

Évaluation

de la politique « Communication pédagogique » de l'agence de l'eau Adour-Garonne

Synthèse et recommandations

AGENCE DE L'EAU
ADOUR-GARONNE
ETABLISSEMENT PUBLIC DU MINISTÈRE
DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

L'évaluation au sein de l'agence de l'eau

Face à l'objectif d'atteinte du bon état des masses d'eau, fixé par la Directive cadre européenne sur l'eau (DCE), l'agence de l'eau Adour-Garonne a décidé de mettre en place une stratégie d'évaluation de ses politiques publiques, afin de s'assurer de la pertinence, de la cohérence, de l'efficacité et de l'efficience de ses interventions.

Contrairement au contrôle (s'appliquant à des activités suffisamment normées pour être jugées au regard de mesures précises), l'évaluation concerne des démarches de projets complexes ou novateurs, qui appellent des instruments de mesures composites (analyse de données, écoute d'acteurs, ateliers collectifs…) pour juger de leur qualité.

Cette synthèse est téléchargeable sur le site internet de l'Agence : www.eau-adour-garonne.fr

Méthodologie de l'étude

Cette évaluation a été placée sous la responsabilité d'un comité de pilotage pluraliste (représentants de l'Agence, de l'éducation nationale, du monde associatif et des collectivités) qui a largement contribué à l'élaboration du référentiel d'évaluation, à la rédaction des réponses aux questions évaluatives et à la production des conclusions et recommandations. La démarche s'est organisée en trois temps successifs :

1. Un premier temps de cadrage, ayant permis de mettre à plat le fonctionnement de la politique de l'Agence en matière de communication pédagogique et d'élaborer un référentiel d'évaluation, validé par le comité de pilotage ;

2. Un second temps de collecte de données, articulé autour d'une analyse de la documentation disponible et de la réalisation d'une quarantaine d'entretiens avec des représentants de l'Agence, de l'éducation nationale, de prestataires et porteurs de projets et de partenaires ;

3. Un troisième temps de conclusions et recommandations, déployé autour de deux séances de travail collectif, avec une table ronde consacrée à la revue des réponses aux questions évaluatives, puis d'un deuxième comité de pilotage ayant permis de valider les conclusions et de travailler différentes propositions d'orientation future de la politique de communication pédagogique de l'Agence.

Ces travaux ont permis d'aboutir à la production de la présente synthèse.

SOMMAIRE

1. Contexte et objectifs de l'évaluation 06

2. Présentation de la politique évaluée 08

3. Réponses aux questions évaluatives 13

3.1. Registre de la pertinence et de la cohérence interne 14

3.2. Registre de l'efficacité 16

3.3. Registre du positionnement et de la cohérence externe 17

4. Conclusions transversales 18

5. Recommandations 21

5.1. Optimiser les moyens pour mieux coller à la posture choisie 22

5.2. Des orientations complémentaires, voire alternatives, pour bâtir une politique plus intégrée de communication pédagogique 24

Lexique 27



1 Contexte et objectifs de l'évaluation

Champ de l'évaluation

Cette étude s'intéresse à la politique d'accompagnement des actions d'éducation et de sensibilisation visant exclusivement les jeunes, menée par l'agence de l'eau Adour-Garonne depuis une vingtaine d'années.

Il est attendu de cette évaluation qu'elle alimente la réflexion stratégique sur les fondements mêmes de la communication pédagogique telle que pratiquée par l'Agence depuis 1996, dans une période de réflexion interne plus globale sur la politique de communication, et dans le cadre d'une réflexion à l'échelle nationale sur l'Éducation à l'Environnement et au Développement Durable (EEDD).

Un deuxième volet de cette évaluation s'inscrit dans une réflexion plus pragmatique sur l'efficacité de la politique conduite, interrogeant à la fois les méthodes et le positionnement de l'Agence, au regard des évolutions actuelles du contexte financier (restrictions budgétaires des acteurs publics, diminution des moyens humains de l'Agence) et du tissu d'acteurs impliqué dans l'éducation à l'eau (émergence des fondations, implication des collectivités, réorientation de la communication vers le grand public…). Les résultats de cette étude viendront nourrir la réflexion conduite dans le cadre de la révision du 10e programme d'intervention de l'Agence au cours de cette année 2015.

Questions évaluatives

Ces enjeux de l'évaluation ont été traduits en 3 questions évaluatives, se rapportant à 3 principaux registres évaluatifs :

Q	Questions évaluatives principales	Registre d'évaluation
Q1	*Dans quelle mesure la politique de communication pédagogique menée par l'Agence depuis près de vingt ans est-elle pertinente au regard* ▪ *des objectifs qui lui sont assignés,* ▪ *des bénéficiaires ciblés et de leurs besoins,* ▪ *des moyens mobilisés pour sa mise en œuvre ?*	Cohérence interne et Pertinence
Q2	*Dans quelle mesure la mise en œuvre de cette politique permet-elle d'obtenir le résultat recherché sur le public cible, à savoir le responsabiliser sur les enjeux de l'eau et faire évoluer ses comportements ?*	Efficacité
Q3	*La perception par ses partenaires du positionnement de l'Agence dans le dispositif d'éducation à l'environnement est-elle :* ▪ *conforme à ce qu'elle souhaite (légitimité, positionnement opérationnel, image, rôle)* ▪ *et en phase avec les attentes ou besoins de ces derniers ?*	Cohérence externe



2 Présentation de la politique évaluée

Stratégie de l'Agence en matière de communication pédagogique auprès des jeunes

L'action de l'Agence en matière de communication pédagogique s'inscrit dans le cadre des aides apportées aux opérations d'information, de communication et d'éducation sur l'eau et les milieux aquatiques. La finalité pour l'Agence est de *« sensibiliser les publics aux enjeux de la gestion de l'eau et des milieux aquatiques et inciter aux comportements responsables »*, et notamment les jeunes dans le cas présent, qu'ils soient en milieu scolaire ou extra-scolaire.

À ce titre, on peut considérer que le terme « communication pédagogique » regroupe essentiellement des actions de sensibilisation et d'éducation auprès des jeunes (moins de 25 ans). On adoptera pour la suite du document les définitions suivantes :

- **Communication :** La communication couvre l'échange d'informations. Elle repose sur l'établissement d'un dialogue entre les secteurs et les parties prenantes et permet de mieux faire comprendre les questions à l'étude tout en soutenant la planification et les mesures qui favorisent l'environnement.
- **Sensibilisation :** La sensibilisation du public est le premier pas vers la compréhension et le développement d'un intérêt qui soit nécessaire pour aider les gens à prendre conscience d'un enjeu et pour faire de cet enjeu une partie intégrante du discours public.
- **Éducation :** L'éducation développe la prise de conscience, précise les valeurs, crée un intérêt pour l'environnement et engendre la motivation et les aptitudes préalables conditionnelles aux actions en faveur de l'environnement.

