M : Ok, d'accord. Et a contrario...Enfin. Est-ce qu'il t'est déjà arrivé d'éviter une eau ? Par exemple on te propose une bouteille d'eau ou alors on te propose une ...Bah là tu m'as donné l'exemple chez ta grand-mère mais euh. Pour une marque d'eau, ça t'est déjà arrivé d'éviter une marque pour en prendre une autre ?

Monsieur G : Non. Non. Peu m'importe.

M : Est-ce le prix pour toi, d'une bouteille 'eau, si tu dois en acheter une peut jouer sur sa qualité ? Et si oui, pourquoi ?

Monsieur G : Mmmh... [réfléchis, lève les yeux au ciel]. Bah la qualité par rapport aux nutriments, peut être que plus elle est chère plus elle est bonne pour la santé mais pour moi, non. Pour moi de l'eau c'est de l'eau.

M : Ok. Donc peu importe la marque, peu importe le prix qui est indiqué dessous, tu fais pas de différence sur ce qu'il y a à l'intérieur ?

Monsieur G : Mh non. Pour moi, non. Je prendrais n'importe laquelle, tant que ça désaltère [rire].

M : D'accord. Est-ce qu'il t'est déjà arrivé –pour les fois où tu choisis une bouteille d'eau- de choisir une bouteille d'eau par rapport à son packaging. Par rapport à la forme de la bouteille, par rapport à l'étiquette... ?

Monsieur G : Mh non. Par rapport à la taille par contre.

M : Par rapport à la taille ? D'accord, ok.

Monsieur G : Par exemple els Evian d'1L. Elles sont pratiques, qu'il y a pas dans d'autres marques. Niveau packaginMonsieur MONSIEUR MONSIEUR G quoi du coup. C'est pas par rapport à la façon dont elle est vendue mais plutôt au contenant qui est euh pratique.

M : Tu m'as dit Evian, c'est ça ?

Monsieur G : Ouais.

M : Et sinon, quand tu vas choisir une eau, est-ce qu'à tout hasard sur l'étiquette tu vas avoir un élément style, je sais pas, une phrase, un label ou un « sans quelque chose », par exemple, [prend une bouteille] ici on a souvent une phrase, ça va t'interpeller ?

Monsieur G : Non.

M : D'accord. Est-ce qu'à la limite il y a quelque chose qui peut t'interpeller sur une bouteille si tu dois en choisir une ?

Monsieur G : Mh entre plusieurs ?

M : Ouais.

Monsieur G : Non, je regarde pas l'étiquette.

M : D'accord, ok. Est-ce que la provenance de l'eau peut avoir une influence sur ton choix ?

Monsieur G : Ha oui.

M : D'accord, est-ce que tu peux m'en dire plus ?

Monsieur G : Bin par exemple quand j'étais en Ardèche. Il y avait de la Vals. De Vals-les-Bains qu'est la bouteille de là-bas. Et quand on est vers chez nous t'as plus tendance à acheter l'eau qui vient de chez nous¹¹⁶. Quand on est dans le sud... Euh oui, c'est en fonction de où je suis, je prends la bouteille qui est faite euh, l'eau qui vient d'ici, quoi.

M : En fonction de là où tu te situes, tu vas choisir de l'eau là où tu te trouves ?

Monsieur G : Ouais. Si j'ai le choix entre tout euh ouais.

M : Et par exemple, hum. La bouteille d'eau d'Evian dont tu m'as parlée tout à l'heure, à la base c'était la tienne ou c'était celle de ta coloc ?

Monsieur G : Ouais, je l'ai récupérée.

M : D'accord. Ok. Et euh est-ce qu'il peut arriver que certaines eaux te paraissent moins sûres ?

Monsieur G : Hum dans d'autres pays peut être, comme quand j'étais en Thaïlande... Moyen serein [rire].

M : Même en bouteille d'eau ?

Monsieur G : Bah ça dépendait ouais.

M : Ok, pourquoi ?

Monsieur G : Bah pare que y en a qui... C'était bah visuellement, packaging, elles donnaient pas envie quoi. J'irais pas choisir parce que le packagin

¹¹⁶ Guillaume vient de l'Ain. Il a tendance à consommer de l'eau d'Evian

MONSIEUR G est beau mais peut être que je la choisirais pas parce que le packaginMonsieur MONSIEUR MONSIEUR G fait moyen envie quoi.

M : D'accord, ok. Je suis en train de repenser : de manière générale, quand tu es en France, tu vas prendre une bouteille d'eau, tu vas prendre une marque que tu ne connais pas à la base ou peu importe la marque d'eau et tu vas prendre euh... Tout à l'heure tu m'as dit que ton prix n'allait pas influencer ton choix. Tu vas peut être prendre la moins chère ou la plus chère ou l'entre-deux ? Tu vas préférer les marques que tu connais ?

Monsieur G : Bin comme quand j'étais en Ardèche euh je buvais que de la Vals, je prenais que ça. Bah ouais en Cristalline en générale, c'est quand même ce que je prends inconsciemment. Je pense que...

M : est-ce que selon toi, le contenant de la bouteille, par exemple sa matière (la manière dont elle est composée), sa forme et son étiquetage peut avoir une influence sur le goût ?

Monsieur G : Bah si c'est une bouteille en plastique bah oui déjà, ouais.

M : Ok, pourquoi ?

Monsieur G : Parce que je pense qu'au bout d'un moment l'eau prend le goût du plastique et que si on laisse l'eau dans la bouteille pendant un certain temps et qu'on la reboit au bout d'un moment, elle a le goût du... Enfin on sent que c'est pas de l'eau qu'on vient de remplir quoi. C'est imprégné de l'eau du plastique.

M : Ca t'est déjà arrivé ?

Monsieur G : Ouais ça m'est déjà arrivé.

M : Ok.

Monsieur G : Alors qu'en bouteille en verre, moins, quand même.

M : Si tu remplis le contenant et que tu la laisses.

Monsieur G : Ouais. On sent que c'est pas de l'eau tout fraîche quoi.

M : D'accord, et ça avec n'importe quels plastiques et marques ?

Monsieur G : Marque Ouais n'importe. Donc si c'est du plastique je trouve que ouais, au bout d'un moment on sent quand même.

M : D'accord. Et je t'ai déjà demandé tout à l'heure pour l'étiquetage de la marque mais pour toi, ça va influencer sur ton goût ou pas de savoir que « ah tiens c'est de l'Evian, « ah tiens, c'est de la Cristalline » ou « ah tiens, c'est de la Vals » ?

Monsieur G : Non.

M : Selon toi, comment l'eau elle est médiatisée aujourd'hui ?

Monsieur G : Bah elle est marketée au possible ! [rire]

M : Ouais ? Dans quel sens ?

Monsieur G : Bah dans le sens où Evian bah ils avaient leur pub avec les bébés, comme quoi ça redonnait la jeunesse. Volvic avec les montagnes, on a l'impression de boire la nature en Auvergne. C'est que de la surface.

M : Ok, d'accord. Donc tu la vois dans les pubs essentiellement ?

Monsieur G : Ouais. Mais sinon euh enfin l'eau ça reste de l'eau quoi. C'est le positionnement de la marque qui veut se positionner euh par rapport à un certain truc. Comme Cristalline par exemple, ça a été l'eau des sportifs parce qu'avec Guy Roux et puis la pub pour le foot et tout. Et plus tendance à prendre ça. Evian pour les bébés parce que c'est bon pour les bébés.

M : D'accord. C'est une information que tu vas voir essentiellement à la télévision ou internet ?

Monsieur G : Ouais à la télé en générale on voit ça

M : Et tu vas voir d'autres choses que des publicités ou pas en lien avec l'eau ?

Monsieur G : Sur l'eau ?

M : Ouais, sur l'eau.

Monsieur G : Sur internet ?

M : Oui, par exemple.

Monsieur G : Non je trouve que c'est en général à la télé les pubs d'eaux.

M : Est-ce que tu as déjà vu des articles, des informations ou des reportages sur l'eau ?

Monsieur G : Euh non.

M : Non ? Ok.

G: Après sur l'eau, on voit dans des pays pauvres on voit des choses où ils inventent des filtres qu'on met directement dans la flaque d'eau et que ça filtre mais sinon non. Pas plus que ça.

M : D'accord. Bin merci d'avoir répondu à toutes mes questions en tout cas.

Annexe 12- Retranscription intégrale de l'entretien avec Olivier Lepiller réalisé le 13.02.2019 à Montpellier

Nous avons rencontré monsieur Olivier Lepiller, chercheur sociologue au Cirad de Montpellier pour l'interroger sur le concept de « naturalité » qui a fait l'objet d'une partie de sa thèse effectuée en 2012. L'entretien s'est réalisé en fin de matinée, à partir de 11h30 dans la Brasserie du Dôme en centre-ville sur 1h23 de temps. Monsieur Lepiller nous a invitée à prendre un café pour accompagner l'échange qui allait suivre. Il revenait d'un vol très matinal du Maroc et était relativement épuisé de son voyage. L'entretien s'est déroulée dans une ambiance très sonore voire bruyante puisque les tables étaient comblées, les serveurs parlaient fort entre eux et avec les clients et le bruit des couverts et machines à boissons raisonnait. L'entretien a demandé à moduler l'intensité de la voix et de varier le positionnement du téléphone, support de l'enregistrement. Malgré ce bémol qui a valu quelques mots/passages inaudibles, l'entretien réalisé manière semi-directive a été fluide. Bien que nous ayons essayé de recentrer le sujet sur des points qui nous intéressent, nous avons omis quelques questions que nous avons préparées au préalable dans un guide d'entretien.

Entretien le 13/02/2019

Durée de l'entretien : environ 1h20 minutes

Durée de l'enregistrement : 01'23'10

Olivier Lepiller, chercheur sociologue au Cirad de Montpellier

Lieu de l'entretien : Montpellier, dans une brasserie

M : Evidemment, j'ai lu certains de vos articles et puis j'ai lu certaines parties de votre thèse qui m'intéressaient pour le remettre en contexte par rapport à mon mémoire. J'aurais aimé

que vous me redéfinissiez le concept de naturalité dans un premier temps ... Si vous pouviez m'en dire quelques mots.

O : Euh... Ouais alors quelques mots ça va être un peu compliqué mais [se racle la gorge]. Moi je dirais, le truc important de base c'est que ça paraît une évidence ce qui paraît naturel, ce qu'il ne l'est pas. Ce qui paraît artificiel etc. Et puis bon, l'opposition principale c'est naturel/artificiel. D'un côté moi j'aime bien reprendre la définition que proposait un philosophe qui s'appelle Clément Rosset. C'est ce qui se fait tout seul. En fait ce qui est naturel, ce qui est spontané, c'est ce qui existe spontanément. Et puis de l'autre côté c'est ce qui se produit, ce qui se fabrique. Donc là, l'artificiel. Donc ça c'est vraiment la grande définition enfin dans le sens commun c'est vraiment ce qui revient. Ce qui est naturel c'est ce qui est pas artificiel, quoi. Et en fait euh, et ce qui est important de savoir c'est que cette opposition elle est vraiment structurante de notre vision du monde depuis la Grèce Antique etc.

M : Donc ce qui se produit, ce qui se construit est forcément induit par l'homme, c'est ça ?

O : Ouais, ouais voilà. Ce qui est produit par l'être humain. Et puis en fait quand on y regarde de plus près, il y a rien qui rentre, c'est plutôt un continuum, y a rien qui rentre dans une case ou dans l'autre. Toutes les choses qui sont fabriquées par les êtres humains elles sont fabriquées avec des matières, des choses naturelles finalement. Même une fusée elle va être composée avec des éléments pris dans la nature, quoi. Et puis l'être humain lui-même, donc là, dans cette opposition, le critère de cette opposition c'est l'être humain. C'est la main de l'homme qui fait des trucs dans un cas et qui n'y touche pas dans l'autre. Et en fait l'être humain il est naturel lui-même. C'est un être biologique. Donc du coup, dès qu'on s'y penche un peu d'un point de vue un peu philo bin ça ne tient pas trop. Mais ce dont on s'aperçoit c'est que cette opposition elle est néanmoins utilisée tout le temps enfin très souvent. Alors du coup moi, la question que je m'étais posée dans ma thèse c'est euh bah « pourquoi on y tient tant que ça ? » quoi, en fait. En gros, c'est un peu « à quoi ça sert ? », quoi. Pourquoi on nous convoque la nature régulièrement, en particulier quand il s'agit de critiquer l'industrie etc. Et ce que j'ai considéré, donc ça, c'était le point de départ de ma thèse. Je m'étais dit, je pars sur la naturalité. Et en fait ce que j'ai vu c'est que bah la nature, le naturel était convoqué à chaque fois comme un argument pour faire valoir des choses. Avec l'idée qu'il y avait des valeurs aussi attachées à ça. Par exemple on va dire que « tel aliment est naturel », ce n'est pas pour rien. C'est pour dire qu'il est « bon » d'un certain point de vue. Parce qu'il n'a pas de produit chimique de synthèse, parce que ci et ça. Donc en fait, au passage j'ai regardé les

différentes valeurs que pouvait avoir le naturel. Donc ce n'est pas une définition simple parce que c'est un peu compliqué. Donc voilà. L'idée centrale c'est que c'est une idée hyper structurante du monde occidentale et puis même au-delà en fait et que... Sauf quand on regarde dans le détail, ça ne tient pas vraiment, mais on s'en sert très souvent. Et c'est ça parce que ça a une fonction, c'est parce que ça permet d'attribuer des valeurs, des choses et dans l'alimentation c'est particulièrement flagrant parce que c'est un endroit où... C'est un objet où ça se mêle énormément. On mange des choses vivantes, naturels d'une certaine manière mais enfin voilà. Vous le savez très bien, quoi. On le transforme, on le cuisine, etc. Même on produit de manière agricole les... La manière dont on produit aujourd'hui, les organismes eux-mêmes qu'on récolte ou les animaux qu'on abat ne ressemble pas du tout à ce qu'ils étaient à l'origine, quoi. Clairement. Ça ressemble un peu mais bon.

