

PLUS QUE DE L'EAU. NEWS

ÉDITORIAL

Madame, Monsieur,

Urs Schmid a été désigné nouveau président de l'Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks (SMS). Quelques-uns d'entre vous le connaissent déjà: à l'occasion de la rencontre de la CI Eaux minérales qui s'est tenue en marge de la session le 5 juin 2013 à l'hôtel Bellevue Palace à Berne, le directeur et copropriétaire d'Allegra Passugger Mineralquellen AG avait présenté avec brio les défis à relever pour les acteurs du marché suisse de l'eau minérale dans le contexte écologique et sociétal actuel. Urs Schmid prend la parole dans la présente lettre d'information à la rubrique «PSSCHHHH – LA CAPSULE».

Et voici que l'idée d'une consigne obligatoire revient sur le tapis, mais par la bande cette fois-ci. Avec la motion de la CN Silva Semadeni, le Parlement doit se pencher sur la question pour la cinquième fois (!) en l'espace de six ans. Les tentatives ont jusqu'ici toutes été repoussées – avec raison. Vous en saurez plus à la rubrique «ÇA COULE DE SOURCE», dans laquelle la CI Eaux minérales prend également position contre l'interdiction de publicité prévue dans le cadre de la révision de la loi sur les denrées alimentaires.

L'eau minérale naturelle est davantage que de l'eau. Forts de ce constat, nous disons clairement «STOP» quand les restaurateurs se mettent à vendre de l'eau du robinet en la présentant comme de l'eau minérale naturelle. Cette pratique est assimilable à une tromperie du consommateur. Pour en savoir plus, reportez-vous à la rubrique «ACTU-BULLES».

Avec mes salutations rafraîchissantes,



Marcel Kreber

Secrétaire général de l'Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks (SMS)

ÇA COULE DE SOURCE

CONSIGNE OBLIGATOIRE: L'HISTOIRE SANS FIN, ACTE 5

Alors que le Parlement fédéral a rejeté par quatre fois en l'espace de six ans le principe d'une consigne obligatoire, voici déjà la cinquième intervention qui atterrit sur la table. Souvenons-nous: pas plus tard que le 17 avril 2013, le Conseil national a refusé par 98 voix contre 58 pour 17 abstentions l'initiative parlementaire Gmür « Instauration d'une consigne sur les boissons en canettes et en bouteilles ». Affaire classée? Que nenni: la CN Silva Semadeni (PS/GR) avait anticipé en déposant en mars 2013 une autre motion intitulée «Augmenter le taux de recyclage des bouteilles en PET». Si l'idée apparaît au premier abord assez compréhensible, la motion dissimule une sérieuse menace: l'introduction d'une consigne par la bande. La CN Semadeni exige un taux de recyclage de 90 %. Si ce taux n'est pas atteint, il faudrait alors mettre en place un système de consigne. Dans les faits, cela revient à introduire une consigne sur les bouteilles en PET car le calcul du taux pour ces contenants est si sévère en Suisse qu'il n'est pas possible d'arriver à la barre des 90 %. Même les consommateurs, qui ont un comportement exemplaire en matière de recyclage, ne peuvent rien là-contre avec la meilleure volonté du monde. Au demeurant, le Conseil fédéral se prononce aussi contre la motion, en particulier «en raison de son rapport coûts-bénéfices défavorable». Il doute par ailleurs que «cette mesure améliore le taux de recyclage». Reste à espérer que le Conseil national dira non une cinquième fois à l'instauration d'une consigne obligatoire.

RÉVISION DE LA LOI SUR LES DENRÉES ALIMENTAIRES: PAS D'INTERDICTION DE PUBLICITÉ PAR LE CONSEIL FÉDÉRAL

Le Conseil national veut introduire un art. 14, al. 2^{bis}, qui habiliterait le Conseil fédéral à «restreindre la publicité pour les denrées alimentaires destinées aux enfants, pour autant que celles-ci ne remplissent pas certains critères définis sur la base de recommandations nutritionnelles internationales ou nationales». Cette proposition doit être rejetée avec fermeté. Les interdictions de publicité ne restreignent pas la consommation, mais sapent la concurrence, le libre jeu du marché et la liberté d'ex-

pression, et sont de plus dommageables pour l'économie. Aussi pures soient les intentions qui les portent, elles se trompent de combat. Il est inacceptable d'inscrire dans la loi sur les denrées alimentaires le germe de mesures qui empiètent sur la compétence éducative des parents. La concurrence qui s'adresse aux enfants est au demeurant déjà autoréglementée de manière suffisante et socialement responsable par l'article 18 du code de la Chambre de commerce internationale (International Chamber of Commerce, ICC). Les règles pertinentes de l'ICC sont d'ailleurs appliquées par la Commission suisse pour la loyauté. On est en droit d'espérer que le Conseil des Etats corrigera le tir à la session d'automne.