Pour ce faire, l'Agence déploie depuis 1996 une politique portée par le département Communication, et articulée autour d'une triple posture :

- L'agence de l'eau, moteur pour les initiatives locales ;
- L'agence de l'eau, lieu de ressources d'informations et d'outils ;
- L'agence de l'eau, partenaire incontournable du monde éducatif.

De manière plus opérationnelle, cette intervention de l'Agence s'est traduite en :

- La mobilisation de moyens humains, essentiellement au sein du département Communication (pas de référent en délégation), pour instruire et accompagner les dossiers, mais également pour fournir de l'information aux enseignants (en cours de formation ou en poste) ;
- L'apport de financements, récurrents (conventions), ponctuels ou dans le cadre de contrats locaux (contrats de rivière, programmes de gestion des cours d'eau etc.), contribuant au déploiement de projets (expositions, événements…) ou d'interventions (classes d'eau, conférences…) au sein d'établissements ou de classes ;
- La production d'outils pédagogiques (mallettes, fiches, jeux, CD-ROM, site Internet…) mis à disposition des maternelles et primaires principalement, en même temps que les données et ressources techniques disponibles pour tous types de publics ;
- La signature de partenariats avec des acteurs « supra » (rectorat, conseils régionaux et généraux, services de l'État…) de manière à faciliter le déploiement des trois types de ressources précédentes et de développer des synergies (convergence des moyens financiers, facilitation du transfert d'informations ou d'outils pédagogiques…) ;
- La diffusion d'informations (via des articles, des plaquettes, le site Internet de l'Agence…) afin de faire connaître les différentes ressources mises à disposition par l'agence de l'eau, que ce soit au niveau du siège ou des délégations.

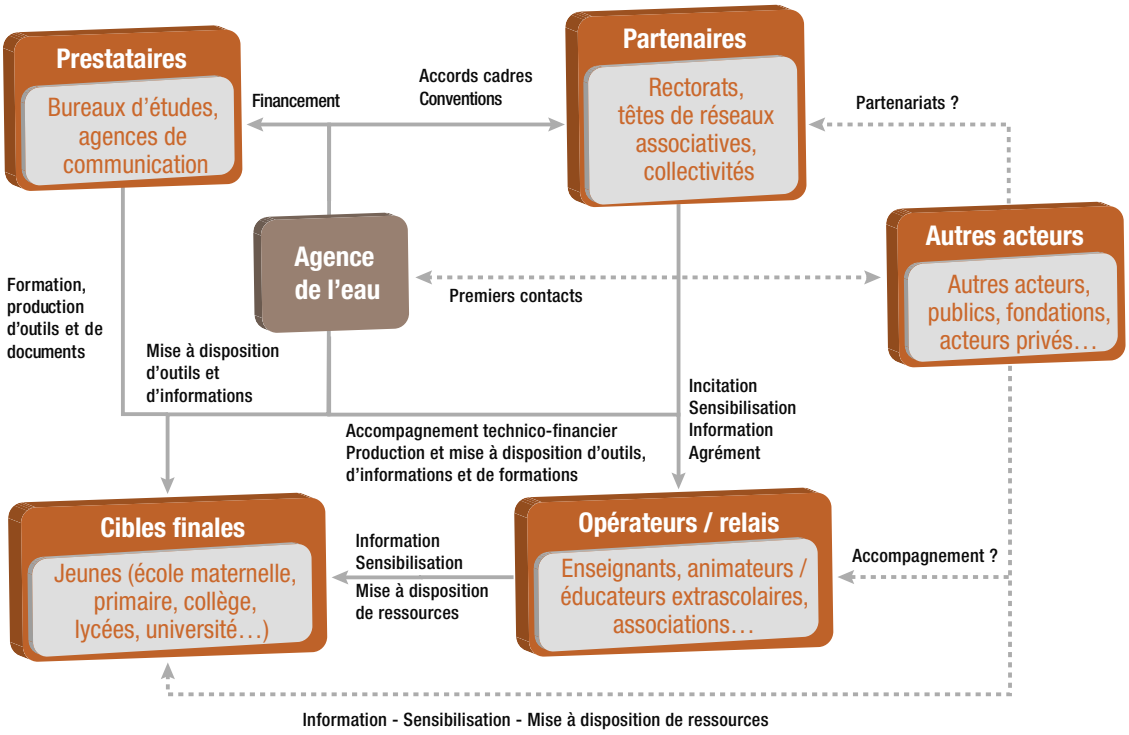
L'Agence intervient ainsi par l'intermédiaire d'opérateurs pour atteindre les jeunes dans l'optique de les sensibiliser aux enjeux de l'eau et de les faire changer de comportement. Le diagramme ci-dessous, présentant la logique d'action de l'Agence, permet de visualiser les liens attendus entre les actions entreprises et les effets escomptés.

Diagramme logique d'impacts de la politique d'intervention de l'agence de l'eau Adour-Garonne



La mise en œuvre de la politique de l'Agence en matière de communication pédagogique s'appuie sur des partenaires (collectivités « supra », services de l'État, rectorats…), est déployée par des opérateurs (syndicats d'eau, communes, associations, établissements scolaires…) et vise différentes cibles (de l'élève de maternelle à l'étudiant…). Elle est représentée sur la figure ci-dessous :

Représentation du positionnement de l'agence de l'eau Adour-Garonne



Déploiement de l'intervention de l'Agence en matière de communication pédagogique

Le département Communication de l'Agence dispose d'une ligne programme spécifique, la ligne d'intervention 34, à laquelle sont rattachées aussi bien les dépenses de communication sous maîtrise d'ouvrage de l'Agence, que les subventions, dont celles pour les actions de communication pédagogique. Depuis le début du 10e programme, les bénéficiaires directs des aides de l'Agence en matière de communication pédagogique voient leurs demandes récurrentes (cas des animations de CPIE par exemple) ou ponctuelles être instruites par le département Communication, suite à une analyse des projets soumis (au niveau technique, financier, de la valeur ajoutée par rapport aux objectifs de l'Agence, de la valorisation possible ou non…). En revanche, les actions rattachées à des contrats locaux (contrats de rivière, programmes d'actions territoriaux…) sont, elles, instruites par les chargés d'intervention de l'Agence en délégation ou dans les départements techniques.

Outre la délibération du programme d'interventions concernant la communication, et le mémento associé pour sa mise en application en interne (définissant la ventilation des dossiers selon la ligne 34 et les lignes techniques, les taux d'aides…), le département Communication de l'Agence a élaboré depuis 2013 une fiche spécifique à l'animation pédagogique précisant notamment des ordres de grandeurs de coûts de différents types d'animations ou de projets. S'il n'existe pas de référent « communication » au sein des délégations de l'Agence, les différents chargés d'intervention en délégation peuvent faire appel au département Communication pour obtenir un avis ou des conseils sur des dossiers d'accompagnement d'actions pédagogiques.