M : Donc on peut dire que l'aliment est à la fois naturel et artificialisé... Est-ce qu'il a cette double facette dans tous les cas ?

O : Bin oui. C'est toujours des mélanges des deux. Enfin, moi je suis parti du principe que cette proposition elle ne tenait pas vraiment. Enfin en fait elle est pas très explicative d'un point de vue scientifique. Par contre on peut regarder comment les gens s'en servent. C'est ça que j'avais vu, ce que j'ai voulu faire dans ma thèse puis dans d'autres travaux. Et juste une anecdote : ma fille de 4 ans. Récemment je lui expliquais ce qu'il y avait dans le gâteau au chocolat qu'elle était en train de manger. Et puis juste après elle me demande, il y avait une banane sur la table : « eh papa, c'est fabriqué avec quoi la banane ? ». Et là je suis restée un peu euh, « ah » [bouchée bée]. Donc je pouvais pas lui dire « Bah c'est pas pareil, la banane c'est naturel ! », parce qu'elle a 4 ans. Donc elle va rien comprendre. Donc du coup, c'est vrai que la banane c'est un artefact un peu, c'est bien fait, il y a un packaging, enfin c'est euh. Du coup, bah je lui ai expliqué que ça poussait directement sur les arbres. Enfin les arbres...

M : Ca n'existe pas encore les arbres à gâteau au chocolat... [rire].

O : Ouais voilà. Mais des plantes. Mais en même temps si je lui avais dit « bah ça, c'est pas fabriqué c'est naturel », ça aurait pas été complètement vrai. Parce que la banane d'origine c'est un truc à peu près grand comme ça [geste], qu'est pas sucré du tout. Donc elle me l'a sorti y quelque temps là et j'ai trouvé que c'était hyper, très signifiant enfin très significatif par rapport à ça. En fait elle n'a pas encore complètement acquis cette distinction hyper fondamentale.

M : Entre le produit fabriqué et le produit brut... Ok. Alors comment vous distinguez la naturalité de la naturalisation ?

O : Oui, alors ah oui, alors j'ai complètement terminé sur la naturalité. Parce qu'en fait, moi j'avais commencé sur ces termes là mais je trouvais que c'était un peu un ...ca essentialisait les choses la « naturalité » et en fait, c'était utilisé en alimentation surtout en marketing comme une tendance. Ca désignait une tendance, voilà. La valorisation du naturel. Après c'était utilisé dans les sciences de l'environnement, en gestion des forêts par exemple : ils identifient les différents degrés de naturalité d'une forêt. La forêt qui n'a jamais été exploitée par l'homme ou pas l'activité humaine jusqu'à des milieux qui vont être très anthropique. Mais la naturalité, moi, j'ai pris un peu de distance avec ce truc-là parce que c'était vraiment utilisé par le marketing un peu comme... Après y a la tendance, là, « *convenience* », « facilité d'utilisation » par exemple. Et puis il y a la tendance « naturalité », quoi. Alors dedans les industriels ils vont vous mettre un contenu, essentiellement « pas trop de produits chimiques, de synthèse, etc. », et en fait c'est pas que ça. Ca veut dire d'autres choses. Le naturel il est associé à pleins d'autres choses. Par exemple y a même des produits euh, des aliments qui sont très techniques, voire qu'on pourrait dire qui sont très artificiels : le pain, le fromage, els produits fermentés où il faut euh...Pour le pain il faut produire les céréales qui ne sont pas consommables crues, donc il faut les moudre, il faut les transformer, les faire fermenter, les cuire etc. C'est hyper compliqué. Et on arrive très bien à se représenter un pain qui soit naturel, quoi. Un pain au levain euh...Voilà. Donc ça montre bien aussi toute l'ambiguïté, quoi. Et donc j'en arrive à la naturalisation. C'est que la naturalisation c'est plus regarder le processus par lesquels on en vient à qualifier quelque chose de naturel.

M : D'accord.

O : Bah sur des produits comme le pain, le fromage ou des produits comme ça euh traditionnels on va dire, qui ont une histoire ancienne et bien il y a une équivalence entre tradition, quelque chose qui a été transmis depuis très longtemps, qui est bon, qui est pas mauvais parce que ça a été mis par plein de générations qui nous précèdent etc. Et donc ouais, en fait, en gros, la naturalité, c'est un peu quelque chose que j'ai dit en fait ; C'est plus comme un objet, comment les industriels construisent ça. Et puis naturalisation c'est plus un processus de qualification de quelque chose de naturel, en fait, et quelles sont les valeurs rattachées à ça. Par exemple pour la naturel traditionnel c'est la nostalgie, enfin le respect des générations précédentes. Enfin un truc de ce type quoi. Ou un tye de fidélité à un héritage.

M : D'accord. Alors. Dans mon entendement, il y avait plusieurs arguments marketing : la naturalité, la tradition, l'exotisme...Euh...Il y avait quoi d'autres ?

O : Sur quel produit en fait ?

M : Et bien par exemple, un exemple concret que j'ai vu dernièrement, par rapport aux eaux, et je vous en parlerai après, c'est une eau qui vient du Japon dans un endroit où les courants font que l'eau est vraiment pure. Donc on va faire appel à la pureté et on va faire appel à l'exotisme. Et le fait que l'eau vienne de très très loin, ça va ajouter une valeur ajoutée au produit.

O : Ouais.

M : Et donc pour moi, c'étaient des arguments distincts mais pas reliés à un point central qui est la naturalité.

O : Mh-mh. En fait, c'est aussi parce que, disons, ce que je vous dis, c'est vraiment des catégories très centrales, enfin très structurantes de la vision du monde. Moi j'ai donné un sens assez large à ça. Naturaliser c'est aussi rendre...C'est suggérer qu'il y a pas de question à se poser, quoi, déjà que ça existe spontanément. Donc le ciment qui est cette échelle de valeur, l'idée que c'est bon d'une idée ou d'une autre. Après on peut en discuter hein. Le naturel c'est aussi tout ce qui est pourri, c'est aussi le fait d'être mortel, c'est plein de chose, quoi. Mais bon, aujourd'hui c'est plutôt associé à des choses positives. Et en fait le processus de naturalisation c'est aussi de qualifier de naturel là où votre interlocuteur ne se pose plus de question en fait, sur ce qu'est cette chose, sa valeur, etc. Le rendre naturel, c'est le rendre évident aussi. Et ça on le trouve dans des arguments un peu éloignés de l'alimentation mais euh... Tout le négatif en fait, c'est tout autour de l'homosexualité, les religieux qui vont caractériser ça de « contre-nature ». Je crois, même dans le catholicisme, c'est dans le droit et dans le droit canon etc. Et en fait, parce que ce serait contre-nature, ce ne serait pas bon. Parce que c'est quelque chose qui ne s'impose pas spontanément bah en fait c'est un argument pour dire que c'est pas bon. A l'inverse, il y a eu des études là, qui ont montré que les pratiques homosexuelles existent chez pleins d'animaux. L'être humain a besoin de chercher des repères qui s'imposent à lui et qui est censée, comment dire, un peu cadrer ce qui lui est possible de faire dans l'ordre de la technique ou du social etc. Donc c'est pour ça que c'est plus de la naturalisation mais d'un point de vue assez théorique qui est plus large. En fait, moi j'ai repéré de naturaliser en regardant, en partant de comment les mots « naturellement, nature, naturel etc. » étaient utilisés et de voir à quels type d'arguments de

vente ils étaient associés et ça m'a permis distinguer différentes formes travail de naturalisation chez les industriels par exemple. Et donc il y avait de la nature qui était associée à de la tradition etc. Donc du coup je suis parti de l'utilisation des mots et je regarde à quoi c'est directement lié et du coup euh par extension, les arguments utilisés, même en utilisant les mots « nature etc. », j'ai considéré que c'était une forme de naturalisation. Parce que ça se référait à une conception de la nature. Voilà. On monte un peu d'un grand sur ce que vous dites, là, les différents types d'arguments qui ne seraient pas forcément tous reliés à la nature. Et par exemple là, pour la tradition, je l'ai vu relié à la nature, l'idée que ça s'enracinait dans un temps, avant l'époque moderne, la chimie etc. Donc on faisait que des choses naturelles à l'époque. Le respect de l'environnement, de la nature au sens oui environnement, ça c'est une autre forme. Il y a le naturel versus le chimique. L'idée d'un naturel qui est indemne de l'action humaine et puis, il y a un quatrième qui est... [Énumère tous les arguments pour lui-même]. Je ne me souviens plus [rire]. Et c'est une autre forme qui est moins évidente, c'est tous les arguments autour de la nutrition etc. C'est ce qui fait qu'on voit moins souvent dans la nature. C'est l'idée qu'il y a une expertise technique qui va chercher, qui connaît la nature et qui va chercher, qui ferait en sorte d'apporter le meilleur au mangeur etc. Et qui se base sur une connaissance en nutrition. Mais dans ma vision du monde moderne, c'est bien une science de la nature. Pour la science de la nature, sciences humaines ou sciences sociales. Donc ouais, c'est un peu ces quatre éléments là que j'avais repérés. Après, si on regarde plus précisément sur un produit, oui, il va y avoir ce qui va être « dits-naturels » explicitement,, et souvent sur les produits ça va être « absence de produit chimique de synthèse », quoi. Et là donc ce que vous disiez sur l'eau donc c'est une eau qui est puisée... Donc c'est quoi, de l'eau marine ?

M : C'est de l'eau minérale. Soit ça va être...

O : L'eau japonaise.

M : Ah.

O : Vous disiez des courants, etc. C'est pas de l'eau de mer quand même ?

M : Oui, oui, oui. Non non c'est pas de l'eau de mer. Par contre c'est une eau qui est tirée de nappe phréatiques de sous la mer.

O : D'accord donc à des endroits... D'accord, ok. D'accord.

M : Je ne sais plus. C'est un exemple que je vous donnais. Pareil pour le chocolat, on peut le voir, là, avec des fèves qui viennent de machin et on va mettre en gros le nom du pays euh voilà.

O : D'accord. Et donc ça, vous ne le mettez pas dans la catégorie naturel quoi.

M : Alors, bah je voulais vous poser la question un peu plus tard. Pour le cas de l'eau on va mettre en avant « Evian », « Thonon », on va quand même mettre en avant le nom des villes.

O : Oui, c'est vrai.

M : Et pour moi... Je voulais savoir c'est un outil... Je voulais savoir si vous pouviez le mettre comme argument de justification de territorialisation ou je ne sais pas comment on pourrait l'appeler... Qui jouerait en la faveur de l'argument de naturalité.

O : Mh-mh. Ouais. En fait c'est vrai que j'avais jamais pensé ça comme ça, le fait que c'était des noms de ville. Après c'est vrai quand vous regardez les images etc. Cette eau-là, elle est représentée comme bonne avant tout parce qu'elle vient avant tout d'au-dessus de la strate des humaines, elle vient de la montagne en fait. Là où y en a plus des humains. Avec leurs activités prenantes, etc. C'est comme ça qui... Ou alors parce que là ça a été bien filtré par la terre. Enfin il y a tous ces imaginaires. Mais j'imagine que vous avez dû voir toute la littérature là-dessus. Mais c'est vrai que ce sont des noms de ville qui sont associées à ça. Mais bon c'est pas la VILLE, on est d'accord que c'est pas l'imaginaire de la ville euh voilà, avec des trottoirs crado etc. Mais c'est plus un territoire, quoi.

M : Ma question c'est, aujourd'hui, si je dois parler d'Evian à quelqu'un, il va forcément associer Evian à l'eau ? Avant même de penser à la ville...

O : [Dubitatif] Ouais. Mais il pense à... En fait si on pousse un peu je pense qu'il pense à la montagne. Pas à la ville. Sauf s'il connaît Evian quoi. Moi si on me dit evian je pense à de l'eau minérale et du fond des glaciers. Enfin je sais pas mais...

M : Alors ça c'est autre chose que je voulais évoquer avec vous. Vous aviez évoqué l'écrit, en fait, sur le packaging des aliments donc le « 100% naturel », « naturellement blablabla », ou « sans ajout de produit chimique artificiel ». Je voulais savoir ce que vous pensiez de rajouter dans ces arguments, les couleurs utilisées, l'illustration, les labels. Est-ce que vous les rajoutez quand même dans les arguments de naturalité ?

