

Une directive de 1980 précise la définition de **l'eau minérale**, alors caractérisée <sup>par</sup> ses propriétés « **favorables** à la santé », et non plus « **thérapeutiques** ».

**L'eau** n'est plus présentée comme un remède, mais elle peut **stimuler la digestion, contribuer à améliorer...**

Les messages marketing laissent plus de place à la **subjectivité** en faisant preuve de **réserve**, mais le **message**, tel qu'il est plus ou moins consciemment perçu, tend à **assimiler** les **vertus** des minéraux à des **propriétés quasi-magiques**, que l'absence d'affirmation directe permet d'**imaginer**.

Sources : Directive 80/777/CEE du Conseil, du 15 juillet 1980, relative au rapprochement des législations des États membres ; « La vente des eaux minérales par les pharmaciens », Cécile Raynal, Revue d'histoire de la pharmacie, 2004 ; et « La Bataille marketing des Eaux », [www.sircome.fr](http://www.sircome.fr), 2012