Faute de suivi spécifique des moyens et des réalisations en matière de communication pédagogique en délégation, il n'est possible de consolider le bilan des réalisations que pour les actions instruites par le département Communication. La mise en œuvre de la politique de communication pédagogique repose sur la mobilisation :

- de moyens humains en interne, avec une chargée de communication dont le temps dédié à la communication pédagogique a progressivement diminué, passant de 1 ETP initialement à 0,25 ETP actuellement ;
- de moyens financiers propres, qui ont fluctué selon les programmes d'intervention puisqu'aux alentours de 320 000 € annuels dans le cadre du 7e programme (l'équivalent de 2,1 millions de francs[1]), puis environ 60 000 €[2] dans le cadre du 8e programme d'intervention (2003-2008), 150 000 € annuels au cours du 9e programme et enfin plus de 300 000 €pour chacune des deux premières années du 10e programme.

Les montants des aides allouées aux dossiers instruits par le département Communication s'avèrent individuellement relativement limités, avec un montant d'aide de 5 000 € ou moins pour plus de la moitié des opérations aidées depuis 2009. Des montants plus importants ont pu être alloués à des opérations récurrentes (animations déployées par des CPIE notamment, à hauteur de 10 000 à 40 000 €), ou des projets d'ampleur (comme l'exposition du Muséum d'Histoire Naturelle qui a bénéficié de 150 000 € d'aides, ou les projets portés par Surfrider Fundation et l'association Du Flocon à la Vague).

Selon le département Communication, ces dernières années, ce sont 58 000 jeunes qui ont été touchés annuellement par les interventions soutenues par l'agence de l'eau Adour-Garonne, en majorité des élèves du primaire au lycée, même si quelques opérations ont également concerné des maternelles, des étudiants du supérieur ou encore des jeunes en centre de loisirs. L'Agence a dépensé pour chacun de ces jeunes environ 8,20 € par an.

1 Au moins pour les années 1999 à 2002 comprises.
2 Pour l'année 2003 au moins.



3 Réponses aux questions évaluatives

3 1 Registre de la pertinence et de la cohérence interne

QUESTION 1 : Dans quelle mesure la politique menée par l'Agence depuis près de vingt ans est-elle pertinente au regard des objectifs qui lui sont assignés, des bénéficiaires ciblés et de leurs besoins, des moyens mobilisés pour sa mise en œuvre ?

Les orientations globales de la politique menée par l'Agence sur les 20 dernières années sont restées relativement stables, autour de l'idée d'être à la fois un moteur des initiatives locales, un centre de ressources et un partenaire incontournable pour le monde éducatif, au profit d'une sensibilisation accrue des jeunes aux enjeux de préservation de l'eau. Dans les faits, la déclinaison de cette stratégie a quelque peu évolué dans le temps, avec une ouverture de l'intervention de l'Agence initialement centrée sur l'éducation nationale à d'autres partenaires et bénéficiaires (associations, collectivités…), un passage d'une maîtrise d'ouvrage interne à l'Agence pour la production d'outils, à la contribution de l'Agence (financièrement principalement) à des projets externes visant la production de nouveaux outils.

La mise en œuvre de ces orientations stratégiques s'est caractérisée par un investissement important, technique et humain fort dès le milieu des années 90, qui ne s'est pas maintenu au même niveau jusqu'à aujourd'hui : si l'enveloppe financière dédiée aux subventions a bénéficié d'une croissance constante, en revanche les moyens humains consacrés à la communication pédagogique ont diminué, de même que le portage stratégique de cette politique au sein de l'Agence.

Le département Communication a su, année après année, ajuster ses modalités d'intervention pour piloter ses moyens humains et financiers au plus près des objectifs visés. La politique conduite s'est ainsi avérée appropriée pour :

- être un moteur financier pour les initiatives locales, grâce à l'augmentation de l'enveloppe financière et à un souci d'adaptation de ses modalités d'intervention aux contextes locaux (appels à projets comme la participation à l'opération des 1 000 défis, conventions avec les CPIE, financements au sein de contrats locaux…) ;
- offrir des ressources pédagogiques utiles aux acteurs, en s'appuyant sur une boîte à outils considérée comme étant de qualité, développée jusqu'au début des années 2000, mise à jour par la suite, et présentée en ligne sur le site internet de l'Agence de l'eau (permettant d'effectuer des demandes pour des expositions, des CD, des fiches, des dépliants… produits par l'Agence et ses partenaires) ;
- être un acteur visible et légitime dans le monde de l'éducation à l'environnement, notamment auprès de l'éducation nationale et des grandes associations (CPIE notamment).





En revanche, on observe un décalage entre les ambitions affichées et les moyens déployés au regard de deux orientations centrales de cette politique :

- être un véritable centre de ressources pédagogiques, faute de suffisamment de moyens pour le faire vivre, produire de nouvelles ressources ou centraliser celles existantes sur le bassin, et les faire connaître largement ;
- être un partenaire réellement incontournable pour le monde éducatif à l'échelle du bassin, l'Agence ne s'investissant dans les réseaux que de manière limitée, notamment d'un point de vue politique (participation technique avant tout) ou géographique (principalement en Midi-Pyrénées).

Quant à l'adaptation de la politique menée aux besoins, en se référant aux besoins des bénéficiaires directs ciblés (associations, éducation nationale, collectivités…), on constate que, sur les vingt dernières années, l'Agence s'est montrée plutôt en phase avec les enjeux :

- en couvrant bien les besoins financiers des associations et des petites collectivités, dans ce secteur de l'éducation à l'environnement où la ressource financière extérieure est déterminante dans le déploiement de politiques locales ;
- en répondant aux attentes de l'éducation nationale en matière de mise à disposition de ressources pédagogiques et d'animations (classes d'eau, conférences…) adaptées, en proposant des outils co-construits avec les représentants de l'éducation nationale ou des enseignants et en phase avec les programmes scolaires.

Les besoins des animateurs extra scolaires ont en revanche été moins ciblés par la politique de l'Agence, malgré leur intérêt pour de potentielles ressources produites par l'agence de l'eau. On constate également que la politique ne vise pas l'accompagnement méthodologique des animateurs de contrats ou de dossiers techniques sur leurs actions de sensibilisation auprès des jeunes (interventions en classes, visites de sites…), faute d'expertise spécifique au sein des délégations, ou de moyens humains suffisants au niveau du département Communication de l'Agence.

En outre, aujourd'hui, toute une série d'enjeux ou d'attentes échappe à l'intervention de l'Agence :

- la modernisation des outils pédagogiques et des approches, en traitant de nouvelles thématiques (inondations par exemple), selon des approches inductives (production d'études de cas par exemple), participatives (co-production des outils avec des jeunes) ou encore en mobilisant les outils numériques (serious game, applications smartphone…) ;
- la mise en réseau et l'échange de pratiques entre acteurs (coordinateurs académiques, animateurs, chargés d'intervention au sein des délégations…) ;
- la mutualisation des moyens (reproduction et diffusion large d'outils produits localement, accompagnement au développement de projets impliquant de multiples acteurs…) ;
- la mise en place de stratégies de communication pédagogique partenariales (au travers d'une plus forte implication dans les comités régionaux ou les espaces de concertation sur l'EDD existants au niveau régional, mais également plus local).