O : Ouais, si on veut. Moi je me concentrais plus sur le langage en fait. Mais je pense que c'est dû à ma formation. J'ai fait science du langage avant de faire de la socio. Mais effectivement, on pourrait étendre avec plus une approche sémiotique en fait. A l'ensemble des signes utilisés. Ouais... Evian et les montagnes enneigées dessus, par exemple. Il n'y a pas le clocher de la ville d'Evian. Enfin je sais pas, remarque. [Soupir]. En tout cas, s'ils mettent le clocher ou un truc comme ça, ça va pas être le parking de l'Intermarché. Mais euh ouais, ouais, ça me semble... Après, c'est juste que c'est pas dans mes compétences d'étendre à l'analyse d'autres signes type image, forme d'emballage. J'en ai un peu parlé un peu, quand même sur la tradition. Tout ce qui des papiers crafts, des papiers euh...

M : Vous voulez dire le contenant même ?

O : Ouais. Les emballages un peu euh... Comme à la boutique quoi. Mais ouais, ça me semble très pertinent.

M : Ok. D'accord. Parce que j'allais en venir, justement, au contenant. Aujourd'hui on va distinguer une bouteille d'eau, une bouteille d'eau en plastique normale d'une bouteille d'eau sans PET¹¹⁷ (le produit chimique utilisé auparavant) et une bouteille d'eau qui va être dans une bouteille en verre. Voilà. Je voulais savoir si pour vous ça allait induire une forme de naturalité, voire de qualité, voire de perception du goût du produit.

O : Bah j'imagine, après, faut faire des enquêtes auprès de consommateurs, de mangeurs, pour voir ce qu'ils en disent. Moi comme ça, je pense qu'il existe des choses là-dessus. Mais euh comme ça, j'imagine que le verre, il y a l'idée que c'est inerte, que y a zéro migration entre le verre et l'eau. En plus le verre ce serait absolument... De toute façon dans le verre, il doit y avoir des migrations entre l'eau et le verre mais bon ça doit être assez minime. Et bah pour faire du verre on utilise des oxydes de métaux, des trucs comme ça. Après sur les plastiques là, sur le marché il y a deux plastiques différents ? Y a PET et sans PET ?

M : Non alors ça c'était la bouteille d'avant. Justement, maintenant, les industriels minéraliers essaient de se distinguer de ces bouteilles d'eau en ajoutant « absence de PET », et ils vont le mettre en valeur sur la bouteille sur les sites internet des minéraliers.

O : Mais ils y sont tenus par la loi ? Non ?

¹¹⁷ Il s'agit d'une erreur de notre part. A l'inverse de ce qui a été dit, le PET ou PETE est préféré et au contraire, on notera une absence de phtalate ou BPA dans la composante de plus de 40 marques de bouteilles d'eau minérales, des substances toxiques qui migrent dans l'eau.

M : Aujourd'hui il me semble qu'ils y ont l'obligation mais ils vont le mettre, il me semble, enfin c'est ma lecture, sur le packaging pour le mettre en valeur comme euh « nous on fait ça » [rire].

O : Ouais mais alors par contre, vous regarderez, parce que normalement, quand y a des choses auxquelles ils sont tenus légalement, on ne peut pas le mettre comme argument de vente sans mettre une petite étoile. Les conserves de légumes, si on met « sans additif », enfin, « sans conservateur », bah en fait on est obligé de mettre une petite étoile conformément à la réglementation. En fait la réglementation interdit de rajouter des conservateurs dans une conserve de légumes pasteurisée.

M : Alors je regarderai s'il y a une étoile là.

O : Alors c'est peut-être pas vrai pour les produits transformés, par exemple...Euh je sais pas moi... je sais pas, des produits un peu transformés. Je sais pas, une salade sous vide ou une salade en conserve ou des trucs comme ça. Et par contre pour les [inaudible]. Normalement il y a une petite étoile. Mais oui, normalement ils essaient d'utiliser tous les arguments de vente possible.

M : Vous parliez de la loi : quelles sont les conditions pour un industriels pour qu'ils se permettent d'inscrire que c'est naturel, « 100% naturel », ce genre de chose-là » sur un aliment ?

O : Alors, bon, j'ai pas regardé depuis un moment. Mais depuis ma thèse ça n'a pas bougé mais euh d'ailleurs je parle, le texte il date. Je sais qu'il y a un texte de la DGCRF. Et... Je pense que c'est un truc toujours en vigueur aujourd'hui. Donc c'est à la fois assez restrictif et très flou.

M : C'est-à-dire ?

O : Bah en fait ça montre bien le problème, toute la difficulté de ce concept. J'avais fait un entretien avec une juriste de la DGCRF qui me disait que c'est hyper compliqué. Il y a un texte de loi, enfin, c'est pas un texte de loi d'ailleurs. Mais le texte juridique qui prévaut aujourd'hui, sauf qu'il y a eu des...Des comment dire...Des développements que j'ignore, c'est une note de la DGCRF de 2009 qui fait suite...C'était un procès... Pas un procès. Je sais pas si ça s'appelle un procès. Mais un procès, au niveau commercial entre des concurrents. Et il y avait un fabricant qui avait dit, enfin qui avait assigné un autre qui faisait de la sauce tomate. Ca faut chercher dans ma thèse. Si vous cherchez DGCRF, vous

trouvez. Pour l'utilisation de « 100% naturel », etc. Et en fait il avait été déboutée, donc on avait dit, le résultat avait dit qu'il n'avait pas le droit d'utiliser le naturel parce qu'il avait eu tel procédé technique pour fabriquer la sauce tomate. Et du coup, après ça, il y avait eu la DGCRF avait été saisie pour faire un peu...Les industriels voulaient savoir « du coup, qu'est-ce qu'on peut dire ? Qu'est-ce qu'on ne peut pas dire ? ». Donc du coup il y a une note. Et en fait si vous la lisez, c'est un peu déconcertant parce qu'il y a des...Je crois qu'il y a des techniques en fait : « concentré en faisant évaporer l'eau », je crois que ça permet de dire que c'est naturel. Puis après il y a d'autres techniques qui excluent. Vraiment, c'est des procédés techniques, quoi.

M : D'accord, pour n'importe quel procédé du produit ?

O : Non. La note elle est générale. C'est pour les produits alimentaires. Il me semble. Alors après, les additifs...Alors faudrait regarder. Mais c'est pas spécifié sur les fruits, les légumes, la viande, etc. Donc euh à la fois il y a des techniques précises utilisés qui disent « ça, ça l'autorise », d'autres qui disent « ça, ça y exclue », et en fait, ce qui montre [inaudible], même pour le droit, c'est bien celle de l'intervention humaine. Qu'est-ce qu'on y fait à ces produits ? Comment on fait la cuisine ? Quoi. Et en fait, en même temps, quand on regarde dans le détail il y a la possibilité ;..C'est toujours discutable en fait... Un bon avocat il pourrait débloquent euh avec n'importe quel argumentaire, même le...Et comment dire... Les techniques excluant ou autorisant, il pourrait dire, avec un discours basé un peu, avec un point de vue métaphysique quasiment. Il pourrait dire « qu'est-ce qui va ? », « qu'est-ce qu'il ne va pas ». Il pourrait...Il faut la regarder... Et pourquoi on parlait de ça ?

M : Parce que je vous demandais...

O : A priori c'est le seul cadre juridique. Et donc en fait, moi les entretiens que j'avais fait, ce que me disaient les gens soit dans l'industrie soit les juristes, bin en fait, ce cadre, c'est peut être le mieux qu'on avait il était pas satisfaisant parce que justement il y avait plein de...Très concrètement, les services juridiques des industriels quand ils veulent dire « naturels », bah ils sont bien emmerdés, quoi. Ils se demandent, ils se disent « bon, on va essayer ça » mais ils ne sont pas complètement sûrs que ça pourrait pas être, comment dire, répréhensible d'un point de vue juridique. Donc c'est assez compliqué. Et il y a quand même un truc qui a l'air de faire assez consensus c'est l'absence de produit chimique de synthèse = naturel. Et c'est un peu....

M : Surtout du côté des industriels des juristes et la loi ?

O : Non, bah même du point de vue du monde... Non, ouais, un peu du point de vue juridique aussi. C'est euh, c'est en tout cas s'il y a un produit chimique de synthèse on ne peut pas dire que c'est naturel, quoi. Ça c'est le truc euh c'est sûr. C'est aussi lié euh...Le cahier des charges...La culture biologique, c'est aussi le cœur du cahier des charges en fait. C'est pas de produit chimique de synthèse.

M : Du coup, est-ce que selon vous c'est pour ça qu'on parle d' « eau minérale naturelle » » de manière générale ?

O : Euh ouais ? Je pense. Il y a cette idée. Bah en fait dans l'eau, il y a plein de choses. Normalement, minérale, à l'origine, l'eau minérale naturelle c'est là où il y a une source enfin il me semble. C'est là où ça doit être puisé. D'où vient la nappe, d'où vient source etc. Mais à la base il y a une source qui est identifiée, non ?

M : Oui, la différence avec l'eau de source c'est que les minéraux vont être instables alors que dans l'eau minérale, les minéraux vont être stables quoi qu'il arrive.

O : D'accord. Donc au niveau de leur dissolution euh...Ah non, dans leur composition, l'eau va rester stable.

M : Oui, voilà, c'est ça, d'un point de vue organoleptique.

O : De l'eau qui va rester stable euh... Et dans le temps. D'accord.

M : La variation va être très très faible s'il y a une variation des minéraux.

O : En même temps c'est « eau de source »... La définition, l'appellation la moins, la plus souple c'est « eau de source », quoi.

M : Ouais, c'est ça.

O : C'est celle où on fait un trou, on prend de l'eau, c'est de l'eau de source.

M : C'est ça. Mais à la limite, l'eau du robinet, c'en est aussi.

O : Oui, on peut...Oui, oui, c'est ce qui avait été dit là sur Cristalline là, qui vient de plein d'endroit différent et en fait, dans plein d'endroit de France, c'est la même que celle du robinet qu'est dans les bouteilles Cristalline. Sauf qu'elle vaut à peu près mille fois ou plus de mille fois plus cher, quoi. Donc les eaux de sources elles ne peuvent pas dire « naturel », c'est ça ?

M : Alors en tout cas, c'est pas l'appellation générale qu'on en donne. On va parler en générale, enfin dans toutes les lectures que j'ai faites, on va parler d'eaux de source. Même sur un site internet, sur un site d'embouteillage ou sur le site internet du syndicat des eaux minérales naturelles, on parle d'eau de source et on parle des « eaux minérales naturelles », à chaque fois. Donc on ne va pas rajouter le terme « naturelle » pour l'eau de source.

O : Alors pourquoi je parlais de source ? Mais je pense que les eaux minérales naturelles, à l'origine, c'est pas une eau qui vient d'une nappe au fond d'un puits. A l'origine, par exemple Evian ou Volvic, il y a des sources, quoi.

M : Et je suis en train de penser... Pour les eaux de source, il est possible à ce qu'on rajoute des minéraux lorsqu'on la met en bouteille, ce qui n'est pas le cas pour la... Voilà.

O : Ça doit être [inaudible]. Je pense qu'il y a vraiment ce côté, comment dire, c'est la composition, la spontanéité, quoi. C'est le truc que... L'eau qui a des propriétés stables, l'eau, le truc, c'est vraiment spontanée quoi. Ça sort de la terre et je pense qu'il y a cette idée de spontanéité. C'est dans l'état où c'est fabriqué spontanément dans la nature au sens large, sans que l'être humain n'y ait rien fait. Donc je pense qu'elle a des propriétés qui sont liées... Alors pour le coup ouais, faut regarder : au territoire, aux roches traversées, aux... Voilà. Moi c'est comme ça que je le vois, l'appellation « eau minérale naturelle ». Ce qu'il faudrait faire, en vérité, aller regarder dans les archives. Déjà regarder à quel moment cette appellation est rentrée dans le droit. Puis aller regarder, essayer de regarder les archives qui ont mené à des débats qui ont conduit à la stabilisation de cette appellation-là. On pourrait faire pareil sur le yaourt nature qui n'est pas du tout pareil, ça ne renvoie pas du tout à la même chose que l'eau minérale naturelle, même si... Le yaourt nature il peut être aromatisé, quoi. Il y a pas surc, de sucre, peut être que c'est le lait fermenté, sans ajout ni rien.

M : Ouais, ouais.

O : Voilà. En fait, il y a l'idée aussi que le naturel c'est toujours relatif à une action ou une intervention humaine quoi. Mais elles peuvent être très différentes.

M : Hum...

O : Mais ce serait intéressant de voir quand est-ce que ce serait apparu. C'est possible que ce soit il y a longtemps. Soit 19^{ème} soit début 20^{ème}.

M : Ah oui, par rapport à l'eau thermale... Quand c'est apparu et qu'on a vraiment commencé à sortir l'eau en bouteille, à démocratiser l'eau en bouteille. Ça doit être euh...

O : Ouais, en sachant que l'eau en bouteille, à boire, l'eau minérale, ça semble être des pratiques qui paraissent millénaires en fait.

