

CHAPITRE VI

D'énigmatiques bulles

Février 1990, hôtel Crillon, place de la Concorde à Paris. Le soir, le bar du palace se remplit brusquement, au moment où les bureaux ferment. Vers 20 heures, on y achève les discussions d'affaires commencées l'après-midi, à côté, dans ces bureaux du VIII^e arrondissement où le pouvoir de la France se concentre. Dans cette buvette où se réunissent tant de personnages influents, la décoration de Sonia Rykiel, les bois précieux, le comptoir dessiné par le sculpteur César et l'éclairage retenu, concourent à offrir un lieu des plus délicats aux bavardages discrets. Pourtant, en cet hiver 1990, Vincent, veillant à sa clientèle familière, s'interroge avec inquiétude. De l'autre côté du zinc, il regarde, méfiant, le plateau d'argent garni de la dernière commande : un dry Martini, un bloody mary et un Campari Perrier... Comme des milliers de personnes de par le monde ce jour-là, il décapsule la petite bouteille ronde et approche son nez du goulot, craignant d'y déceler de mauvais effluves. Déjà, des centaines d'établissements refusent d'en servir ; au Crillon, en revanche, le personnel satisfait sans souffler mot ce client de goût pour lequel mieux vaudrait trépasser que de mélanger son Campari à autre chose que du Perrier. Vaille que vaille, les incondi-

nels continuent à boire l'eau minérale. Leur entourage assiste, admiratif, à cette démonstration de courage. Le Perrier accède au statut des liquides peu recommandables, autant que les alcools. Les amateurs de vin se gaussent des prétendues vertus de la boisson des sportifs. En une semaine, des blagues de potache reprennent ce thème, rebondissent de bistrot en cafés du commerce, traversant toute la France.

La soudaine méfiance envers la boisson est née aux États-Unis le 10 février 1990, depuis la publication de l'édition du matin du *New York Times*, dans laquelle Ronald V. Davis, responsable de la filiale outre-Atlantique, annonce le retrait immédiat de toutes les bouteilles de Perrier présentes sur le marché américain. Motif : un laboratoire a identifié la présence de benzène dans l'eau gazeuse. Le benzène étant une substance hautement toxique, voire cancérigène, l'affolement gagne les distributeurs et les institutions de la santé à travers le monde. Le porte-parole de la Food and Drug Administration¹ indique pourtant, dès le début, que les faibles quantités de benzène détectées ne font courir aucun danger ; peine perdue. Un sentiment de crainte se répand auprès des consommateurs. Le groupe Perrier retire près de cent millions de bouteilles du marché nord-américain. À la Bourse de Paris, en une journée, le titre perd 12 %. Le 12 février, le Japon, l'Allemagne, la Suisse, le Danemark et Hongkong suspendent la commercialisation des bouteilles vertes. Les premières estimations laissent craindre une issue fatale pour l'industriel, des analystes évaluent le coût de la mésaventure à 225 millions de francs. Le 14 février, Gustave Leven, président de Perrier, entreprend de couper court à toutes les peurs : il décide de retirer toutes les bouteilles de Perrier du marché mondial. Coût estimé de l'opération : 400 millions de francs.

Dans le même temps, cependant, plusieurs voix s'élèvent contre le bien-fondé de cette campagne. Elles émanent d'éminentes autorités sanitaires et sociales et confirment toutes le premier avis de la FDA. À Vergèze, dans le Gard, où jaillit

1. FDA : agence fédérale de l'administration américaine, sise à Washington, chargée du contrôle des produits pharmaceutiques et agroalimentaires.