3 2 Registre de l'efficacité



QUESTION 2 : Dans quelle mesure la mise en œuvre de cette politique permet-elle d'obtenir le résultat recherché sur le public cible, à savoir le responsabiliser sur les enjeux de l'eau et faire évoluer ses comportements ?

La politique menée par l'Agence produit des résultats favorables à l'atteinte de l'impact ultime visé, à savoir la responsabilisation et l'évolution des comportements des jeunes :

- elle permet à des projets associatifs locaux ou régionaux de se développer, d'être de meilleure qualité et/ou de prendre davantage d'ampleur (en touchant plus de jeunes) ;
- elle permet au monde éducatif de disposer d'un repère institutionnel et scientifique, l'Agence, en matière de communication pédagogique sur l'eau ;
- elle permet à l'éducation nationale de disposer d'outils accessibles et adaptés aux programmes scolaires sur le sujet de l'eau.

Le souci de qualité et de suivi/évaluation des actions menées qu'affichent à la fois l'Agence et les opérateurs qu'elle soutient est également propice pour améliorer la qualité des projets éducatifs, mais également pour obtenir l'impact recherché. Les résultats des évaluations menées à court terme par certains opérateurs sur leurs actions sont en ce sens encourageants en termes de qualité des interventions, de nombre de jeunes touchés ou encore d'informations retenues à court terme par ces derniers.

Si la mesure de l'impact spécifique des interventions pédagogiques reste impossible à déterminer, il semble en revanche qu'une évolution des comportements ait été observée au cours de ces vingt dernières années : diminution des consommations d'eau, réduction du rejet de déchets dans les cours d'eau… Globalement les pratiques des citoyens, et notamment des jeunes ou de ceux qui l'ont été au cours de ces vingt dernières années, ont évolué dans le bon sens, sans qu'il soit possible d'attribuer ces changements aux actions de sensibilisation menées.

Si l'intérêt de faire évoluer à long terme les comportements est, à quelques exceptions près, partagé par l'ensemble des interlocuteurs interrogés, en revanche la finalité propre aux actions de communication pédagogique n'est pas nécessairement considérée comme étant de faire changer immédiatement et uniquement les comportements. Pour les acteurs de l'EDD, il ne s'agit pas de faire évoluer de manière mécanique les comportements (reproduction d'éco-gestes, comme fermer le robinet, ramasser les déchets…), car non durables, mais bien d'éveiller les consciences et le sens critique, pour permettre une évolution progressive et réfléchie des comportements, dans un second temps.

Enfin, notons qu'un impact des interventions en matière de sensibilisation et d'éducation aux enjeux de l'eau, attendu dans les documents de cadrage de la politique de communication de l'Agence, semble bien se concrétiser : celui de mieux faire connaître l'agence de l'eau. En effet, la présence de logos sur les outils de l'Agence ou les productions des partenaires utilisés par les enseignants, la présentation qui peut être faite de l'agence de l'eau, tant auprès des enseignants que des élèves, contribuent à mettre en visibilité l'Agence et à mieux faire connaître son rôle.

3 3

Registre du positionnement et de la cohérence externe

QUESTION 3 : La perception par ses partenaires du positionnement de l'Agence dans le dispositif d'éducation à l'environnement est-elle conforme à ce qu'elle souhaite (légitimité, positionnement opérationnel, image, rôle) et en phase avec les attentes ou besoins de ces derniers ?

Les bénéficiaires et partenaires plus ou moins proches de l'agence de l'eau sur le bassin ont tous confirmé la légitimité de l'Agence à intervenir sur ce champ de la communication pédagogique, même s'ils étaient peu nombreux à connaître précisément la stratégie déployée par l'Agence en la matière. Au-delà, l'investissement de l'agence de l'eau en faveur de la sensibilisation des jeunes est relativement peu connu. C'est ainsi qu'au sein du monde éducatif et de la jeunesse en général, tout comme au sein du système d'acteurs des politiques de l'eau, l'agence de l'eau n'a pas réellement d'image dans ce domaine.

Malgré une volonté de ne pas se positionner uniquement comme un partenaire financier auprès des opérateurs qu'elle soutient et de ses partenaires institutionnels, l'Agence reste largement perçue comme tel. Son image se nourrit finalement peu de son positionnement comme centre de ressources pédagogiques et référent scientifique pour le monde éducatif. Seuls les représentants académiques de l'éducation nationale et certains de ses partenaires associatifs clés lui reconnaissent pleinement ce rôle.

Ceci ne signifie pas pour autant que les partenaires ne considèrent pas l'Agence comme un acteur indispensable des politiques de communication pédagogique sur l'eau. Dans un contexte où les financements publics se tarissent et où les entreprises privées ou fondations ne semblent s'investir que peu auprès du monde éducatif, son apport financier est déterminant pour le maintien d'actions en faveur de la sensibilisation des jeunes sur l'eau sur de nombreux territoires. Au-delà de ces animations, ce sont des emplois, au sein des structures associatives notamment, que l'Agence permet de maintenir. La pérennité de ces postes apparaît aujourd'hui fortement fragilisée et incertaine à l'avenir.

L'intervention de l'Agence en matière de communication pédagogique bénéficie globalement d'une image positive, tant pour son investissement (outils produits, financements apportés…) sur l'ensemble des thématiques de l'eau, que pour son positionnement complémentaire aux compétences des autres acteurs dans ce domaine. Ainsi, la neutralité de son positionnement est saluée, au même titre que celle d'autres établissements publics et services de l'État (DREAL, ADEME…), et est généralement présentée en opposition aux interventions d'acteurs privés dans ce champ, considérés comme intéressés. La participation de l'Agence à certains projets a ainsi été perçue comme une labellisation (associée ou non de financements) presque aussi importante que celle de l'éducation nationale – la seconde étant formalisée et obligatoire pour intervenir au sein d'établissements scolaires.

Si l'expertise de l'Agence en matière de communication pédagogique est reconnue par les acteurs de l'EDD avec qui le département Communication a l'habitude de travailler, elle n'est finalement que peu mobilisée par ces acteurs qui bénéficient eux-mêmes de compétences en la matière. Quant à l'appui du département Communication auprès des délégations (avis sur les dossiers de communication pédagogique, vademecum…), qui sont en contact direct avec les acteurs des politiques de l'eau (syndicats, EPCI, communes…), celui-ci s'avère globalement limité, faute de temps, et assez variable d'une délégation à l'autre (fonction de leur intérêt pour cette problématique).