M : Bin non, c'est tout récent... [Rire].

O : Pardon ?

M : Alors que c'est récent !

O : Oui, c'est récent. Mais je veux dire, la valorisation des sources et de la qualité de l'eau c'est millénaires, quoi. C'est même avant la colonisation européenne. Mais pour la France c'est vrai que... Tous les peuples connaissaient des sources sur leur territoire et les valorisaient pour telle propriété soit soignante, soit le fait qu'elles soient pures.

M : Mh-mh. Pour revenir sur une chose que vous avez dite tout à l'heure, sur le fait qu'on ait commencé à valoriser le côté naturel dans l'alimentation. On a rendu ce terme positif et on a commencé à le vendre comme quelque chose de positif. Je voulais savoir ce qui avait fait émerger ce concept de manière positive. Comment il est devenu positif dans la tête des gens ?

O : Alors en fait euh... D'abord faudrait que vous alliez voir sur les questions juridiques et tout ça. Il y a Alessandro Franziani qui a écrit, c'est un historien. Il a écrit des choses sur la qualité. Il a un livre, il a plusieurs articles aussi. Mais il a un livre, ça doit être *Histoire de la Qualité Alimentaire*, le titre. Et donc il parle de toute la vague de réglementation au 19^{ème} avec , en lien avec l'apparition de la chimie de synthèse, la chimie organique qui permettait de modifier considérablement des produits ou de les stabiliser, pour stabiliser leur couleur, leur propriété organoleptique etc., sans que les sens, sans que le consommateur avec ses sens soit capable de juger ce qu'il y avait dedans ou pas. S'il y avait l'utilisation d'un conservateur ou pas, quoi. Et donc ça a amené à toute une réglementation autour des techniques possibles et aussi autour des appellations. Alors peut-être qu'il y a quelque chose à cette époque-là sur les eaux minérales naturelles, même si je pense que c'est un peu plus récent. Ça doit être plutôt début 20^{ème}. Mais bon, déjà ça montre bien comment des nouvelles techniques de transformation, de conservation etc. qui ont été introduites dans le système alimentaire bah ont entraîné des préoccupations et aussi la fabrication de réglementation etc. Et après sur euh... La, l'utilisation plus contemporaine plus de... Du naturel, ou même la théorisation de cette naturalité, là, hum... C'est vraiment, ça a explosé après, enfin, à partir du tournant 20^{ème}- 21^{ème} siècle et après la crise de la vache folle notamment. Et pour moi c'est très lié

aux critiques de l'alimentation industrielle. Et à la tentative, la manière dont industriels se situent face à ces critiques quoi. Toute la méfiance etc., qu'il y a, contre eux, contre leurs procédés...

M : Est-ce que pour vous c'était à la demande du consommateur ? Ou c'est venu des industriels ou c'est venu les deux en même temps ?

O : Bah pour moi c'est toujours euh... C'est des interactions, des relations, donc ça va dans les deux sens quoi. C'est un peu euh la question de la poule ou de l'œuf, ça n'a pas trop de sens pour moi, en fait. Parce que... C'est pas ça qui est très intéressant, c'est plutôt comment ça interagit et plutôt comment les industriels ils essaient de capter les critiques, comment ils essaient de comprendre ce que le, ce que va être le sens pour le consommateur dans le « naturel », comment il ... C'est plutôt ça qu'est intéressant en fait. Et inversement, comment les consommateurs, les mangeurs ils vont produire des critiques, ils vont... Comment... Leur critique va être informée par la presse, par les médias... Aujourd'hui on pourrait regarder comme ça circule sur les réseaux sociaux.

M : Aors vous avez fait votre thèse en 2012 et depuis 2012 les rayonnages de produits alimentaires qui inscrivent le terme « naturel » dessus s'est quand même développé et les gammes se sont quand même développées depuis. Est-ce que vous avez le sentiment qu'il y a une demande accrue de ces produits alimentaires ?

O : Bah je pense après, après je suis pas... Faudrait plutôt demander à quelqu'un du marketing. Mais j'ai pas de chiffre comme ça en tête qui dit « ouais, le c...Composant, il...ouais, on existait hein ». Après je sais pas si c'est accessible. Mais euh par exemple il y a le cabinet XTC... Xavier Terral¹¹⁸, quelque chose. Xavier Terlet, j'crois. Je sais plus. Mais bon c'est celui qui fait le, c'est ce cabinet qui fait le panorama des tendances de l'innovation agro-alimentaire au SIAL à Paris. C'est euh tous les deux ans je crois. [se racle la gorge]. Et en fait bah eux, ils ont identifié, 'fin la tendance naturalisée, elle est qualifiée, elle est nommée, elle existe depuis 2002 en fait. Et au début elle a été indexée, elle a été sous la tendance « santé » et puis après y a différentes [inaudible] en France. Et euh il me semble qu'elle a été autonomisée, mais je suis pas sûr. Voilà ils le distinguent de la nature. Il y aurait le « naturel ». Et euh... Donc c'est identifié depuis 202 dans ce truc-là, c'est une manière de répondre, mais euh...Faudrait regarder d'autres euh, j'sais pas moi, faut regarder le revues de marketing et puis la courbe de « natrality » ou « naturalness » dans les publications de

¹¹⁸ Il s'agit de Xavier Terlet, PDG du cabinet XTC World Innovation.

marketing quoi. Par exemple. Donc elle est identifiée depuis 2002 et donc pour le dernier que j'ai vu, je sais plus lequel c'est, mais bon, chaque année ils disent que c'est l'une des deux-trois tendances les plus porteuses. Donc c'est toujours d'actualité. Et après le contenu, le contenu bouge en fait. Euh...Au début c'était très « absence de produit chimique de synthèse », « clean level » et tout ça, là. Et après il y a eu de plus en plus le végétal, vous savez, tout ce qui est alimentation végétale, 100% végétal, etc. Donc le contenu euh...Le contenu de ce concept, de cette tendance bouge.

M : Comment elle a évolué depuis votre thèse ?

O : Bin c'est ce que je vous dis, quoi. Au début c'est plutôt versus produit chimique de synthèse et de plus en plus, là y a la mode de tout ce qui est l'alimentation végétale. Mais j'ai pas regardé. C'est ce que je peux dire rapidement comme ça. Mais j'ai pas regardé vraiment, précisément.

M : Ok.

O : Après euh y a ça, bon....Est-ce qu'il y a des chiffres concrets sur le marché ? C'est pas comme le « sans gluten » où c'est assez facile à circonscrire. Euh c'est assez compliqué à circonscrire le marché du naturel. Parce que potentiellement y en a dans tous les rayons, c'est pas cette étiquette-là, ouais ce signe-là qui est forcément le plus important dans l'identité du produit, après une autre manière de répondre, on peut regarder, voilà « qu'est-ce qui est historiquement lié à ce souci du naturel ? ». D'abord des produits naturels etc., c'est quand même l'agriculture biologique, et ça ça fait qu'augmenter depuis euh trente ans, quoi. Ça y a des chiffres par contre. Il y a Agence Bio si vous voulez aller voir. Enfin c'est un argument qu'on peut utiliser pour ça. L'Agence bio c'est les acteurs du bio et ils sortent tous les ans un panorama avec des chiffres consommation, production.

M : D'accord. Justement, pour rebondir là-dessus, il y a plusieurs sociétés d'embouteillage en fait, qui ont choisi de se positionner chez des magasins biologiques. Pourtant aujourd'hui on n'a pas le droit de mettre qu'une eau minérale elle est biologique parce que c'est un produit brut qu'on met directement en bouteille et basta. Et certains ont choisi de...

O : Parce qu'elle est pas vraiment produite en fait.

M : Voilà.

O : Elle est capt, 'fin, elle est captée...

M : ... Et je voulais savoir ce que vous en pensez, pourquoi, selon vous, certains acteurs de se positionner et de vendre leur produit en magasin biologique ?

O : Par exemple Mont Roucous. Non pas Mont Roucous.

M : Si, je crois qu'eux c'est...

O : Ouais mais c'est pas que là. Mais ils y sont ouais. Mais c'est surtout qu'ils sont très positionnés « enfants ». nan euh... Mont Calme. L'eau de Mont Calme. C'est dans la vallée, au-dessus de Tarascon. Et Mont Calme ils sont dans les Biocoop, ils sont euh... je sais pas s'ils font uniquement, QUE du magasin Bio mais euh... Qu'est-ce que j'en pense ? Bin euh...

M : Enfin comment vous expliqueriez que certains acteurs, enfin, certaines sociétés choisissent de se positionner dans ces magasins biologiques alors que leur produit ne l'est pas ?

O : Ouais. Bah en fait il ne l'est pas parce qu'il ne peut pas l'être. Là, enfin c'est encore, la [inaudible] il peut pas l'être parce que le cahier des charges biologiques c'est techniques définies par d'autres techniques possibles, quoi. C'est « on n'utilise pas telle et telle technique, on », bah les produits chimiques de synthèse notamment. Et là comme dans l'idée il y a, comme vous disiez, c'est pas transformé, quoi. On prend l'eau et on la met dans une bouteille, quoi. Et donc du coup on peut pas dire qu' « on n'a pas fait ci » ou qu' « on n'a pas fait ça » parce qu'on est censé avoir rien fait. Euh...Après si...

M : Par rapport au consommateur, selon vous, qu'est-ce qu'elle attend la société d'embouteillage pour positionner sa bouteille d'eau dans un magasin biologique ? Qu'est-ce qu'elle veut faire comprendre au consommateur ?

O : Euh en fait je sais pas. Que c'est... Bah y a peut être le côté positionnement pour se distinguer des industriels de l'eau qui commencent à être aussi critiqués type les gros comme Danone avec Evian et toutes leur grosses marques. Il y a peut-être ce côté-là. D'ailleurs quand on voit euh. Je sais pas si Mont Calme c'est une société indépendante mais euh c'est plutôt des petites marques, quoi. Enfin des, des. Après peut-être qu'ils font partis des grands groupes mais qu'ils sont pas les grosses marques d'eaux marquées à fond. Donc ouais, je pense qu'il y a ce côté-là peut être de « [inaudible] is beautiful » et ...Et puis peut être l'idée de se positionner sur un truc qu'on... Sur un créneau où on... Je sais pas, on n'est pas l'entreprise qui rémunérons nos actionnaires à fond la caisse et qui faisons plein de

publicités. Il y a peut-être un peu ce créneau-là. Faudrait regarder ce qu'il y a comme eaux, enfin, à part celles qui sont QUE dans les magasins bio, qu'est-ce qu'il y a comme eaux dans les magasins bio ? Mais c'est vrai que comme ça, là, j'ai pas l'impression que... Elles sont absentes toutes les grosses. Les Volvic, Evian...

M : Oui, non, c'est vrai qu'elles y sont pas...

O : Ouais.

M : Qu'est-ce qui...

O : 'Fin ça c'est plus le choix du magasin de pas les référencer. Mais euh...

M : Qu'est-ce qui ferait, pour vous, qu'un consommateur va acheter sa bouteille d'eau dans un magasin biologique plutôt que dans un autre magasin ?

O : Boah, je pense que c'est beaucoup euh... Je pense que c'est beaucoup lié au fait que... Si tu vas faire tes courses au magasin biologique, tu prends ton eau, tu vas pas aller à Intermarché pour acheter l'eau. Si elle est, même si elle est 10% moins chère, quoi. Enfin d'ailleurs faudrait regarder les écarts de prix, ils sont peut-être plus importants que ça. Je pense que c'est quand même beaucoup lié parce que c'est des produits lourds, volumineux, compliqués à transporter mais qui par contre ne justifient pas qu'on se déplace juste pour eux quoi. C'est pas comme je sais pas du vin, vous avez tel vin bien précis, vous allez aller chez le caviste. Là vous allez pas vous déplacer juste pour l'eau. Donc j'imagine que c'est plutôt les gens qui consomment plutôt des produits bio, c'est sur leur parcours, ils le prennent mais je pense pas qu'il y ait une démarche d'aller de l'eau exprès dans les magasins bio. Peut-être que si, hein. J'en doute. s

M : Je regarderai.

O : Mais euh ouais. Et après ce qui est intéressant de creuser aussi c'est la contradiction euh... Les consommateurs sont pleins de contradictions mais... Enfin de la consommation d'eau en bouteille plastique c'est une aberration énergétique, environnementale etc. de balancer je ne sais pas combien de gramme de plastique à chaque fois qu'on boit 1,5L d'eau c'est un truc euh hallucinant, quoi. Moi je me dis que dans cent ans on se dira... Dans cent ans on se dira que c'était n'importe quoi de faire ça ! D'ailleurs je crois que les industriels ils commencent à... Tout le discours autour du plastique etc. Je sais plus si c'est le 6^{ème} ou le 7^{ème} continent de plastique euh. Il y a beaucoup de solutions techniques qui sont envisagées notamment le gros, de mettre des distributeurs un peu partout.

M : Alors justement.. Il y a... Sur le, le site internet du Syndicat des Eaux Minérales, il y a toute une rubrique sur le développement durable. Et on va valoriser l'eau minérale via le développement durable parce que on va valoriser le fait que l'eau, enfin le contenant, va être recyclable. Qu'est-ce que vous en pensez en fait de ce positionnement-là ?

