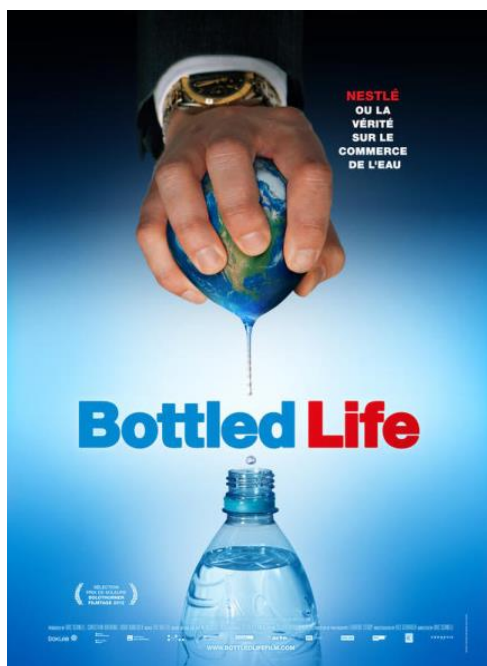


## Nestlé et le business de l'eau en bouteille



Documentaire d'Urs Schnell et Res Gehriger

(Allemagne/Suisse, 2012, 1h30mn)

Coproduction : ARTE, DokLab, Eikon, Südwest, SF

➤ **Synopsis** : Comment transformer de l'eau en or ? Une entreprise détient la recette : Nestlé, multinationale basée en Suisse, leader mondial de l'agroalimentaire, grâce notamment au commerce de l'eau en bouteille, dont elle possède plus de soixante-dix marques partout dans le monde (Perrier, San Pellegrino, Vittel ou Poland Spring aux États-Unis). Pour le président du Conseil d'Administration de la firme, Peter Brabeck, l'eau, fer de lance d'une stratégie planétaire, peut "garantir encore cent quarante ans de vie" à l'entreprise. Malgré le refus de collaborer opposé par la direction, Res Gehriger et Urs Schnell dévoilent les coulisses de ce marché qui brasse des milliards. Des États-Unis au Nigeria en passant par le Pakistan, ils explorent les circuits de l'eau en bouteille, mettant en lumière les méthodes parfois expéditives du plus puissant groupe agroalimentaire de la planète. Ils montrent qu'elles reposent sur une question cruciale, objet dans nombre de pays d'un vide juridique dont les avocats et lobbyistes de la firme savent tirer profit : **à qui appartient l'eau ?**

Dans le sillage de Res Gehriger, présent à l'écran, cette enquête minutieuse aux images soignées donne la parole à de très nombreux protagonistes sur trois continents, usagers ou militants, adversaires et partisans de Nestlé. Peter Brabeck lui-même y défend avec vigueur son point de vue (éloquent, comme quand il qualifie d'"extrémiste" l'idée que l'eau doit rester un bien public), par le biais de ses nombreuses interventions publiques.

➤ **Analyse** : L'eau est l'un des enjeux les plus importants au monde car elle est indispensable à la vie. Dans les pays développés, alors que la qualité de l'eau des réseaux est optimale, un phénomène étonnant s'est développé depuis les années 1980 : la consommation d'eau en bouteille. **Près de 100 milliards de litres d'eau embouteillée sont ainsi vendus dans le monde chaque année.** Nestlé, numéro 1 de l'alimentaire, plus connu pour son chocolat et son café soluble, **est le leader de ce marché depuis 1992.** Nestlé Waters, la division eau du groupe suisse, affiche un chiffre d'affaires de près de 5,3 milliards d'euros pour l'année 2011 et emploie plus de 32 200 personnes.

**Cette réussite a poussé le cinéaste Urs Schnell et le journaliste Res Gehriger à enquêter, durant trois ans, sur cet empire.** Malgré le refus, répété, de la direction de Nestlé de collaborer avec les réalisateurs, **ce documentaire parvient à dévoiler une partie des coulisses de ce marché.** Des États-Unis au Nigeria en passant par le Pakistan, Urs Schnell et Res Gehriger mettent en lumière une stratégie marketing et des méthodes de plus en plus critiquées par les populations locales. **Une enquête sur trois continents qui montre comment la firme transnationale fait main basse sur les ressources en eau pour les vendre au prix fort.** Après ce documentaire, **forcément à charge en raison du refus de Nestlé d'exposer son point de vue**, il est certain qu'on ne regarde plus une bouteille d'eau de la même manière. Soulever des questions, faire réfléchir, c'était le souhait des réalisateurs. Mission accomplie.

Pour voir les positions de Nestlé sur le documentaire, cliquez ici : [Débat avec Nestlé](#)

➤ **Un webdocumentaire** (cliquez sur le lien suivant si vous souhaitez en savoir plus : [Qu'est-ce qu'un webdoc ?](#)), qui reprend les grandes séquences de *Bottled Life* (Nestlé et le business de l'eau en bouteille), est hébergé sur le site web d'Arte TV et va vous permettre d'aller collecter des informations, des arguments de façon à nourrir un débat (**voir fiche consignes**). Vous pouvez vous rendre sur le site dès à présent en cliquant sur le lien suivant : [Bottled life](#)