Une expertise, plus sectorielle et technique, est reconnue à l'agence de l'eau, et est notamment mobilisée par des acteurs de l'EDD (associations, enseignants…) pour concevoir leurs outils ou animations. Ces acteurs peuvent ainsi trouver au niveau du centre de documentation de l'Agence ou auprès des chargés d'intervention (avec parfois l'intermédiaire du département Communication pour identifier le bon interlocuteur) : des données sur l'eau et les milieux, des explications techniques de problématiques ou du fonctionnement d'installations, des coordonnées de sites ou acteurs pertinents… Sur cet aspect, l'agence de l'eau n'est pas la seule source d'informations, puisque d'autres acteurs peuvent être mobilisés, alternativement ou en complément de l'Agence : l'ONEMA, la DREAL, les conseils généraux, les syndicats d'eau…

Plus encore, certains souhaiteraient la voir adopter un positionnement de « chef de file » plus affirmé dans la mise en réseau des acteurs et la mutualisation des moyens en matière de communication pédagogique sur les enjeux de l'eau. Cette place est en effet aujourd'hui laissée vacante à l'échelle du bassin, malgré l'existence de réseaux régionaux généralistes de l'éducation à l'environnement.



4 Conclusions transversales

Au-delà des réponses aux questions évaluatives présentées précédemment, il est possible de dresser des conclusions dépassant les différents registres évaluatifs. Ces éléments conclusifs plus transversaux ont permis d'identifier dans un second temps des recommandations tirées directement de l'évaluation.

- **L'accompagnement apporté par l'agence de l'eau en matière de communication pédagogique sur les enjeux de l'eau peut être réalisé selon deux entrées : le département Communication d'une part, et les délégations d'autre part.** Les acteurs de l'EDD sont plus facilement amenés à contacter directement le département Communication et la chargée de mission EDD pour mettre en œuvre des projets, tandis que les acteurs des politiques de l'eau entrent plus fréquemment en contact avec les délégations avec lesquelles ils travaillent habituellement. On peut noter que les projets portés par ces deux catégories d'opérateurs sont globalement différents, avec surtout des projets éducatifs dans le cadre de l'intervention des premiers, et plus des actions de sensibilisation pour les seconds. Malgré les connexions pouvant exister entre le département Communication et les délégations, celles-ci apparaissent non systématiques ni formalisées, ce qui ne permet pas d'assurer un suivi exhaustif des actions de communication pédagogique menées par l'Agence.
- **La politique poursuivie par l'Agence a contribué à faire entrer les enjeux de communication pédagogique sur l'eau au sein des établissements scolaires, mais également dans l'accompagnement des interventions techniques des acteurs locaux.** L'Agence a contribué à faire de l'eau un sujet à part entière pour le monde éducatif, et donc pour les jeunes, tout comme elle envoie un signal aux opérateurs techniques (associations, collectivités…) de l'importance de déployer des politiques de sensibilisation sur les enjeux « eau » sur le terrain.
- **L'Agence a adopté une politique de guichet en matière de sensibilisation des jeunes, dont l'avantage principal est d'avoir permis de soutenir des initiatives de qualité, portées par des acteurs mobilisés.** Elle a fourni le carburant technique et financier là où les projets en avaient besoin pour se développer, ou en tout cas où de tels besoins lui ont été exprimés. En revanche, l'Agence n'a pas eu de dynamique proactive en la matière, à quelques exceptions près, et a adopté une position avant tout réactive.
- **Le maintien d'une enveloppe financière relativement conséquente sur les 20 dernières années et d'un référent « communication pédagogique » au sein de l'Agence a favorisé la fidélisation d'un important tissu d'acteurs de l'EDD autour de l'Agence.** Le cercle des bénéficiaires accompagnés par l'Agence, bien qu'hétérogène, forme aujourd'hui un groupe d'acteurs (« une communauté ») bien rodé, sur qui elle peut s'appuyer. Néanmoins, la réduction des moyens humains de l'Agence affectés à cette politique fait que l'on observe un mécanisme de transfert en termes d'assistance technique depuis l'Agence vers ces acteurs associatifs, qui jouent de plus en plus un rôle de relais de la politique de l'Agence, non seulement en matière de sensibilisation des jeunes, mais également de sensibilisation du public en général.
- **Au-delà de la mutation intrinsèque du tissu d'acteurs, la reconduction presque à l'identique de la politique d'intervention d'une année sur l'autre ne semble pas avoir favorisé la mobilisation de nouveaux acteurs, ni le développement de nouvelles approches**. Une mutation des opérateurs des actions de communication pédagogique a pu être observée sur les 20 dernières années, avec un accroissement et une professionnalisation des acteurs associatifs et un effacement des établissements scolaires. L'Agence n'a toutefois pas eu, à quelques exceptions près, de stratégie active de recherche de nouveaux opérateurs. Par ailleurs, si l'ensemble des acteurs cherchent à renouveler ses pratiques, on peut se demander si la dynamique d'innovation et d'expérimentation est suffisante sur le bassin.
- **En outre, la politique de communication pédagogique s'avère peu ciblée et n'atteint pas toutes ses ambitions.** Les objectifs que se fixe l'Agence sont relativement larges et embrassent une très grande diversité d'acteurs (associations micro-locales ou régionales, collectivités et syndicats d'eau, éducation nationale,…) : être un moteur des initiatives locales, un centre de ressources, un partenaire incontournable... autant d'ambitions portées par une politique dont les moyens sont certes importants, mais en régression. L'Agence obtient finalement des résultats mitigés au regard de ces perspectives d'ensemble, entre lesquelles elle n'a pas vraiment choisi.
- **En particulier, l'Agence ne s'est pas donné pleinement les moyens d'être le centre de ressources qu'elle ambitionnait d'être pour le monde éducatif, et cette place demeure vacante à l'échelle du bassin – tout comme celle de « chef de file » de la mise en réseau des acteurs.** L'Agence a su produire puis mettre à disposition des outils jugés utiles et pertinents, mais leur diffusion s'est globalement limitée au monde enseignant et n'a donc que peu concerné les animateurs des associations du monde éducatif.

Elle n'a pas non plus joué le rôle de plateforme d'échanges et de ressources, que l'on pourrait attendre d'un centre de ressources.

- **De la même manière, la faible intensité du portage stratégique de la politique de communication pédagogique a limité la capacité de l'Agence à être un « partenaire incontournable » du monde éducatif.** Elle est à l'évidence un soutien indispensable pour le monde enseignant d'une part et le tissu associatif de l'éducation à l'environnement d'autre part, mais elle n'est pas dans la posture du « partenaire clé » des politiques publiques d'éducation à l'environnement, car son implication dans les réseaux institutionnels reste avant tout technique et limitée à la région Midi-Pyrénées. Les orientations de l'Agence en matière de communication pédagogique apparaissent pour ses partenaires comme étant insuffisamment claires, avec une stratégie manquant de structuration et de mise en visibilité.