O : Ouais... Le rôle, le [inaudible], la bouteille d'1L5, quoi ?

M : Oui.

O : Euh... Alors là... Je pense moi que euh... Déjà pour que ce soit... Enfin recyclable, c'est pas forcément recyclé. Déjà y a ça. Il y a des pays qui recyclent bien et là j'reviens, là ce matin j'suis arrivé du Maroc. Quand on boit un café, on vous donne une bouteille d'eau de 25cl. C'est hallucinant, quoi ! Euh 25. En 25cl d'eau, on utilise je sais pas combien de gramme de plastique euh. C'est pas... C'est balancé, il y a pas de tri quoi ! Alors après, comment c'est, effectivement rationné, et ça c'est quand même... J'sais pas si j'suis pessimiste mais je pense que c'est la majorité de l'humanité qui ne recycle pas aujourd'hui ou alors qui le fait, qui le fait APRES le tri.

M : Sur la France, votre regard en France ?

O : Euh... Sur... Alors. Pour refaire la question ?

M : Euh Alors euh.

O : Oui, positionnement, « c'est recyclable et tout ça ».

M : Sur le développement durable.

O : Bah moi je pense que c'est. Moi je pense. Fondamentalement j'pense que, que c'est une absurdité de consommer de l'eau en bouteille. J'le dis en ayant, voilà, pour mes deux filles, j'ai acheté... On a acheté de l'eau en bouteille pendant un certain nombre d'année pour faire les biberons, quoi. Enfin pas pendant un certain nombre d'année. Pendant un an, allez. Jusqu'à leur un an et demi. Mais voilà, on a tous des contradictions mais je trouve ça vraiment, je trouve ça hallucinant, quoi. Et notamment parce qu'en France, on est dans un pays où dans la plupart des régions on peut boire l'eau du robinet sans problème. Après c'est plus compliqué à d'eau endroits du monde. Mais bon du coup le recycl... Euh... Si on fait... Je suis pas spécialiste de ça, j'ai pas les chiffres mais si on fait une analyse de cycle de vie ou des impacts environnementaux énergétiques de l'eau en bouteille, même si la bouteille est recyclée, ça reste une aberration en fait. Alors qu'on a au robinet de l'eau de qualité,

quitte à la filtrer, quitte à faire des trucs euh. Mais euh... Parce qu'euh en fait, même quand on a une bouteille, si on veut la recycler bah il y a quand même un coût en fait. Il faut déjà déplacer la matière plastique, il faut la chauffer, la refondre, enfin voilà, ça a un coût, quoi. Ça a un coût euh. Même recyclé, ça a un coup supérieur que s'il y en avait pas. Donc voilà. Je pense que... Enfin moi ça me, ça m'attriste de voir un peu les quantités de flotte en bouteille qu'on consomme. Et je vois par exemple, ma compagne elle est d'origine albanaise donc on va souvent en Albanie et c'est un pays où en fait, bon, c'était un pays communiste, il y a eu la chute du régime au début des années 90, il y avait de l'eau qui était de bonne qualité, il y avait des installations d'eau qui étaient de bonne qualité. Il y a eu un... L'état s'est effondré après le communisme, donc aussi les investissements d'infrastructures etc. Les villes et notamment la capitale Tirana a explosée au niveau démographique et en fait les gens, donc... A la fois les gens ils avaient euh... Plus de bonnes raisons de se méfier de l'eau du robinet alors qu'avant ils faisaient confiance mais parce que bah les sources d'approvisionnement n'étaient pas les mêmes, etc. Mais en même temps, il y a les industriels de l'eau qui se sont engouffré là-dedans et maintenant ils boivent plus de l'eau en bouteille. Et en fait ça contribue aussi à faire perdre la confiance dans l'eau du réseau. Et en fait ils en savent rien ! Les parents de ma compagne ils en savent rien de « est-ce que l'eau du robinet elle est potable ou pas ? ». Ils connaissent pas les analyses, ils connaissent pas... Et elle l'est peut être en fait et ça m'étonnerait pas qu'elle le soit . Après il y a un autre problème, ils ont des, des ruptures d'approvisionnement elle est stockée sur les immeubles dans des euh, des containers en métal. Donc ça, ça peut produire des problèmes sanitaires par exemple ça peut être des développements de bactéries etc. Donc ça, ok, ça peut justifier de se méfier des euh... C'est pas. Si y a besoin de ça, c'ets pour avoir la pression tout le temps parce qu'il y a pas eu les investissements d'infrastructures alors qu'avant il y avait pas besoin mais voilà. Enfin. Du coup c'ets un cercle vicieux et l'eau en bouteille apparaît comme solution à tout ça et c'est hyper triste quoi.

M : Euh... Pour le cas de la France, est-ce vous pensez qu'il s'agit des mêmes raisons ? Est-ce que vous pensez qu'en termes de confiance, euh. Est-ce que vous pensez que c'est une raison de confiance où le consommateur va se diriger plus vers une bouteille d'eau ou...

O : Ouais je pense, ouais.

M : ... une question de goût, d'habitude ou de représentation de...[cherche] du naturel euh ?

O : Ouais... Bah après il y a des consommations, ça dépend, il y a des consommations d'eau qui sont plus un peu... parce que euh... Parce que ça fait plaisir. Tu vois je pense les eaux pétillantes avec un bon repas ça fait du bien. Alors les eaux pétillantes... Donc il y a peut être la question...

M : Et pour rester sur l'eau plate ?

O : Pour rester sur l'eau plate bah... Alors après il y a voir régulièrement des analyses d'eau dans certaines régions. Oui, il y a des régions c'est problématique. Le nitrate en Bretagne c'est problématique, les résidus de pesticides, les perturbateurs endocriniens euh dans telle autre région ça peut être problématique mais bon. De manière générale l'eau du robinet, en France, elle est quand même de bonne qualité, quoi. Et [inaudible]... Et ça n'empêche que oui, il est possible que les gens se... S'en méfient parce qu'ils voient ces informations qui sortent régulièrement. Euh... Les [inaudible] reposent sur, effectivement les données assez voilà. Je me souviens avoir vu des trucs sur par exemple, le dépassement du nitrate dans des eaux en Bretagne, C'est des dépassements très élevés. Alors après, après, je sais pas s'il y a encore des nitrates que c'est forcément bon/ mauvais. Enfin c'est pas un poison en soit le nitrate, quoi. Euh... Mais je connais pas bien la littérature épidémiologique sur le taux de nitrate et puis épidémiologique ou d'ailleurs biologique, biologie moléculaire etc. qui montre la dangerosité de boire de l'eau avec des nitrates. L'eau avec els pesticides, c'est pareil, c'est un peu compliqué, c'est l'effet cocktail. On est un peu au début des connaissances sur tout ce que ça englobe mais bon, quoiqu'il en soit, il y a des infos qui sortent régulièrement. Et oui, je pense qu'il y a des gens qui se méfient. Après il y a en peut être aussi plein, voilà, nous à Montpellier l'eau est très calcaire. Des gens qui ont des problèmes de reins ou... ils évitent de la boire donc ils vont acheter de l'eau minérale euh... C'est pareil, vu qu'elle est très calcaire, c'est pas conseillé pour les enfants. Pour les tous petits. Par contre, à Toulouse, il y a pas de problème avec ça, parce qu'elle est beaucoup moins minéralisée. Donc du coup donc pour ma première fille donc on était à Toulouse, moi j'avais tendance à, moi je m'en fichais, c'était surtout ma compagne qui voulait prendre de l'eau en bouteille mais moi j'm'en fichais, je leur donnais régulièrement de l'eau du robinet. Ici, c'est vrai qu'on était plus uniquement sur l'eau en bouteille mais moins pour des questions de contamination ou autre que pour des questions, voilà, quand ils sont petits, les reins sont pas forcément euh... Enfin ça se trouve c'est n'importe quoi hein, c'est pas qu'ils sont pas assez matures etc., mais bon. Je pense que ça repose sur quelque chose parce que les eaux pour nourrissons, c'est des eaux très peu minéralisées, je crois en dessous de, je sais

pas, 300ml par litre. Et il y en a d'autres, faut pas donner de l'Hepar pour faire un biberon, quoi, parce qu'il y a deux grammes ou je sais pas, quelque chose comme ça par litre, bon. Euh... Donc voilà, ouais, les problèmes de confiance dans le robinet, certainement, après euh... Je sais pas. On devrait faire des enquêtes, je sais pas s'il en existe sur euh... Pour faire l'histoire un peu de l'adoption de l'eau en bouteille dans les familles ou euh.... Parce que là ça s'est généralisé quand en fait l'eau en bouteille plastique ?

M : Ca s'est euh... Bah euh c'est tout récent en fait. C'est 20^{ème} siècle. C'est fin 19^{ème}- début 21^{ème} siècle avec l'eau thermale mais c'était d'abord très élitiste et après ça s'est vraiment démocratisé après la guerre, la seconde guerre mondiale.

O : Avec la bouteille plastique.

M : Oui. Exactement.

O : Parce qu'avant la guerre, c'était, quand c'était élitiste c'était plutôt de la bouteille en verre, hein.

M : Exactement, c'est ça. Et ensuite ça s'est répandu dans les bars, dans les restaurants etc., dans les hôtels également. Euh ça a été également répandu par le, la médecine, c'est-à-dire qu'on recommandait de l'eau pour se soigner, de l'eau minérale euh voilà. Les lobbyistes jouaient aussi là-dessus. L'eau était enfin perçue comme quelque chose qui pouvait soigner le corps humain là où pendant des années et des années on en avait peur parce que justement, c'était l'eau qui apportait la maladie, là il y avait l'effet inverse qui jouait et après ça s'est vraiment démocratisé avec l'eau plastique après la seconde guerre mondiale. Voilà.

O : Ouais et même, je pense,...

M : Bon et puis avec les Trente Glorieuse.

O : Ouais.

M : Ouais.

O : Ouais. Et puis aussi, le développement de la voiture, des hypermarchés parce que c'est quand même, c'est pas des trucs qu'on ramène euh. Enfin je pense que ça a mis un coup de booste à ça, là, le modèle de l'hypermarché, la voiture. Parce que c'est beaucoup plus facile de ramener ce produit-là qui est très volumineux, lourd, etc. Après c'est aussi possible de les avoir dans des commerces de proximité mais euh...

M : Je ne sais pas s'ils faisaient des packs de 6 à l'époque mais euh... [rire] !

O : Bah ouais mais euh. Ouais. Quoiqu'il en soit, quand on boit que de l'eau en bouteille, il faut des quantités importantes, quoi.

M : Mh, mh [regarde le téléphone]. J'espère que je vais pouvoir entendre parce [rire].

O : Ouais, oh, à mon avis ça devrait le faire.

M : Euh sur les contenants, il existe aujourd'hui une société qui s'appelle Watershop et qui a décidé de vendre différentes gammes d'eaux en bouteille. Le prix va varier de 3€ à 350€ la bouteille d'eau, en verre. Le prix, bah bien sûr va être défini en fonction d'où provient l'eau, comment elle a été extraite, si elle a touché le sol (il y en a qui sont extraite directement depuis les nuages d'après un procédé que j'ignore). Euh et en fonction de son taux de pureté.

O : L'eau extraite depuis les nuages c'est de l'eau déminéralisée, quoi.

M : Alors je ne me suis pas, j'ai pas regardé les différentes gammes...

O : Ouais. Faut pas boire trop de ça parce que sinon euh... Sinon on perd tous ses minéraux d'une certaine manière.

M : Mais je voulais savoir, comment vous, vous expliqueriez qu'une certaine clientèle puisse être intéressée par ce type de produit en fait ? le fait qu'on aille jouer sur la pureté, sur euh et sur le contenant.

O : Bah là pour moi il faut reprendre Bourdieu et puis les procédés de distinctions sociales, quoi. Là c'est, au niveau commercialisé en France, là ?

M : Oui c'est international.

O : Et ça c'est lié aussi à tout ce qui est euh, les bars à eau et tous ces trucs- là.

M : Oui j'ai vu qu'il en avait au Canada, il y en avait sur Paris...

O : Ça a commencé je crois, beaucoup en Californie. Les bars à eaux ça a commencé beaucoup en Californie, je pense.

M : Alors je ne sais pas du tout où est-ce que ça a...

O : Ca doit être lié. Ou peut-être New York aussi, je sais pas.

M : Ouais.

O : Mais c'est des bars à eaux où on trouve des eaux hyper chères. Ouais moi, j'pense que on peut appliquer une grille de processus de distinction sociale. C'est euh le moteur du luxe, quoi. C'est la même chose que les moteurs de produits de luxe.

M : Même pour un consommateur qui a envie de se distinguer, qu'est-ce qui va le pousser à mettre 350€ dans une bouteille d'eau comme ça, plutôt que, bah par exemple à 20, même si c'est déjà très cher pour de l'eau ? Pourquoi il va chercher une eau qui est près de je sais plus... Pourquoi il va avoir cette volonté ou ce souci sanitaire pour sa propre personne ? Est-ce qu'il va euh ?