ACTU-BULLES

TROMPERIE – VENTE D'EAU DU ROBINET COMME EAU MINÉRALE

La CI Eaux minérales constate que la vente d'eau du robinet est à la hausse dans les restaurants. Il n'y a en soi rien à redire à cette pratique. Mais il apparaît que certains restaurateurs ne respectent pas les prescriptions légales et proposent leur eau du robinet à la vente dans les atours d'une eau minérale naturelle. Il arrive même que le client commande une eau minérale et qu'il se voie servir de l'eau du robinet sans la moindre information de la part du personnel. Ici, nous disons clairement «STOP». La publicité et l'information pour le client doivent correspondre à la réalité. Or il est clair que l'eau du robinet n'est jamais une eau minérale naturelle, car cette dernière doit être extraite directement d'une source naturelle et embouteillée sans traitement. Même l'enrichissement d'eau du robinet, en gaz carbonique par exemple, ne fait pas d'elle une eau minérale naturelle. L'eau minérale naturelle reste de l'eau minérale naturelle, et l'eau du robinet reste de l'eau du robinet.

REJOIGNEZ LA CI EAUX MINÉRALES !



La CI Eaux minérales grandit encore et encore: fondée en 2009, la communauté formée de parlementaires et de représentants de l'industrie et des autorités s'engage efficacement pour la défense d'un produit naturel. La CI Eaux minérales défend l'eau minérale naturelle et les qualités spécifiques de ce pur produit de la nature, tout en soulignant l'importance des nombreux emplois offerts par la branche. Elle veille à ce que l'eau minérale naturelle et l'eau du robinet soient traitées comme deux

produits de qualité, mais fondamentalement différents.

Un grand nombre de parlementaires adhèrent à ces principes et objectifs. Devenez à votre tour membre de la CI Eaux minérales !

Votre inscription est la bienvenue à l'adresse office@eau-minerale.ch.

Cordialement,
Christophe Darbellay
Président de la CI Eaux minérales

Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks

Secrétariat général: T 044 221 21 84
Engimattstrasse 11 F 044 211 62 06
Case postale 2124 E office@eau-minerale.ch
CH-8027 Zurich www.eau-minerale.ch



Mix
Produktgruppe aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern und anderen kontrollierten Herkünften
Zert.-Nr. SGS-COC-2737
www.fsc.org
© 1996 Forest Stewardship Council

PSSCHHHH – LA CAPSULE

Chère lectrice, cher lecteur,



Ces deux prochaines années, je conduirai les destinées de l'Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks (SMS) en qualité de président. J'ai hâte de relever les défis qui se posent. Et croyez-moi,

ils sont légion. Concernant l'eau minérale naturelle, nous devons lutter chaque jour contre les attaques et le dénigrement de notre produit naturel de première qualité. Nous le faisons d'un côté via l'engagement de la CI Eaux minérales, qui est conduite avec hauteur de vue par le CN Christophe Darbellay, et, de l'autre, par les multiples et diverses interventions de notre secrétariat général. Ce dernier a aussi du pain sur la planche avec les membres de la SMS dans le domaine des boissons rafraîchissantes. Celles-ci sont de manière récurrente pointées du doigt à tort comme les responsables principales du surpoids. Saviez-vous que, en Europe, la consommation de boissons rafraîchissantes ne représente en moyenne qu'environ 2,5 % du total des calories consommées? Le chiffre peut certes varier d'un pays à l'autre, mais il montre sans équivoque le caractère disproportionné des attaques unilatérales contre la branche des boissons rafraîchissantes.

Les membres de la SMS produisent des boissons sûres et de haute qualité. Par leur esprit novateur, ils répondent sans cesse aux nouveaux désirs de la clientèle et garantissent ainsi la liberté de choix pour les consommateurs. Des principes qui valent la peine d'être défendus, et pour lesquels je m'engagerai.

Cordialement,

Urs Schmid
Président de l'Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks