CCI LIMOGES HAUTE-VIENNE

L'ANCRAGE LOCAL

DE L'OFFICE INTERNATIONAL DE L'EAU EN NOUVELLE-AQUITAINE

Février 2021

OiEau
Office International de l'Eau

édito

Pour la première fois, l'Office International de l'Eau a souhaité évaluer et valoriser les retombées de son activité sur ses sites d'implantation (quatre en France). Nous avons commencé avec la Nouvelle-Aquitaine, région majeure pour l'OiEau puisqu'elle héberge deux de ses sites à Limoges et La Souterraine, environ les trois quarts de son effectif et l'essentiel de ses activités de formation. L'OiEau rayonne en France et à travers le monde, son nom est connu en Afrique, en Amérique Latine comme en Chine. L'OiEau est fortement engagé dans la mise en œuvre des politiques publiques nationales de l'eau et envoie en permanence ses experts dans de nombreux pays. Surtout, l'OiEau accueille chaque année sur ses sites plusieurs milliers d'apprenants, majoritairement de France, mais aussi de l'étranger. Nos plateformes pédagogiques en Nouvelle-Aquitaine n'ont pas d'équivalent en Europe. Elles sont régulièrement modernisées grâce au soutien de plusieurs agences de l'eau françaises et de plus en plus utilisées par des industriels régionaux ou nationaux. Mais, paradoxalement, l'OiEau restait insuffisamment connu à l'échelle régionale. Cette étude montre désormais combien notre activité apporte aux territoires. Nous sommes fiers de ces retombées économiques locales, du rayonnement régional auquel nous pouvons contribuer.

Puisse cette étude contribuer à conforter le dialogue et les liens avec les collectivités locales de Nouvelle-Aquitaine, la Région, Limoges Métropole et La Souterraine. Nous souhaitons mettre notre reconnaissance régionale au niveau de notre visibilité internationale, au bénéfice mutuel de l'OiEau comme de ses territoires d'ancrage.

Éric TARDIEU
Directeur général

sommaire

5 **AVANT-PROPOS**

8 **PARTIE 1**
Présentation de l'OiEau

18 **PARTIE 2**
L'impact économique et social de l'OiEau en Nouvelle-Aquitaine

30 **PARTIE 3**
Le rayonnement de l'OiEau

40 **CONCLUSION**