O : Bah c'est aussi, ouais, sûrement, il y a de tout mais euh. Bah après y a sûrement des trucs autour des goûts de l'eau, autour de la dégustation de l'eau, enfin. Mais euh. Je sais pas. C'est l'accès privilégié à une ressource rare, quoi. C'est ce qui fait que ça les distingue socialement parce que vous faites partie du petit nombre qui peut avoir accès à de l'eau de nuage à 350€ la bouteille.

M : Ok. Et d'ailleurs cette société, tout à l'heure vous parliez de la terminologie des appellations : la société tient à ne pas appeler une bouteille d'eau « une bouteille d'eau » mais un « flacon ».

O : C'est que du verre ?

M : Oui, voilà. Est-ce que selon vous, l'appellation du produit va induire une qualité et peut induire sur la perception de la naturalité du produit ?

O : Ouais, bah voilà. Le flacon c'est pour donner. Ouais, voilà, c'est pour donner le... Là, le processus distinctif il va jusqu'à changer les termes quoi. T euh c'est pour sans doute se déconnecter ou pour bien insister que c'est du verre et déconnecter de la bouteille qui est souvent associée au plastique, quoi. Enfin quand il s'agit de bouteille d'eau c'est pour le plastique. Donc euh sans doute, je dirais, enfin, que ce soit bien clair, il y a pas cette contamination par le plastique d'un produit qui serait naturel ou indemne de toute activité humaine, etc. Et puis je pense aussi que le verre, c'est aussi qu'il y a ce côté un peu gastronomique, un peu luxe. C'est pour se rapprocher de l'univers du vin. Et euh ouais.

M : Vous avez raison, le directeur de cette société, Watershop, est le premier sommelier d'eau. Il va conseiller les goûts et conseiller sa clientèle.

O : Bah voilà. Il se présente comme ça ? Comme sommelier d'eau ?

M : Oui.

M : bah voilà bah dans le vin ou la gastronomie en générale, il y a ces processus de distinction qui sont très forts. Et...Et qui sont, enfin il y a aussi, enfin comment dire. Enfin je sais pas si on peut le voir comme ça. Mais il y a aussi dans la gastronomie, c'est la distinction par le luxe mais il y a aussi la valorisation de produits très populaires, de terroir, qui sont très gastronomisés derrière. Jean-Pierre Poulain il a écrit un livre là-dessus. Par exemple euh... Je sais pas, les escargots, à la base, c'est vraiment la nourriture d'appoint pour les gens très pauvres et puis voilà, ça a été gastronomisé. Même le cassoulet, c'est un plat de fève avec trois bouts de poignes et maintenant c'est devenu un truc euh que tu peux payer 20 ou 25€ à Toulouse ; après je sais pas si on retrouve ça dans l'eau, le côté valorisation de trucs vraiment populaire...C'est plutôt, ouais c'est plutôt de la distinction passif, quoi, avec l'eau.

M : En même temps, je suis en train de penser à ce que vous dites. Pour revenir à Evian, autant ils vont vendre la bouteille d'eau plastique dans tous les magasins mais ils vont aussi mettre une certaine gamme d'eau qu'ils vont mettre en bouteille, enfin en bouteille de verre et ensuite ils vont jouer sur le design de la bouteille. Parce que selon vous, puisqu'il s'agit de la même eau, de la même source, ça va complètement jouer sur la qualité, sur la perception de qualité pour le consommateur et potentiellement le goût ?

O : Bah ouais, bah là, j'imagine qu'en analyse sensorielle il doit y avoir plein de chose sur euh la perception du goût des eaux en fonction de la présentation enfin du packaging, ça doit être très variable. Ça doit induire beaucoup de variation sur la base d'un produit qui, qu'est pas très puissant. C'est pas très organoleptique, l'eau, par rapport à d'autres produits. Même si certaines ont des goûts très prononcés genre Hépar ou voilà. Donc j'imagine que le contenant doit induire plein de choses. Et ouais, après, clairement, c'est distinctif, quoi. C'est euh... C'est pas pour rien que dans des restaus un peu chics l'eau elle est en bouteille en verre. Et la San Pelegrino dans les restaurants, elle est dans des bouteilles en verre et pas dans des bouteilles en plastique.

M : Voire même une carafe, en générale, on la met, on va ramener une carafe en verre, et pas ou rarement en plastique, quoi.

O : Oui. Oui, la carafe même pour l'eau du robinet oui. C'est pas un pichet en plastique, quoi.

M : je voulais vous demander si aujourd'hui, vous m'avez dit que le concept est toujours en vogue, euh le concept de naturalité. Est-ce que pour vous ça devient un indispensable pour les industriels ? Selon vous.

O : Bah indispensable, non. Moi je pense que c'est surtout le signe en fait euh ils ont des problèmes à régler dans la relation avec le consommateur et le consommateur de certaines catégories qui sont devenues de plus en plus réflexives et critiques et euh c'est le signe que euh... Ils cherchent des solutions, quoi. Mais euh ça reste, c'est pas les changements, c'est des changements systémiques qui [inaudible] sur les conséquences environnementales par exemple de comment on mange, c'est des changements systémiques et parfois on peut se demander si même le bio ça suffit, quoi. C'est euh même des changements au niveau des structures de consommation, manger moins de viande, euh de... Donc bon. Il y a un problème de confiance je pense, qui est croissant et le naturel c'est un symptôme que y a, la recherche de nouveaux accords de confiance avec le consommateur. Et est-ce que ça fonctionne vraiment ? Est-ce que ça génère vraiment de la confiance ou est-ce que .. ? Ouais voilà, je pense que le bio, ça génère quand même de la confiance parce les consommateurs ou la plupart – sauf certains qui sont vraiment critiques et qui diraient « oh t'façon c'est des conneries », « t'façon y a de la fraude » ou « t'façon le champ d'à côté il traite »- mais bon il y a quand même des consommateurs, la majorité valorise ce label parce qu'ils savent aussi qu'il y a des engagements concrets quoi, en termes de d'évitement de certaines techniques etc.

M : D'accord. Est-ce qu'avant de clore cet entretien vous souhaiteriez ajouter quelque chose sur le concept de naturalité ou sur la naturalisation ?

O : Euh, non, je trouve que... Juste, que l'eau c'est un... C'est une bonne entrée pour euh... Pour questionner tout ça. Parce que il y a vraiment l'idée que c'est un produit qui est, qui se fabrique tout seul et de regarder qu'on est vraiment sur une page blanche, quoi, de comment les gens pensent le naturel ou l'artificiel sur cette base-là c'est vachement intéressant. Après je pense qu'il faut euh... ça peut-être intéressant de regarder à la fois comment les industriels ils utilisent ces concepts etc. ou ils essaient de mettre en scène avec des mots avec des images etc. ou des trucs de packaging le naturel... C'est aussi intéressant d'aller voir du côté des consommateurs, quoi. Comment ils... voilà, par exemple, sur les bouteilles d'eau, les marques vendues en magasins bio, aller questionner des gens en magasin bio et qui en achètent pour savoir quels sont leur [inaudible] et qu'est-ce que ça leur pose éventuellement

comme problème de consommer de l'eau, d'acheter autant de plastique pour transporter de l'eau ? Enfin voilà.

M : D'accord. Est-ce que vous auriez des lectures à me conseiller ? Des sites ou autre ?

O : Bah on l'a un peu dit. Après euh... J'avais vu passer un truc sur euh, j'ai oublié, je sais plus qui c'est, c'est des américains sur les bouteilles plastiques, enfin, sur l'eau en bouteille et le naturel. J'essaierai de le retrouver. Mais je vous promets rien.

M : D'accord. Un article ?

O : Ouais, un article. Si vous faites euh « bottle », je sais pas « bottled wated » et « natural » et « naturalness » ou quelque chose comme ça. J'vais essayer de regarder si je trouve ça.

M : je vais essayer de retrouver en parallèle. Et simplement pour bien reprendre le nom c'est bien « Alessandro Stangiani » ?

O : Stanziani avec un « z ».

M: Ok. Sur l'histoire de la qualité alimentaire.

O : Ouais. Ouais c'est intéressant, ouais.

M : Et bien je vous remercie.

O : Bien je vous remercie, bin bon courage.

Annexe 13 - Retranscription intégrale de l'entretien réalisé avec Tristan Fournier le 05.02.2019 à La Maison du Lait, Paris

L'entretien avec Tristan Fournier s'est réalisé à l'improviste lors du Colloque de la 13^{ème} Ecole de la SFN à la Maison du Lait à Paris le mardi 5 février 2019. Tristan Fournier a présenté la *socio-anthropologie de la promesse du jeûne*, une étude qui est encore en cours et à laquelle il participe. Au cours de cette présentation, il a évoqué les conditions des participants à un stage de jeûne encadré ainsi que leurs représentations de cette « *aventure* ». Parmi ces représentations, il a décrit que le peu ingéré était des bouillons, des tisanes mais essentiellement de l'eau. Peu après, il a expliqué que cet ascétisme alimentaire permettait de

décupler les saveurs des premiers aliments ingérés après la période de jeûne. Nous avons donc souhaité savoir si pendant le jeûne l'attention au goût était aussi prononcée pour les bouillons et plus particulièrement sur le goût de l'eau donnée par les encadrants. Tristan Fournier nous a de suite prévenue qu'il n'a pas encore travaillé sur ce point mais qu'il voulait néanmoins se prêter au jeu de questions-réponses. Nous avons réalisé cet entretien dans la salle d'accueil de la Maison du Lait, après le buffet repas du midi. Cet espace, grand et haut de plafond raisonnait énormément et le moindre bruit était décuplé.

Entretien le 05/02/2019

Durée de l'entretien : environ 10 minutes

Durée de l'enregistrement : 00'10'42

Tristan Fournier, chercheur sociologue au CNRS (Iris, Paris)

Lieu de l'entretien : Paris, le hall d'entrée de la Maison du Lait

M : Je voulais savoir si dans les discours que vous avez eu au cours des entretiens, comme l'eau est le seul élément qu'ils ingèrent, s'il y a des retours. Est-ce qu'ils en discutent déjà entre eux, entre participants durant le stage? S'ils parlaient de ce qu'ils ingéraient....Et si oui de quelle manière ?

T : Alors en vrai, nous on n'a pas encore rencontré ces gens-là. On a étudié toute la promesse du jeûne comme j'ai expliqué, on a étudié les témoignages des personnes. On n'a pas discuté avec eux. On n'a pas recueilli expressément les témoignages.

M : D'accord.

T. Après, l'eau apparaît partout parce que c'est le seul ingrédient qui est utilisé, qui est agrémenté. Donc je disais, il y a dans le jeûne qui est pratiqué en France et vendu dans des stages...c'est toujours comme ça, hein. Je l'ai dit un peu pour blaguer durant la conférence mais c'est des jus de fruits frais le matin, donc il n'y a pas d'eau rajouté dedans mais c'est hydratant. Le soir c'est un bouillon clair, donc là c'est fait à partir d'eau. Je crois que ce serait assez intéressant de voir s'il y a une attention qu'est accordé par les organisateur à « d'où vient cette eau-là ? », par exemple. Ca je ne sais pas.

M : Je pensais enchaîner là-dessus, mais si vous n'avez pas d'information là-dessus...

T : Après, comme je disais, nous ce qu'on a vu c'est qu'il y a toute une controverse sur l'efficacité du jeûne i on jeûne à l'eau –qui est la moindre chose, puisqu'on ne peut pas jeûner à sec, ça ne se fait pas comme pratique-, mais donc jeûner à l'eau ou jeûner comme Bushinger. C'est un médecin allemand qui promouvait l'idée d'incorporer un peu de calorie par jour pour éviter tous les nutriments perdus. Et je pense que c'est là où c'est intéressant de creuser. En fait il y a donc Paul Shelton, donc le tenant de ce premier type de jeûne, donc c'est un peu le Père de l'Ecole Hygiéniste on l'appelle. C'est un courant de la Naturopathie. C'est les années 50-60, je sais même plus bien. Mais lui il disait, au repas ça ne sert à rien...

M : C'était juste avant les 11 médecins qui sont partis faire la marche à pied ?

T : Ouais, je ne me souviens pas des dates mais c'est cette période-là. C'est plus ancien que *Jeûne & randonnée* ou Bushinger, mais c'est quelque chose comme ça.

M : D'accord.

T : Ouais, il a eu sa côte de popularité jusque dans les années 80 je dirais. Ou 90. Et lui, y avait aucune différence. C'était vraiment le côté repos et randonnée, c'était intéressant de voir s'il fallait activer le corps ou pas. Et lui, il était vraiment dans l'idée de l'efficacité pure, du jeûne, dans le sens où il fallait vraiment être allongé comme ça (tend ses jambes, regarde le plafond de la salle), pas bouger et borie que de l'eau, qui était LE liquide minimal quelque part. C'est ça qui est assez intéressant.

M : Il en parle que comme le liquide minimal, une base pour vivre ?

T : Non. Voilà. Maintenant que tu me dis ça... La base pour vivre, c'est-à-dire qu'on en pourrait pas rester 20 jours sans boire évidemment. Déjà une semaine c'est pas possible. Donc c'est le côté biologique, minimal qui est présent. Après il y a le côté purifiant. C'est-à-dire qu'il est...