- **Enfin, la logique de guichet présente des limites quant à l'optimisation des moyens de l'Agence au regard de ses propres priorités d'intervention.** L'Agence n'affiche, ni ne suit, de principes en matière de territorialisation de son intervention (par exemple pour faire émerger des opérateurs dans des « zones blanches ») et elle ne conditionne pas ses aides en matière de communication pédagogique à une quelconque priorité de son programme d'intervention ou du SDAGE. Sans mettre en doute le fait que l'Agence sait faire respecter certaines exigences dans les actions qu'elle cofinance, son positionnement reste largement celui d'un financeur souple et réactif, qui n'oriente en général qu'à la marge les actions qu'elle soutient en matière de communication pédagogique.





5 Recommandations

Dans le cadre de la réflexion générale de l'agence de l'eau sur sa politique de communication, le volet « communication pédagogique auprès des jeunes » peut-être réinterrogé de plusieurs manières :

- Se demander comment optimiser les moyens dédiés, sans remettre en question les postulats de base, notamment de faible intégration de la politique de communication pédagogique à la stratégie globale de l'Agence ;
- Ouvrir une réflexion sur les finalités mêmes de cette politique et envisager de nouvelles orientations stratégiques, c'est-à-dire revoir la logique d'intervention sous tendue par la politique, avec en filigrane une plus grande intégration.

5 1 Optimiser les moyens pour mieux coller à la posture choisie

5.1.1. Orientation « continuité »

L'optimisation peut tout d'abord passer par un **scénario « de continuité** », où l'Agence continuerait à se positionner à la fois comme partenaire technique et financier, comme centre de ressources et comme partenaire légitime et incontournable du monde éducatif.

Un tel scénario apparaît envisageable à moyens constants (humains et financiers) en clarifiant les objectifs et actions à mettre en place pour renforcer l'efficacité de l'intervention :

- **Consolider une culture commune de la communication pédagogique en interne,** qui permette d'optimiser les moyens déployés à travers les dossiers techniques en renforçant l'appui technique que peuvent prodiguer les chargés d'intervention auprès des animateurs de contrats. À cette fin, des évolutions portant sur le rapport entre les délégations et le siège de l'agence de l'eau devront être engagées ; un risque de sur-mobilisation des agents en délégations n'est pas à exclure étant donné la diversité de tâches qui leur sont actuellement demandées. Les actions au service de cet objectif seraient notamment :
  - Une information, voire formation des agents en délégation par le département Communication (une demi-journée par délégation), afin de rappeler les principes de la communication pédagogique, mais aussi des retours d'expérience afin de donner à voir ce qui peut être effectué.
  - L'évolution des modalités d'instruction des aides en matière de communication pédagogique, afin que les opérations locales (même hors démarches contractuelles) soient instruites par les délégations, et que le département Communication se concentre sur les opérations d'envergure déployées sur tout le bassin (conventionnement avec les CPIE, conférences en collèges et lycées…).
  - La clarification des relations entre le département Communication et les délégations dans le traitement des dossiers de communication pédagogique, avec la redéfinition de la procédure de fonctionnement sur ce sujet, précisant notamment les modalités de reporting sur les actions engagées.
  - La création d'une distinction dans le suivi des aides entre ce qui relève de la communication pédagogique auprès des jeunes et d'autres formes de communication (sensibilisation des élus, communication grand public…).
  - Le renforcement de l'accompagnement des chargés d'intervention sur la question de la communication pédagogique, par la référente sur le sujet au sein de l'Agence, permis par le temps dégagé par l'instruction d'un nombre plus restreint de dossiers.
  - L'information des bénéficiaires des aides de l'Agence sur les nouvelles modalités d'instruction, avec précision de la distinction entre les dossiers devant être adressés à la délégation et ceux devant l'être auprès du département Communication (via un mailing pour les opérateurs habituels, de l'information sur le site Internet, sur les plaquettes de présentation du 10e programme révisé).

- **Faire vivre le « centre de ressources », par une participation active des bénéficiaires des aides de l'Agence** par exemple via la mise en place d'une plateforme interactive d'échanges et de diffusion de ressources pédagogiques entre les acteurs.

Cet objectif pourrait reposer sur les actions suivantes :

- Création d'une plateforme interactive d'échanges et de partage de ressources par l'agence de l'eau, constituée d'un forum d'échanges, d'un espace de téléchargement de documents, d'un catalogue des outils disponibles, d'une rubrique dédiée aux retours d'expériences, d'un fil d'actualités, de liens vers des sites de partenaires (exemple du site de l'Espace de concertation en Midi-Pyrénées)… et de différents niveaux d'accès (« grand public », partenaires de l'Agence, Agence).
- Information des délégations et des partenaires de l'Agence (collectivités, réseaux, associations…) de l'existence d'une telle plate-forme, de ses objectifs (partager des expériences sur la communication pédagogique autour des enjeux eau à l'échelle du bassin), de ses modalités de fonctionnement (et notamment de l'accès ouvert, mais réglementé, de la plate-forme pour lui permettre d'être alimentée, mise à jour…).
- Valorisation des données et outils de l'Agence sur la plateforme d'échanges, ainsi que de quelques retours d'expériences.
- Identification d'un gestionnaire de la plateforme, en charge de la validation des contenus proposés, et de la sensibilisation des bénéficiaires des aides de l'Agence de l'intérêt d'alimenter une telle plateforme.

- **Affirmer le portage stratégique, pour tirer profit de l'image positive que l'Agence diffuse à travers la politique de communication pédagogique** en se positionnant pleinement en tant que partenaire des politiques d'éducation à l'environnement, notamment auprès des grandes collectivités et des rectorats. Les actions structurant cet objectif pourraient être :

- La participation d'un représentant de l'Agence aux instances de concertation existantes à l'échelle régionale sur le bassin (Espace de concertation en Midi-Pyrénées, Comité régional en Aquitaine…), afin de s'informer de l'évolution des stratégies des partenaires en la matière, de présenter l'évolution de la stratégie de l'agence de l'eau en matière de communication pédagogique et de participer à la mise en œuvre de projets communs.
- Le renouvellement de la convention avec les rectorats, assortie d'une réunion des coordinateurs académiques afin de décliner plus opérationnellement ce document cadre.

Globalement satisfaisant pour les bénéficiaires actuels de la politique de l'Agence, le scénario « de continuité » n'en est pas moins exigeant pour l'Agence, non pas en termes d'investissement financier, mais de portage interne de la politique de communication pédagogique.

5.1.2. Orientation « Resserrement »

Dans une optique où l'optimisation s'accompagnerait d'un resserrement des moyens, un scénario « a minima » devrait être envisagé. L'Agence se concentrerait sur un nombre limité d'objectifs, en renonçant à certaines fonctions qu'elle exerce. Cela pourrait se traduire de la façon suivante :

Recentrer l'action sur l'attribution de subventions : Dans cette logique, « l'essentiel » est préservé en continuant à assurer des actions de communication auprès des jeunes au détriment des autres actions conduites jusqu'à présent. Ainsi l'ambition d'être un centre de ressource et un partenaire stratégique du monde éducatif est abandonnée, et au-delà du recentrage de l'action sur l'attribution de subventions, il s'agirait d'aller encore plus loin dans cette direction en supprimant les actions portées en maîtrise d'ouvrage directe par l'agence de l'eau ainsi que le soutien technique apporté à certains grands projets.

