

Paris, le 16 janvier 2007

LA PRESIDENTE DIRECTRICE GENERALE

Monsieur Dominique WOLTON
Président du Conseil de l'Ethique
Publicitaire
11, rue ST Florentin
75008 PARIS

Objet : Campagne de publicité pour l'eau de source Cristaline.

Monsieur le Président,

Choquée par la dernière campagne de publicité orchestrée pour vanter l'eau de source *Cristaline*, mettant gravement en cause l'eau du robinet, je me permets de vous interpeller à ce sujet. La question m'a semblé suffisamment importante pour vous saisir directement.

EAU DE PARIS, société d'économie mixte de la Ville de Paris chargée de la production de l'eau du robinet pour la capitale, que je préside, se sent directement concernée par cette campagne, qui est affichée très largement dans le métro et dont le dossier de presse met directement en cause l'eau de Paris.

Depuis plusieurs mois, nous assistons à une offensive des fournisseurs d'eau en bouteille pour relancer leurs ventes. S'il n'est pas question d'entraver la publicité sur les eaux embouteillées, le message porté par cette campagne publicitaire crée la suspicion sur la potabilité de l'eau du robinet et nourrit la défiance à l'égard de celle-ci. Il me semble que cela pose un problème de mise en cause de la politique de santé publique. Ces affiches laissent entendre que les autorités sanitaires laissent consommer une eau de mauvaise qualité voire dangereuse pour la santé des Français.

J'ai cru comprendre, notamment dans la presse, que cette campagne très agressive était une réponse aux actions engagées, à Paris, par EAU DE PARIS et par la Ville de Paris et, sur l'Ile-de-France, par le SEDIF pour faire la promotion de l'eau du robinet. Nous avons à cœur de défendre le service que nous fournissons aux consommateurs-usagers. L'eau du robinet à Paris respecte les normes sanitaires, c'est une eau de bonne qualité. Il est en outre important de rappeler, dans une perspective de développement soutenable, que l'eau en bouteille est bien plus chère que l'eau du robinet et génère quantité de déchets, émettant des gaz à effet de serre non négligeables.

Il est essentiel que votre conseil dont le rôle est essentiel pour garantir l'éthique publicitaire réagisse à cette campagne sur laquelle il semble que le BVP ait émis un avis défavorable. Cette campagne génère une peur infondée en dénigrant la qualité de l'eau du robinet, qui est aujourd'hui le produit alimentaire le plus contrôlé.

Comptant sur votre soutien, je vous prie de croire, Monsieur le Président à l'assurance de mes salutations distinguées.



Anne LE STRAT