M : Il l'exprime tel quel ?

T : Ouais, il l'exprime. Faudrait, retrouver. J'ai plus ce qu'il dit en tête mais c'est ... J'imagine qu'il y a au moins ces deux dimensions associées à l'eau en termes d'adjectifs. C'est le côté pur et purificateur. Mais regardez-y. Shelton.

M : Shelton, vous l'épeler comment ?

T : S, H, E, L, T, O, N.

M : Ok.

M : Ouais alors vraiment, j'ai pas grand-chose à dire mais euh je crois que ces dimensions ça vaut le coup d'aller regarder parce que c'est... Peut-être qu'il l'explique plus que je le dis. Je ne sais pas.

M : Ok. Donc a contrario, dans ce cas, donc l'eau va avoir un effet purificateur et si on ingère un aliment, y a justement l'effet inverse ?

T : Non, bah en vrai, si, vous avez raison. C'est dans le sens où ceux qui promeuvent le jeûne pensent que, au-delà de nous apporter des nutriments peut nous encrasser. Enfin il y a toute une rhétorique négative en fait. Donc le jeûne permet de nettoyer en fait. Par contre le jeûne à l'eau, ce qui a été montré dans les témoignages, les gens disent « c'est compliqué juste à l'eau ! ». C'est dur, quoi. Enfin c'est le passage du début jeûne jusqu'à l'étape où en fait on a vraie modification à état de conscience modifié on l'appelle. On est un peu défoncé. Quatre jours, cinq jours, on plane, les gens le disent.

M : Même au bout du 3^{ème} jour, ouais...

T : Donc on voit les gens décollent et ils ont même plus envie de manger après et ils partent dans une expérience.

M : Dans des euphories, ouais...

T : Dans des euphories etc. Et entre cette période-là et le début de l'aventure, en gros, il ya cette période merdique, là, de trois jours où (moi je l'ai pas encore faite mais) tous les témoignages sans aucune exception disent « c'est dur, quoi ». Enfin... Bin déjà faut se libérer de l'habitude de manger. Parce que c'est très social. Même si on n'a pas faim, il peut y avoir des jours où on n'a pas faim mais la faim elle se cale euh... Ou en tout cas on n'a pas BESOIN de biologiquement manger enfin, il va rien se passer. Et ça va être dur de résister à ça. Il faut se libérer de ces contraintes sociales. Par ailleurs on a des évènements enfin des manifestations biologiques, c'est très désagréable. Enfin les deux que j'ai citées qui sont les principales qui sont le moins, enfin qui sont citées par la majorité des gens : c'est des maux de tête vraiment forts et des nausées qui sont vraiment fortes. C'est-à-dire qu'ils vomissent de ne pas manger en fait.

M : D'accord. Donc c'est que de la bile...

T : Exactement. Ou en tout cas des envies fortes. On n'est pas bien du tout. Ces trois jours-là peuvent être vraiment compliqués et ce que Buchinger avait apporté, donc B,U,C,H,I,N,G,E,R. C'était un médecin qui était quelque part un concurrent de Shelton hein. Je ne sais pas s'ils se connaissaient mais c'était deux courants concurrents. Lui il disait, donc il avait observé dans des [inaudible], parce qu'il y a toute une tradition d'études hein. Si vous avez vu le documentaire sur Arte il y a cette idée du mythe qu'il y a, que la Russie aurait des milliers de données, c'est vachement intéressant. Et donc Bushinger il est dans cet état d'esprit à faire des études, donc il y a beaucoup d'étude là-dessus où il montre que en faisant pleins de petites différences pour réduire ces effets assez négatifs des premiers jours du jeûne. Il montre ouais, qu'en absorbant 250, allez 350 calories euh, de nutriments quelque part, mais qui sont essentiellement liquides, donc du bouillon ou du jus de fruit. On réduit ça, donc l'organisme est moins saturé et c'est moins violent pour lui. Et donc ça permet de passer plus tranquillement cette phase et d'atteindre le nirvana (fais le geste des guillemets).

M : Donc c'est vraiment une sorte de purge en fait pour les patients.

T : Ouais puis peut être une transition quelque part. Une transition plus en douceur encore. Le jeûne strict à l'eau... Alors là c'est vraiment, là, ça vaut le coup de regarder ce que dit Shelton parce qu'il a dû le défendre, parce que c'était son truc. Bon après peut être qu'il y a quelque chose du côté de l'ordre de l'ascèse, justement, où, bah tant pis, on souffre pour aller mieux. Il y a un côté très religieux. Là le côté Buchinger c'est presque le jeûne moderne. C'est presque la périodure du jeûne ! Parce que c'est vrai, ça pourrait être ça. Bon voilà, en vrai, j'ai pas grand-chose d'autre à dire mais peut être que c'est des pistes à regarder.

M : Et, alors je ne sais pas si vous vous avez pu lire ce type d'information ou pas : est-ce que les gens qui pratiquent le jeûne vont attarder un regard plus, comment on peut dire ça, plus attentif au goût qu'ils vont percevoir sur l'eau et sur l'aliment ? Est-ce qu'ils vont avoir un palais plus développé ? Puisqu'ils n'ont que ça et que c'est un goût très infime.

T : Vous pouvez répéter ? J'ai pas compris.

M : Pardon. Pour avoir testé une fois, sur une courte période mais une très courte période (c'était trois jours et demie hein). C'était un...je ne sais plus quel nom ça a. j'avais mangé de la pomme pendant trois jours et demie et en fonction de la pomme, je me souviens avoir eu un palais beaucoup plus attentif à l'acidité ou au côté sucré, parfois même à des goûts plus amers... En fonction de si elle était plus ou moins flétrie. Et euh en fonction de l'eau

que je buvais. En fonction de si c'était de l'eau de bouteille ou du robinet. Et je voulais savoir si vous aviez eu des retours de ce genre, là-dessus ou si vous aviez vu...

T : Oui, alors oui, c'est sûr que des choses euh... Enfin tous le disent quoi, c'est... Le côté justement hédonique, enfin c'est retrouver les plaisirs simple, enfin c'est retrouver le plaisir de manger un fruit, une pomme sur des goûts sur lesquels on n'accorde plus d'attention en temps normal et ça décuple les sensations en fait. C'est évident. Sur l'eau ça doit être la même chose. Et d'ailleurs il y a un site, nous on l'a repris dans l'article, qui dit euh « le jeûneur qui redécouvre l'alimentation c'est comme le promeneur assoiffé qui redécouvre l'eau jaillissante » ou « qui redécouvre les plaisirs simples de l'eau » en fait. « Le plaisir désaltérant de l'eau ». Donc c'est mobilisé dans la rhétorique. Parce qu'on se rapproche d'une simplicité. Donc l'eau c'est l'essence de la vie, la première base et elle est toujours présente dans le jeûne et on peut imaginer qu'elle est réutilisée comme rhétorique c'est-à-dire, on va dire « imaginez que vous n'arriviez plus à boire, que vous soyez vraiment assoiffé, bin retrouver la bouffe après le jeûne c'est comme boire comme quand on est déshydraté », quoi. C'est vraiment...

M : Et vous quand est-ce que vous allez faire l'expérience ?

T : Nous ça n'arrête pas d'être repoussé, on l'a loupé plusieurs fois, et on est deux donc on n'arrive pas à s'accorder après on a loupé...

M : Vous ne le faites pas chez vous ? Vous allez le faire en stage ?

T : Non bah on pourrait mais l'idée c'est d'observer la structure, de faire une typographie, de participer quoi, d'observer les gens.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 - Traitement des représentations du risque de l'eau minérale naturelle _____	145
Tableau 2 - Description sémiologique des eaux minérales en bouteilles vendues en grandes surface _____	145
Tableau 3 - Description sémiologique des eaux minérales naturelles vendues sur le site spécialisé Watershop _____	148
Tableau 4 - Descriptif des ecolabels présents sur les eaux minérales naturelles _____	150
Tableau 5 - Comparaison descriptive de situation avec des étudiants et leur contenant d'eau _____	151

Tableau 1 - Traitement des représentations du risque de l'eau minérale naturelle

PRINCIPE	REPRESENTATIONS	EXEMPLE
CONCEPT 1	Représentation 1 : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Entretien 1</i> • <i>Entretien 2</i> • <i>Entretien 3</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Verbatim 1</i> • <i>Verbatim 2</i> • <i>Verbatim 3</i>
CONCEPT 2	Représentation 2 : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Entretien 1</i> • <i>Entretien 2</i> • <i>Entretien 3</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Verbatim 1</i> • <i>Verbatim 2</i> • <i>Verbatim 3</i>
CONCEPT 3	Représentation 3 : <ul style="list-style-type: none"> • <i>Entretien 1</i> • <i>Entretien 2</i> • <i>Entretien 3</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Verbatim 1</i> • <i>Verbatim 2</i> • <i>Verbatim 3</i>

Tableau 2 - Description sémiologique des eaux minérales en bouteilles vendues en grandes surface



Photo n° 1 : **Contrex**

- Bouchon en plastique rose fuchsia
- Bouteille en PETE transparent avec des stries diagonales incrustées. Forme cylindrique avec un diamètre plus fin au trois quart.
- Etiquettes blanche, bleue et rose fuchsia
- Marque en bleu foncé, le « x » de Contrex est élané vers le haut.
- 4 bulles en haut de la marque qui rappelle les minéraux qu'apporte cette eau.
- Label « pensez au tri » et « 100% recyclable » en bleu.
- Rappel des nutriments en bleu.
- Prix : 0,87€/L



Photo n°2 : **Volvic**

- Bouchon en plastique vert
- Bouteille en PETE transparent avec des stries incrustées en vagues en bas de la bouteille. Bouteille en pavé. Diamètre resserré au centre.
- Etiquette transparente, illustration d'un volcan vert avec une goutte transparente à l'intérieur.
- Marque en blanc ainsi que les gros titres. Le reste en vert foncé.
- Label « pensez au tri » et « 100% recyclable » en vert.
- Rappel des nutriments en vert.
- Enfant en bas âge qui boit.
- Prix : 0,80€/L



Photo n°3 : **Vittel**

- Bouchon en plastique rouge
- Bouteille en PETE transparent avec des stries incrustées en vagues en bas de la bouteille, horizontales au centre et plus triangulaire sur le haut. Bouteille cylindrique.
- Etiquette transparente, blanche et rouge. Pas d'illustration particulière excepté un grand « V » rouge en plein centre. Illustration d'un volcan vert avec une goutte transparente à l'intérieur.
- Marque en blanc ainsi que les gros titres. Le reste en vert foncé.
- Label « pensez au tri » et « 100% recyclable » en vert.
- âge qui boit.



Photo n°4 : **Evian**

- Bouchon en plastique bleu pastel
- Bouteille en PETE transparent avec des stries incrustées diagonales et en vagues en bas de la bouteille, horizontales au centre et plus triangulaire sur le haut. Bouteille cylindrique.
- Etiquette transparente, blanche et rose pâle. Des montagnes blanches au reflet bleu en fond.
- Marque en rouge ainsi que les gros titres. Le reste des écriteaux en gris clair. Les nutriments écrits en gris clair sur fond rose.
- Label « pensez au tri » et « 100% ».
- Illustration d'un enfant en bas âge qui boit.