Cette perspective serait défavorable à l'ensemble de la communauté de l'éducation à l'environnement et au développement durable, qui perdrait l'ensemble des outils mis en place par l'Agence, même si certains sont vieillissants. Cette perte de contenu pourrait être accentuée en cas d'arrêt des formations ponctuelles qui sont proposées, de la transmission de documents spécifiques… c'est-à-dire qu'il pourrait ne plus rester que les données accessibles à tous, nécessitant un temps d'exploitation que les acteurs (dont les enseignants) ne seront pas tous prêts à consacrer (au regard de leur charge de travail actuelle).

Enfin, le retrait, même limité de l'agence de l'eau, sur cette thématique de la communication pédagogique pourrait être à l'origine d'une perte d'expertise au sein de l'Agence, de même qu'une diminution de sa mise en visibilité. D'autres acteurs pourraient ainsi s'insérer encore plus dans les actions de communication pédagogique (gestionnaires des installations et des réseaux notamment) montées avec le monde éducatif.

5.2 Des orientations complémentaires, voire alternatives, pour bâtir une politique plus intégrée de communication pédagogique

5.2.1. Orientation « Éducation tout au long de la vie »

Une orientation « éducation tout au long de la vie », par laquelle la politique de communication pédagogique auprès des jeunes s'intègre davantage dans la politique de communication et de sensibilisation générale de l'Agence auprès des publics « non spécialistes », dans l'optique de faire davantage le lien entre les actions menées aux différents âges, au profit d'une approche plus durable des effets recherchés (approche anglo-saxonne, que l'on retrouve dans le dispositif de CESP de la convention RAMSAR sur les zones humides). L'entrée principale de cette orientation est donc les publics. Elle présuppose d'être structurée autour des objectifs et actions suivants :

- **Établir un diagnostic global partagé des besoins insuffisamment couverts :** si le public jeune semble relativement bien couvert et que des actions existent aussi pour le grand public, il serait utile de disposer d'une vision globale et par cible de la couverture actuelle des besoins par l'ensemble des acteurs. Ce diagnostic devrait s'appuyer sur :
  - Une cartographie des acteurs tout au long de la chaîne ;
  - Une cartographie des besoins par public ;
  - Une synthèse des besoins couverts (sous forme de SIG).
- **Renforcer l'approche stratégique globale initiée en 2014.** Pour l'agence de l'eau, il s'agirait de poursuivre le rapprochement des actions de sensibilisation auprès des jeunes et du grand public qui a été engagé en 2014 avec l'élaboration d'un plan d'actions commun pour s'assurer, sur la base de l'analyse des besoins précédente, que les différentes actions à mettre en œuvre pourront bien couvrir le spectre des publics. Deux actions principales devraient être engagées :
  - Rédaction d'un document stratégique déclinant plusieurs niveaux d'objectifs et actions ;
  - Proposition d'actions « tout au long de la vie » centrées sur les besoins des différentes cibles (associer les utilisateurs à la construction des outils).
- **Construire une articulation entre éducation et formation.** Il paraît difficile d'engager une orientation sur l'éducation tout au long de la vie sans réfléchir aux synergies à développer entre offre éducative au sens large et offre de formation, notamment pour les publics adultes :
  - Une analyse exploratoire associant les acteurs des deux domaines devrait être conduite pour justifier ou infirmer de la pertinence de cette approche.

En termes d'impacts, un tel scénario n'apparaîtrait pas déstabilisant pour le monde associatif, déjà investi auprès d'autres cibles que les jeunes, mais soulève des questions quant au positionnement à adopter vis-à-vis du monde enseignant, dont la perspective reste globalement l'élève lui-même – et non ses parents ou ses petits frères et sœurs.

- Cette orientation nécessite le partage d'une culture commune encore plus importante, et de précision du vocabulaire employé, afin de s'assurer que les actions du département Communication et des délégations soient cohérentes ;
- Ce positionnement implique une approche par cible, afin de s'assurer de la bonne couverture de l'ensemble de la population, de l'adaptation des outils déployés aux cibles visées.

5.2.2. Orientation « Animation de réseaux »

Une orientation « animation de réseaux », où l'Agence assume totalement une approche de type « co-responsabilité » dans le cadre de laquelle les objectifs et moyens d'actions sont déterminés de manière collective, avec les partenaires de l'Agence (rectorats, grandes collectivités, têtes de réseau associatives…). Dans une telle posture, l'Agence « animateur de réseau » contribue à la mutualisation des moyens entre les acteurs et à l'échange de pratiques, en vue d'améliorer la qualité globale des interventions déployées, mais également d'améliorer l'effet levier de ses subventions. Plusieurs nouvelles manières de travailler avec les acteurs pourraient en découler :

- **Renforcer le portage stratégique.** Cette orientation présuppose une double évolution culturelle : ne plus être un seul financeur d'actions mais un acteur responsable dans un réseau structuré et au service d'une stratégie co-définie, ce qui demande aussi une affirmation de la place dans ce réseau dans la durée.

Pour cela, les actions suivantes seraient à imaginer :

- Définition d'une gouvernance partenariale ouverte sur l'ensemble des contributeurs à la communication pédagogique (présupposant une cartographie de ceux-ci) ;
- Rédaction d'une stratégie collective et d'une stratégie Agence au service du réseau.

- **Réorienter les moyens humains vers plus d'animation et de contribution aux projets partenariaux :**
  - Mettre en place des subventions incitant le partenariat entre acteurs (conditions d'éligibilité) ;
  - Mobiliser les têtes de réseaux associatives pour faire monter en compétences les opérateurs, poursuivre cette dynamique de structuration des acteurs associatifs et de positionnement de ces derniers en tant que relais de la politique de l'Agence ;
  - Participer activement aux instances de concertation existantes, que ce soit au niveau régional (exemples en Midi-Pyrénées ou Aquitaine) ou plus local. L'Agence doit, au travers de ces instances, pouvoir apporter sa contribution, que ce soit en termes de réflexion stratégique (orientations de l'EDD sur ces territoires), de production (mise à disposition de ressources, de retours d'expériences) ou d'accompagnement financier des projets sélectionnés collectivement, de manière à contribuer au dynamisme de ces espaces, et à s'assurer de la bonne prise en compte des enjeux eau aux différentes échelles.

5.2.3. Orientation « SDAGE / Programme d'intervention »

Une orientation « tout pour le SDAGE », ou pour le programme d'intervention de l'Agence, par laquelle la politique de communication pédagogique est franchement mise au service des orientations de la politique de l'eau sur le bassin. Il s'agit d'adosser les objectifs de la communication pédagogique auprès des jeunes à ceux du SDAGE ou du programme d'intervention de l'Agence, d'un point de vue thématique comme territorial, puis de s'assurer que la déclinaison locale des interventions est cohérente avec les contrats en vigueur s'ils existent. Un tel scénario verrait l'Agence et son comité de bassin développer un véritable discours en matière de communication pédagogique et une stratégie très ciblée via l'entrée thématique.

