

Point sur la semaine sur l'eau : Andrée-Anne CLOTILDE – Responsable du service sensibilisation ODE Martinique

Objet : Retour sur la Semaine Pour l'Eau 2025

Présentation PowerPoint

Cadre réglementaire (dispositions du SDAGE)

- *IV-C-1 : Améliorer la connaissance sur le comportement des Martiniquais face à la protection de l'environnement,*
- *IV-C-2 : Informer le grand public et faciliter son accès aux données et à la connaissance,*
- *Disposition IV-C-3 : Améliorer la coordination des actions d'information, de communication et d'éducation du grand public,*
- *Disposition IV-C-5 : Développer des actions d'éducation à l'environnement dans les établissements scolaires,*
- *Disposition IV-C-6 : Informer et sensibiliser sur la fonctionnalité et la fragilité des fonds marins.*

Éléments de contexte

Depuis plus de 30 ans, la Journée Mondiale de l'Eau a lieu traditionnellement le 22 mars. Instituée par les Nations Unies, elle met l'accent sur l'importance de l'eau douce et sensibilise à la situation des 2,2 milliards de personnes qui vivent sans accès à de l'eau salubre. Cet événement mondial de sensibilisation permet à tous les acteurs de la société de prendre part à la lutte contre la crise mondiale de l'eau. De plus, il s'inscrit pleinement dans la réalisation de l'objectif de développement durable numéro 6, à savoir garantir à tous l'accès à une eau propre et à un assainissement adéquat d'ici 2030.

Pour la sixième année consécutive, l'Office De l'Eau Martinique a choisi d'étendre cette Journée Mondiale de l'Eau sur une semaine de sensibilisation dédiée à la découverte des ressources en eau et des milieux aquatiques de notre île.

L'Office De l'Eau, son RES'EAU, en partenariat avec des acteurs institutionnels et privés, se sont engagés à sensibiliser la population martiniquaise à travers une série d'actions pendant la « Semaine pour l'eau », en ciblant les scolaires, les universitaires, les seniors, les salariés d'entreprises et plus globalement le grand public.

Du 16 au 23 mars 2025, l'ODE a mené une opération de sensibilisation et de communication de grande envergure sur tout le territoire aux côtés de son RES'EAU et de plusieurs partenaires institutionnels et privés.

Historique de l'événement sur 6 années consécutives :

⇒ 1ère édition 2020

- Du 23 au 29 mars 2020
- Crise Covid – reportée
- Du 29 juin au 05 juillet
- 37 actions fléchées
- 19 partenaires
- Budget opérationnel : reporté

⇒ 2ème édition 2021

- Du 22 au 29 mars 2021
- 31 actions réalisées
- 20 partenaires
- 900 personnes sensibilisées
- Budget opérationnel : 35 952,14€

⇒ 3ème édition 2022

- Du 21 au 27 Mars 2022
- 28 actions réalisées
- 16 partenaires
- 700 personnes sensibilisées
- Budget opérationnel : 25 087,49€

⇒ 4ème édition 2023

- Du 20 au 26 mars 2023
- 40 actions réalisées
- 23 partenaires
- 3400 personnes sensibilisées
- Budget opérationnel : 21 569,75€

⇒ 5ème édition 2024

- Du 18 au 24 mars 2024
- 62 actions réalisées
- 40 partenaires
- 7137 personnes sensibilisées
- Budget opérationnel : 49 956,04€

⇒ 6ème édition 2025

- 16 au 23 mars 2025
- 92 actions réalisées
- 70 partenaires
- Budget opérationnel : 59 032,00€ (hors colloque)

Chiffres Clés 2025 – à la date du 11 avril 2025

1. Volet Sensibilisation

- ⇒ **Objectif de l'opération** : Sensibiliser le public à l'eau et promouvoir la gestion durable des ressources en eau douce.
- ⇒ **Communes touchées** : 20 contre 18 en 2024
- ⇒ **Personnes sensibilisées** : 15 917 personnes toutes les cibles confondues
- ⇒ **Actions programmées** : 104
- ⇒ **Actions réalisées** : 92 sur 104
- ⇒ **Actions annulées** : 12 contre 5 annulations en 2024
- ⇒ **Actions en MO ODE** : 18 contre 15 en 2024
- ⇒ **Nombre de partenaires** : 69 dont les membres du RES'EAU

- ⇒ **Type d'événements** :
 - 1 MYAC « WE ARE WATER » – Action de valorisation de la mangrove et du littoral
 - 3 Spectacles sur l'eau
 - 4 Actions digitale sur les écogestes dont Matinik Quizz
 - 5 Expositions itinérantes installées dont un outil du CDS et de ADLVP
 - 7 Formations courtes ODE
 - 4 Fresque de l'eau
 - 9 visites guidées organisées de site naturels et/ou de lieu en lien avec l'eau
 - 3 Randonnées organisées
 - 1 Restauration de mare
 - 1 Village de l'eau et de l'environnement
 - 2 Concerts organisés dont l'AQUALIVE
 - 1 Rétrospective du concours d'éloquence
 - 10 Actions de nettoyage de sites naturels
 - 1 Apéreau des partenaires
 - 1 Atelier « J'adopte un cours d'eau »
 - 1 Colloque
 - 1 Jury de recrutement pour l'appel à projet PFJE

Nombre de partenaires mobilisés : plus de 70, contre 40 partenaires mobilisés en 2024.

- Nombre de membre du RES'EAU mobilisés : 26 sur 34 membres, contre 19 en 2024.
- Nombre de partenaires institutionnels mobilisés : 25, contre 11 en 2024.
- Nombre de partenaires privés mobilisés : 16, contre 7 en 2024.
- Partenaires associés à l'opération sans lien direct avec l'ODE : en cours.

⇒ **Montant des opérations de terrain** :

- Ligne budgétaire - Mission sensibilisation - SPE 2025 : 59 032,00 euros TTC sur un budget prévisionnel de 60 000,00 euros HT contre 50 000,00 euros en 2024
- Ligne budgétaire – Mission sensibilisation – colloque : 22 541,57 euros TTC sur un budget prévisionnel de 20 000,00 euros HT

- ⇒ **Volume de goodies commandé** : 13 125 unités, contre 6000 produits distribués en 2024.
- ⇒ **Jeux ludiques à distribuer en disponibilités** : 1055 contre 1500 en 2024.
- ⇒ **Budget de la commande des objets publicitaires** : 33 765,20 euros TTC

Pour un montant total opérationnel de **59 032,00€ TTC** sur le budget « sensibilisation et information » de l'ODE.

2. Volet Communication

- 9 médias mobilisés ;
- 1 jeu télévisé « Matinik Quizz » spécial « eau » ;
- 1 journal télévisé national France Info ;
- 4 émissions radios ;
- 3 reportages télévisés ;
- 1 campagne digitale de 8 publications Facebook / Instagram / LinkedIn ;
- 1 spots en radio réalisés et diffusés sur 6 radios ;
- 1 spot TV diffusé sur 4 chaînes télévisés et à Madiana ;
- 1 campagne digitale sur les sites locaux et nationaux ;
- 1 kit communication déployé auprès des partenaires ;
- 1 photographe déployé sur les opérations ;
- 2 vidéastes déployés sur les opérations ;
- 1 influenceur engagé : Lionel NIDAUD

Pour un montant total de **35 746,70 € TTC** sur le budget « communication institutionnelle ».