 <p>Photo n°1 : Filiico</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bouchon en couronne - Bouteille en verre fumé, blanche, bordeaux ou noire. - Marque inscrite en argenté, suivi de « jewelry water » - Strass tout le long de la bouteille, décoration très épuré. - Les bouteilles bordeaux et noires sont à motifs semblables à des flacons de parfums. - Prix : entre 250€ les 72cL
 <p>Photo n°2 : Aquadeco</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bouchon en vert teinté noir - Bouteille en flacon, forme artistique, teintée gris taupe dégradé. - Le nom de la marque est inscrit à l'horizontale, au centre de la bouteille. Pas d'illustration. Présenté comme un parfum. - 12§ les 75 cL
 <p>Photo n°3 : Veen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bouchon en inox, goulot bleu foncé. - Bouteille en verre - Marque « Veen » incrusté dans le verre. - Pas d'illustration. Seule l'appellation de la gamme en titre blanc dans un fond coloré apparaît vers le socle de la bouteille. Bouteille mi- cylindrique mi- cubique. - Prix : 23§ les 75 cL
 <p>Photo n°4 : Acqua du cristallo Tributo a Modigliani</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bouchon et bouteille en cristal et or 24 carat en forme de port de tête africain allongé. - Prix : 60000€ les 75cL

 <p>Photo n°5 : Mont-Blanc</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bouchon en plastique bleu foncé - Bouteille en PET transparent et cylindrique avec des stries en vague tout le long de la bouteille. - Etiquette bleue et blanche - Marque « Mont-Blanc » en argenté et bleu foncé. « La seule eau minérale naturelle du Mont-Blanc » en blanc ». - Illustration du mont-blanc en blanc et argenté en arrière-plan.
 <p>Photo n°6 : BLK</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bouchon en plastique noir - Bouteille en plastique noir - « Blk. » en blanc, écriteaux en gris sur les nutriments, les calories, les antioxydants etc. Bouteille cylindrique, surface lisse.
 <p>Photo n°7 : Breeze</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bouchon sous collerette argentée, goulot de bouteille de vin. - Bouteille cylindrique en verre transparent. - Etiquette épurée en papier qui rappelle les bouteilles de vin, blanc cassé. « Breeze » et « eau des nuages » en noir, centrés sur l'étiquette. - Illustration : une croix en rosasse. - Prix : 10€ les 50 cL.
 <p>Photo n°8 : Bling</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bouchon vissé avec collerette dorée. - Bouteille en forme de bouteille de champagne, teintée en blanc opaque. - Chaine dorée accrochée au goulot. - Titre en doré avec des strass - Pas d'illustration - Prix : 40\$ les 75 cL

 <p>Photo n°9 : Boxed Water</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Bouchon en plastique recyclé - Bouteille carton en forme de bouteille de lait. Emballage blanc, écriteaux « boxed water is better » et « purified drinking water » en noir. - 2,57\$ les 50 cL.
---	---

Tableau 4 - Descriptif des ecolabels présents sur les eaux minérales naturelles

	<p>1 : PEFC (Programme de reconnaissance des certifications forestières) est une certification forestière privée qui promeut la gestion durable des forêts.</p> <p>2 : Les ecolabels garantissent un niveau d'exigence en termes de limitations des impacts des produits et services sur l'environnement et la santé.</p> <p>3 : FSC (<u>Forest Stewardship</u>) est un label environnemental dont le but est d'assurer que la production de bois ou d'un produit de bois respecte les procédures garantissant la gestion durable des forêts</p> <p>4 : NF environnement est une marque collective de certification délivré par Afnor Certification aux producteurs qui se soumettent volontairement à un cahier des charges de qualité environnementale.</p> <p>5 : Ce logo signifie que cette marque contribue à un Eco-Emballages.</p> <p>6 : L'anneau de Moblus signifie que l'emballage est potentiellement recyclable mais il y a aucune garantie.</p> <p>7 : Le point vert signifie que l'entreprise aide financièrement à la collecte, au tri et au recyclage des emballages.</p> <p>8 : Le Tidy man est fait pour rappeler aux personnes de jeter ce déchet à la poubelle.</p> <p>9 : Le sigle PET est associé à la composante plastique. Le chiffre associé au sigle désigne la composante du plastique. Le chiffre 1 (PET : <u>Polytéréphtalate</u> d'éthylène), 2 (PE-HD : Polyéthylène haute densité), 5 (PP : Polypropylène) sont des plastiques <u>triables</u> et recyclables.</p> <p>Sources : ecolabel.fr, Wikipédia « Ecolabel européen », planète-echo.net, vidéo <u>Komboa</u> « Les logos du recyclage avec Tatou ».</p>
--	--

Tableau 5 - Comparaison descriptive de situation avec des étudiants et leur contenant d'eau

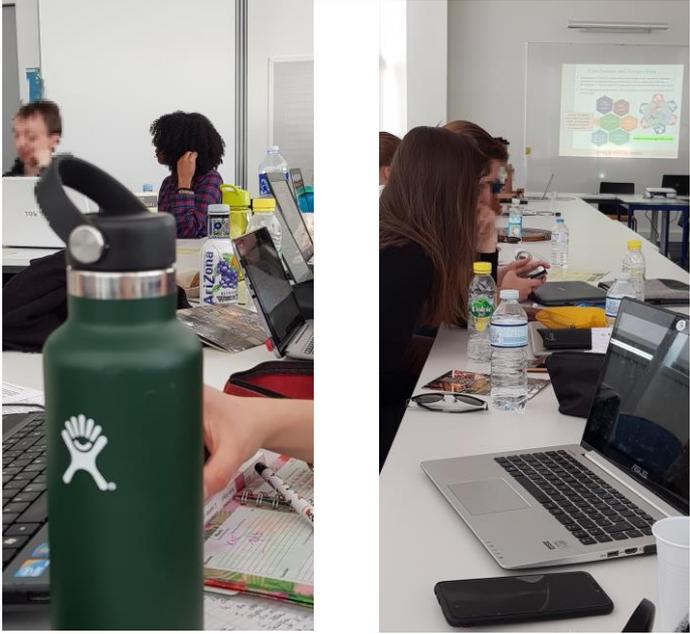
PHOTOS	DESCRIPTION
	<p>Salle de conférence.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 8 bouteilles d'eau en plastiques - 3 gobelets en plastiques - 2 gourdes d'eau (dont celle e l'enquêteur) <p>Etudiants en tourisme et en sociologie de l'Alimentation</p>
	<p>Classe d'étudiants en Master 1 de sociologie de l'Alimentation</p> <ul style="list-style-type: none"> - 7 gourdes d'eau sur les tables

TABLE DES MATIERES

SOMMAIRE	4
REMERCIEMENTS	7
INTRODUCTION GENERALE	8
PARTIE 1 – CADRE THÉORIQUE : PRÉSENTATION GÉNÉRALE DE L’EAU MINÉRALE NATURELLE	11
I. L’histoire de l’eau dans les sociétés occidentales	12
1. Etat général de l’eau	12
1.1. Définition de l’eau	12
1.1.1.1. Une ressource indispensable aux besoins physiologiques du corps humain	13
1.2. Une ressource naturellement présente inégalement répartie	14
1.3. L’eau, une ressource épuisable	15
1.3.1. Des critères qualitatifs autant souples que stricts pour un bien commun : l’eau potable en droit	17
1.3.2. La production de l’eau potable	18
2. L’eau, source d’un imaginaire fort et multiple autour de la sûreté	19
3. L’imaginaire autour de la symbolique de l’eau	20
2.1.1. Définition du « symbole »	20
2.1.2. Des représentations judéo-chrétiennes aux représentations contemporaines	21
2. Une brève histoire de la maîtrise de l’eau	22
2.1.1. De la source à l’approvisionnement	23
2.1.2. De l’approvisionnement à la surconsommation d’eau : l’influence des progrès scientifiques et techniques du 19-20ème siècle sur les pratiques	24
II - L’arrivée de l’eau minérale naturelle embouteillée : d’un produit révolutionnaire à sa remise en question	27
2.1. La construction du marché de l’eau embouteillée : du produit thérapeutique au bien de consommation banalisé	27
2.1.1. L’histoire de la mise en bouteille d’un bien commun	28
2.1.2. Une eau minérale naturelle distinguée de l’eau de source	29
2.2. La qualité en industrie agro-alimentaire	29
2.2.1. Le processus qualitatif de la production à la consommation en industrie agro-alimentaire	30
2.2.1.1. Le contrôle qualité appliqué à l’eau potable	31
2.2.2. Le contrôle des eaux embouteillées	33
2.3.3. L’emballage PET : zoom sur la nouvelle génération de bouteille d’eau	34
III - L’eau minérale naturelle en bouteille ou un produit industriel naturalisé	35
3.1. La naturalité, un moyen de structurer le monde en invoquant des valeurs	36

3.1.1. Une réponse à une ambivalence entre le naturel et l'artificiel dans l'alimentation contemporaine _____	37
3.2. L'émergence de la santé comme nouvelle norme de qualité alimentaire _____	37
3.2.1. Les enjeux de la traçabilité de l'eau en bouteille _____	38
3.2.1.1. Le contrôle de la bouteille d'eau minérale naturelle _____	38
3.2.2. Une iconographie marketing renforcée _____	40
3.2.3. Etats des études réalisées à ce jour sur la consommation d'eau en bouteille _____	41
Conclusion générale _____	42
PARTIE 2 – PRÉSENTATION DES HYPOTHÈSES _____	44
Introduction aux hypothèses _____	45
HYPOTHESE N°1 - La perception de la dimension santé et la pratique de l'eau minérale en bouteille demeurent corrélées pour l'ensemble de la population française _____	45
1. La médicalisation par l'eau minérale ou la santé comme argument de naturalité _____	45
1.1. Du produit thérapeutique... _____	47
1.2. ... Au bien de consommation banalisé _____	48
1.3. La naturalisation de l'eau minérale naturelle industrialisée _____	48
2. Des vertus de santé qui restent contrebalancées _____	49
2.1. La perception du risque alimentaire dans l'eau minérale en bouteille _____	50
3. Une scène médiatique au cœur des débats _____	52
3.1. Un scepticisme généralisé : des consommateurs perdus par les controverses liées à l'eau	53
4. L'eau minérale naturelle et ses atouts santé _____	55
4.1. L'eau minérale naturelle, un complément alimentaire pour le corps humain _____	56
4.2. Sémiotique de la mise en avant des arguments marketing _____	56
Conclusion de l'hypothèse 1 _____	58
HYPOTHESE N°2 - Boire de l'eau, un marqueur de distinction sociale contemporaine _____	59
1. L'émergence de la santé comme nouvelle norme de qualité alimentaire chez la classe aisée	59
1.1. Le goût comme norme qualitative chez le bourgeois du 19ème siècle _____	60
1.1.1. Boire de l'eau minérale naturelle, un marqueur de distinction sociale contemporain	60
2. L'eau minérale naturelle : le contrôle par l'ascèse du plaisir _____	61
2.1. Un plaisir ascétique intellectualisé _____	62
2.2. Pour un souci de soi _____	62
3. Une distinction par le contenant _____	63
3.1. Faire de l'eau minérale un produit rare et d'exception _____	63
3.1.1. Des bouteilles en verre au prix élevé _____	63

3.1.2. Un travail sur l'argumentation de la caractéristique d'origine des eaux minérales naturelles _____	64
Conclusion Hypothèse 2 _____	64
HYPOTHESE 3 - Une sensibilité plus prononcée pour la perception du risque écologique plus que pour le risque sanitaire selon la génération Y _____	65
1. Une sensibilité plus prononcée pour la perception du risque écologique plus que pour le risque sanitaire selon la génération Y _____	65
1.1. Une génération Y socialisée à la naturalité _____	66
2. Une génération qui tend vers le développement durable _____	67
2.1. Des écocitoyens Y : l'initiative gouvernementale française _____	68
2.1.1. Formés par une information iconographique associée à l'écologie _____	69
2.1.1.1. Une pluralité d'écolabels qui ne font pas tous sens pour le consommateur ____	69
2.1.1.1.i. La volonté de développer une éthique chez le consommateur _____	69
3. Une mise à distance entre comportements et attitudes relatives à l'environnement ____	70
3.1. Renforcée par le déterminant social des étudiants _____	70
3.1.1. Les réseaux sociaux : lieu d'échange d'information et de protestation ____	71
3.2.2. Dénoncer le coût énergétique et les emballages plastiques _____	71
Conclusion Hypothèse 3 _____	72
Conclusion générale _____	73
PARTIE 3 - CHOIX DE LA MÉTHODOLOGIE APPROPRIÉE ET MISE EN APPLICATION EXPLORATOIRE _____	74
Introduction à la méthodologie _____	75
1. Choix de la méthodologie de collecte de données _____	75
1.1. Travail théorique bibliographique _____	76
1.2. Méthode quantitative _____	76
1.3. Méthode qualitative _____	77
2. Choix des outils utilisés _____	77
2.1. Les entretiens _____	78
2.1.1. Les entretiens individuels _____	78
2.1.2. Les entretiens collectifs _____	78
2.1.3. Les entretiens semi-directifs _____	79
2.1.3.1. Retour réflexif sur les entretiens exploratoires _____	80
2.2. L'observation _____	81
2.3. La sémiologie _____	82
3. Choix du terrain et de l'échantillon _____	82
3.1. Notre terrain d'enquête _____	82
3.2. Le choix de l'échantillon _____	83

CONCLUSION GÉNÉRALE _____	85
BIBLIOGRAPHIE _____	87
LEXIQUE _____	94
TABLE DES ANNEXES _____	96
LISTE DES TABLEAUX _____	144
TABLE DES MATIERES _____	152

Résumé

L'impact environnement et santé sont les deux critiques majeures faites à l'industrie minière. Redoutée de tout temps, l'eau fait à ce jour partie des denrées les plus sûres en termes d'hygiène depuis les années 1990. Néanmoins, des doutes planent quant à sa composition. En parallèle, de nombreuses controverses dénoncent la surproduction d'emballage plastique. L'ensemble de ces connaissances sur l'eau contribuent à alimenter la perception des risques alimentaire des consommateurs. Dès lors, on met on met scène des bouteilles plus respectueuses à la fois du corps et de l'environnement grâce à un argument de taille : la naturalisation.

Mots clés : eau minérale naturelle – perception des risques – naturalisation - industrie agroalimentaire – industrie minière - bouteille en plastique PET – santé – environnement.

Summary

The impact on environment and health are the two main complaints made to the bottled water industry. Although feared since the dawn of time, water is nowadays part of the safest food we can find since the 90's, regarding health. However, some doubts remain concerning its composition, when, at the same time, a lot of controversies condemn the overproduction of plastic packaging. All this knowledge about water contributes to fuel the consumers' perception of food hazards. Since then, we stage bottles to be perceived as more respectful, both towards the body and the environment, thanks to a powerful argument: the naturalization.

Key words: natural mineral water – risks perception – naturalization – food industry – mineral water industry – PET plastic bottles – health – environment.