- **Décliner pour chaque priorité thématique et territoriale de l'Agence des objectifs et actions spécifiques en matière de communication pédagogique :**
  - Définition d'une stratégie permettant de préciser pour chaque enjeu les actions de communication grand public, de sensibilisation (des techniciens, des élus…) et d'éducation auprès des jeunes envisagées pour chaque ligne d'intervention « technique » de l'agence de l'eau ;
  - Instruction des demandes de financement par les chargés d'intervention en délégation, de manière à s'assurer de la cohérence d'ensemble des projets soutenus, au sein des démarches contractuelles ou en dehors ;
  - Proposition d'appels à projets thématiques ou territoriaux et/ou pour des opérations pilotes.

- **Renforcer la culture collective en matière de communication pédagogique :**
  - Mise à disposition des ressources (techniques, documentaires, outils…) par le département Communication ayant pour rôle de faciliter le travail des délégations sur le sujet : définition des priorités, revue de la qualité des dossiers de demande de subvention… ;
  - Sensibilisation et formation pour générer une plus forte articulation entre le département Communication et les délégations. Organisation de formations de formateurs (enseignants, correspondants EDD…) ;
  - Désormais, les bénéficiaires des aides sont les maîtres d'ouvrage habituels de l'Agence (collectivités, entreprises…), pouvant mobiliser des financements et des outils proposés par l'Agence pour mettre en œuvre des actions au sein de leur établissement / institution ou sur leur territoire. Le rôle des chargés d'intervention de l'Agence serait alors de présenter l'éventail des possibilités : taux de subventions, documentation disponible, animations mobilisables (conférences, classes d'eau… pouvant être mise en œuvre dans le cadre d'un accord-cadre avec l'Agence), et les attendus de l'Agence en la matière (cohérence avec l'intervention technique…).

En termes de conséquences, les marges de manœuvre des opérateurs traditionnels de la communication pédagogique en seraient de fait limitées, car beaucoup plus encadrées. Cela ne provoquerait pas un changement radical pour les associations, déjà habituées à contribuer aux objectifs des politiques publiques telles qu'elles sont conçues par les décideurs.

En revanche, cela soulèverait des questions plus inédites auprès de l'éducation nationale, dont les programmes scolaires se tournent cependant de plus en plus vers la prise en compte de l'environnement local des élèves. La bonne articulation entre les actions soutenues par l'Agence et les programmes scolaires devrait être bien réfléchie avec les acteurs de l'éducation nationale (coordinateurs académiques notamment), et précisée à l'occasion de l'éventuel renouvellement futur des conventions liant les rectorats avec l'agence de l'eau.

En synthèse, le tableau suivant offre une vision panoptique et comparative des 5 orientations possibles dont on rappelle qu'elles ne sont pas totalement alternatives. Sont mises en évidence les caractéristiques principales de chaque orientation pour faciliter l'aide à la décision. Néanmoins, la qualification de certaines caractéristiques, comme les moyens, mériterait une analyse plus approfondie, délicate dans l'exercice présent.

	Orientation 01	Orientation 02	Orientation 03	Orientation 04	Orientation 05
Finalités	Continuité	A minima	Education tout au long de la vie	Animation de réseaux	SDAGE/programme
Logique d'action	Autonomie	Autonomie	Intégration	Intégration	Intégration
Ambition	Faible	Très faible	Forte	Moyenne	Forte
Objectifs	• Consolider une culture commune de la communication pédagogique en interne • Faire vivre le « centre de ressources » • Affirmer le portage stratégique	Recentrer l'action sur l'attribution de subventions	• Etablir un diagnostic global partagé des besoins insuffisamment couverts • Renforcer l'approche stratégique globale initiée en 2014 • Construire une articulation entre éducation & formation	• Renforcer le portage stratégique • Réorienter les moyens humains vers plus d'animation et de contribution aux projets partenariaux	• Décliner pour chaque priorité thématique et territoriale de l'Agence des objectifs et actions spécifiques en matière de communication pédagogique • Renforcer la culture collective en matière de communication pédagogique
Moyens	=	-	++	+	++
Impacts potentiels pour les partenaires	• Optimisation des actions • Responsabilisation vis à vis du centre de ressources	• Assèchement des outils • Perte d'expertise à l'agence	• Intégration de nouveaux acteurs • Modification des pratiques avec les enseignants	Mutualisation des moyens entre acteurs	• Encadrement plus strict des opérateurs • Modification du partenariat avec l'EN
Conditions de réalisation	Meilleur portage stratégique interne	Acceptabilité vis-à-vis des partenaires	Articulation forte avec l'EN	Changement de posture de l'Agence	Engagement proactif des agents et de la hiérarchie



Lexique

AEAG : agence de l'eau Adour-Garonne

ADEME : agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie

CESP : dispositif de communication, éducation, sensibilisation et participation

CPIE : centre permanent d'initiatives pour l'environnement

DCE : directive cadre européenne sur l'eau

DREAL : direction régionale de l'environnement, de l'aménagement et du logement

EDD : éducation à l'environnement et au développement durable

EN : éducation nationale

EPCI : établissement public de coopération intercommunale

ETP : équivalent temps plein

ONEMA : office national de l'eau et des milieux aquatiques

RAMSAR : convention relative aux zones humides d'importance internationale

SDAGE : schéma directeur d'aménagement et de gestion des eaux

SIG : système d'information géographique

Evaluation réalisée de septembre à décembre 2014
par le bureau d'études Planète Publique

L'Agence tient à remercier l'ensemble des acteurs qui ont contribué à cette étude,
ainsi que les membres du comité de pilotage :

Pascal BEER-DEMANDER (conseil régional Midi-Pyrénées), Anne CALVET (éducation nationale),
Nathalie GROSBORNE (CPIE Midi-Quercy),
Sabine HUGONOT, Isabelle PIQUES et Magali PREVOST (agence de l'eau Adour-Garonne)



Collection Évaluation

#5

Évaluations déjà publiées et téléchargeables sur www.eau-adour-garonne.fr :

1. Politique « Rivière »
2. Politique « Assainissement »
3. Politique « Gestion territoriale »
4. Politique « Solidarité internationale »

Agence de l'eau Adour-Garonne
Siège
90 rue du Férétra - CS 87801
31078 Toulouse Cedex 04
Tél. 05 61 36 37 38
Fax 05 61 36 37 28

www.eau-adour-garonne.fr

AGENCE DE L'EAU
ADOUR-GARONNE
ETABLISSEMENT PUBLIC DU MINISTÈRE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

MARS 2015 - Imprimé à 350 exemplaires ghamo : 05 62 71 35 35 - Crédits photos : MNStudio - Fotolia - Robert Estrade-AEAG - Sergey Nivens fotolia - CPIE