

Myriam Cecchetti
Députée

Luxembourg, le 16 mai 2022

Concerne : Question parlementaire concernant la campagne de sensibilisation en matière de l'offre d'eau du robinet par les entreprises du secteur de l'HORECA.

Monsieur le Président,

Conformément à l'article 80 du Règlement de la Chambre des Députés, je vous prie de bien vouloir transmettre la question parlementaire suivante à Monsieur le ministre des Classes moyennes et du Tourisme :

Lors du débat du 12 novembre 2019 à la Chambre des Députés dans le cadre de la pétition publique n°1319 sur le droit à l'eau du robinet, Monsieur le Ministre a annoncé le lancement d'une campagne de sensibilisation en coopération avec la fédération HORESCA. Cette campagne serait censée favoriser – sur une base volontaire – l'offre d'une eau du robinet de « marque nationale » qui serait ajoutée comme alternative sur les cartes des restaurateurs. Le lancement de la campagne était initialement annoncé pour le printemps 2021.

En réponse à la question ordinaire n°1262 en avril 2021 Monsieur le Ministre a par la suite déclaré que la campagne en question aurait été retardée et qu'elle serait lancée suite à la réouverture du secteur de l'HORECA.

Il est dans ce contexte que je voudrais poser les questions suivantes à Monsieur le Ministre :

- 1) Monsieur le Ministre entend-il toujours lancer la campagne de sensibilisation annoncée ? Dans l'affirmative, dans quels délais sera-t-elle lancée ?
- 2) Dans l'affirmative encore, quel est l'état d'avancement de la campagne ? Quelle est la part des entreprises du secteur HORECA qui seraient disposées à participer à cette campagne ?
- 3) Monsieur le Ministre ne pense-t-il pas qu'il serait plus transparent pour le consommateur ainsi que plus efficace du point de vue environnemental d'obliger les restaurateurs d'offrir à leurs clients des carafes d'eau du robinet à des prix fixés librement par les restaurateurs ?

En ce qui concerne l'idée d'offrir une eau du robinet de « marque nationale », je voudrais poser les questions suivantes, tout en sachant que le label « marque nationale » est attribué à des produits agricoles et horticoles dont la production, la transformation et la commercialisation répondent à certains critères dont le respect est surveillé et contrôlé selon des dispositions fixées par règlement grand-ducal, et non pas à des biens de première nécessité dont la production et l'assainissement sont prises en charge par la collectivité.

- 4) Monsieur le Ministre envisage-t-il effectivement d'attribuer le label « marque nationale » à l'eau du robinet offerte par les restaurateurs ? Dans l'affirmative, selon quels critères un tel label sera-t-il décerné tout en sachant que les paramètres physico-chimiques et organoleptiques de l'eau du robinet diffèrent d'une région et même d'une commune à l'autre ?

- 5) Monsieur le Ministre est-il d'avis que la labellisation voire la marchandisation de biens publics de première nécessité tels que l'eau potable constitue une approche sensée pour garantir le droit à l'eau et pour favoriser des modes de consommation durables ?

Veuillez croire, Monsieur le Président, à l'expression de mes sentiments respectueux.



Myriam Cecchetti
Députée



Réponse du Ministre des Classes moyennes et du Ministre du Tourisme à la question parlementaire n° 6195 du 16 mai 2022 de Madame la Députée Myriam Cecchetti.

Lors du débat du 12 novembre 2019 à la Chambre des Députés dans le cadre de la pétition publique n°1319 sur le droit à l'eau du robinet, une campagne de sensibilisation a été annoncée. Cette campagne, à mener en étroite collaboration avec les acteurs du secteur, devait encourager un changement de mentalité, tant auprès des ménages que des clients, des restaurateurs et des cafetiers à avoir recours d'une manière plus conséquente à l'eau du robinet.

Le but n'étant pas de rendre gratuite la carafe d'eau dans les restaurants et cafés, mais de laisser le choix aux clients et aux restaurateurs.

ad 1

Ainsi, dès fin 2019, contact a été pris avec l'HORESCA pour discuter du contenu de la campagne. Des réunions ont également eu lieu avec l'ALUSEAU (Association luxembourgeoise des services d'eau) et une agence de communication a été mandatée pour élaborer un plan marketing. Bien que l'émergence de la pandémie de la Covid19 a donné un coup d'arrêt au projet, le Gouvernement a maintenu sa volonté de réaliser cette campagne et il a été décidé, non pas d'annuler la campagne, mais de la reporter.

ad 2

En mars 2022, les travaux pour la campagne ont été réactivés : l'agence de communication a été recontactée en vue de la réalisation d'une identité visuelle, d'une charte de qualité et de l'obtention de plusieurs devis pour la production de bouteilles personnalisées. En ce qui concerne la date du lancement du projet, il faut savoir que le délai de fabrication de bouteilles en verre personnalisées s'est nettement allongé par rapport à la période pré-Covid. Dès lors, le projet ne sera opérationnel qu'au printemps 2023.

Considérant que la participation à la campagne se fera sur une base volontariste, il n'est pas possible de chiffrer à l'heure actuelle le nombre des entreprises du secteur HORECA qui seraient disposées à participer à cette campagne.

ad 3

Comme déjà annoncé lors du débat du 12 novembre 2019, le Gouvernement entend miser sur la sensibilisation à avoir recours d'une manière plus conséquente à l'eau du robinet, notamment par le biais de ladite campagne, plutôt que de légiférer en la matière.

Quant au prix auquel les restaurateurs pourront offrir la carafe d'eau, celui-ci pourra être librement fixé par les entreprises participant au projet. Comme énoncé ci-dessus, le but n'étant pas de rendre gratuite la carafe d'eau, mais de mettre l'accent sur le développement durable en général et sur la durabilité dans le secteur de l'HORECA en particulier.

Luxembourg, le 16/06/2022

Le Ministre des Classes moyennes,

(s.) Lex Delles