

---

Nominé pour le Public Eye Greenwash Award 2010  
par Polaris Institute (Canada)

## UN CEO Water Mandate

### En bref

*Le « CEO Water Mandate » (CWM) est une initiative volontaire non-contraignante des plus importants fabricants d'eau minérale dans le monde. Parmi les 59 membres figurent Nestlé, Coca Cola, Pepsi ou Danone. Le CWM se présente comme un modèle en termes de responsabilité écologique, alors qu'il se contente d'énoncer quelques principes très généraux, qui ne sont même pas respectés. De plus, les entreprises signataires peuvent choisir « à la carte » les standards qu'elles sont disposées à appliquer. Autrement dit, cette initiative n'est pas du tout contraignante et personne n'est réellement tenu de respecter les principes écologiques et sociaux définis. Au contraire, le CWM légitime ses entreprises membres et assure leur contrôle sur les sources d'eau, dans un but de maximisation des profits. Le CWM est l'exemple même du rôle ambigu des organisations internationales – dans ce cas, les Nations Unies – qui permettent aux entreprises de s'acheter une bonne réputation.*

### Portrait de l'institution nominée

Le CEO Water Mandate (CWM) a été fondé en juillet 2007. Il s'agit d'une initiative de type « partenariat public-privé », volontaire et non-contraignante, qui a été créée dans un cadre semblable à celui du Global Compact des Nations Unies, par ailleurs très controversé. Le CWM se présente comme une initiative modèle pour la responsabilité écologique et sociale. Les membres du CWM peuvent également adhérer au Global Compact. Les 59 entreprises signataires dépendent toutes de l'eau comme principale matière première exploitée. Elles ont donc un intérêt fondamental à s'assurer un accès à l'or bleu aux meilleures conditions possibles. Parmi elles figurent Nestlé, Coca Cola, Pepsi, Danone et Suez. Suez est le plus important groupe mondial privé dans le domaine de l'approvisionnement en eau et Nestlé est le numéro un mondial dans le secteur de l'eau en bouteille. Pepsi et Danone font également partie des leaders mondiaux de la vente d'eau en bouteille. D'autres signataires, comme le géant de l'agro-alimentaire Unilever, l'entreprise textile Levi Strauss ou des entreprises pharmaceutiques comme Dow Chemical, utilisent aussi des quantités très importantes d'eau dans le cadre de leurs activités commerciales.

## **Comportement irresponsable**

Le CWM est l'exemple même du rôle ambigu des organisations internationales – dans ce cas, les Nations Unies – qui aident les entreprises à s'acheter une bonne réputation. Le CWM est avant tout une plateforme de lobby permettant aux entreprises signataires un contrôle facilité des ressources en eau. Comme l'a montré le Global Compact, les initiatives volontaires ont souvent un effet contre-productif. Non seulement les principes établis ne sont pas assez spécifiques, mais très souvent, ils ne sont même pas respectés. De plus, les entreprises membres peuvent choisir « à la carte » les standards qu'elles sont disposées à appliquer. Si, à première vue, le CWM apparaît comme une initiative louable au niveau social et politique, un examen plus attentif montre qu'il présente surtout des avantages pour les entreprises membres. Le CWM vise à permettre aux entreprises actives dans le domaine de l'eau une meilleure estimation des risques, en leur donnant la possibilité de planifier des investissements bon marché orientés vers le profit.

L'approvisionnement en eau des populations locales n'est pas un but prioritaire. Les entreprises qui participent au CWM rassemblent des données qu'elles peuvent ensuite utiliser pour soigner leur image de marque, alors même que les informations fournies ne sont pas soumises à une vérification indépendante. Le CWM légitime son existence en se présentant comme une initiative incluant toutes les parties prenantes. Il affirme permettre la collaboration entre l'industrie de l'eau et le département des Nations Unies, les ONG et les autres personnes concernées. Les entreprises qui portent le sigle CWM peuvent prétendre agir avec la bénédiction de toutes les parties prenantes, même lorsque ce n'est pas le cas. Les atteintes à l'environnement et les pratiques irresponsables des entreprises au niveau social échappent aux mécanismes de suivi et de vérification limités du CWM, basés sur un système de rapports. Le traité propose des solutions à des questions globales, sans s'engager réellement pour leur mise en œuvre.

## **Revendications**

L'ONU ne doit plus contribuer à légitimer des standards qui n'en sont pas réellement. Une partie importante du CWM se lit comme un manuel qui enseigne aux entreprises comment imposer leurs intérêts aux organes – mondiaux, nationaux, régionaux ou locaux – qui élaborent ou fixent les règles en matière d'exploitation de l'eau. Le CWM sert de plateforme à des activités concertées de lobbying, qu'il présente comme un travail de collaboration entre les entreprises actives dans le secteur de l'eau et les gouvernements, la société civile et les institutions internationales. Le CWM renforce l'influence des entreprises sur les politiques pour s'assurer des profits et une expansion comportant le moins de risques possibles.

## **Pour en savoir plus**

- <http://www.polarisinstitute.org/files/11%20March%202009.pdf>
- [http://www.polarisinstitute.org/coalition\\_urges\\_un\\_to\\_stop\\_providing\\_cover\\_for\\_lifethreatening\\_privatization\\_of\\_water](http://www.polarisinstitute.org/coalition_urges_un_to_stop_providing_cover_for_lifethreatening_privatization_of_water)
- [http://www.polarisinstitute.org/coke\\_nestl\\_and\\_suez\\_push\\_greenwashing\\_envelope\\_to\\_the\\_highest\\_level](http://www.polarisinstitute.org/coke_nestl_and_suez_push_greenwashing_envelope_to_the_highest_level)

- [http://www.unglobalcompact.org/docs/issues\\_doc/Environment/ceo\\_water\\_mandate/UNGC-PI\\_climate-water\\_whitepaper\\_FINAL.pdf](http://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/Environment/ceo_water_mandate/UNGC-PI_climate-water_whitepaper_FINAL.pdf)