

II. DES ENJEUX D'ADAPTATION ET DE PARTAGE DE LA RESSOURCE



Nécessité de répondre aux attentes croissantes des citoyens et des parties prenantes

Dans un contexte de pressions croissantes sur la ressource, l'eau cristallise des attentes fortes en matière de sobriété, d'équité et de transparence dans son usage. La sobriété apparaît aujourd'hui comme un **enjeu majeur de responsabilité pour les entreprises**. Ces dernières disposent d'un

pouvoir d'action plus ou moins élevé sur les volumes d'eau prélevés et sur les modalités de son utilisation. Adopter une démarche de sobriété implique de repenser les pratiques et les modes de production, d'optimiser les procédés existants et de développer des solutions alternatives pour réduire l'empreinte hydrique de ses activités.



Partage équitable de la ressource et dialogue renforcé

La raréfaction de la ressource implique d'intégrer plus de sobriété. Cela nécessite un dialogue structuré entre acteurs pour définir des priorités d'usage et garantir un partage équilibré de la ressource. Selon le dernier baromètre « Les Français et l'eau » (2025), réalisé par le Centre d'Information sur l'Eau et KANTAR*, 64 % des

Français craignent un manque d'eau dans leur région, chiffre qui atteint 61 % en Île-de-France. Face au changement climatique et aux enjeux d'accès à l'eau, 77 % estiment qu'il faut traiter les eaux usées pour les réutiliser dans l'agriculture ou l'industrie, tandis que 72 % pensent qu'il est nécessaire de modifier nos modes de vie pour adopter des habitudes de consommation plus sobres.



Réputation et RSE

Au-delà des obligations réglementaires, la gestion responsable de l'eau constitue **un véritable levier de responsabilité sociétale (RSE)**. Une politique ambitieuse de maîtrise des consommations, de contrôle de la qualité des rejets et de préservation des ressources **renforce la confiance des consommateurs, des investisseurs et des partenaires**. À l'inverse, **une pollution, une surconsommation ou un conflit**

d'usage peuvent rapidement dégrader l'image de l'entreprise et remettre en cause son acceptabilité sur le territoire. Les attentes de la société évoluent rapidement et influencent désormais les comportements d'achat. Selon l'étude « **Sustainability Sector Index 2025** »**, **46 % des Français considèrent que les entreprises doivent agir contre le changement climatique, 73 % sont prêts à essayer des marques plus responsables et 54 % ont déjà renoncé à certains produits pour des raisons environnementales ou sociales. Investir dans une gestion durable de l'eau devient ainsi un facteur de différenciation, de compétitivité et de création de valeur**, tandis que l'inaction expose les entreprises à un risque croissant de perte de confiance et de parts de marché.



Risque sanitaire

La maîtrise de la qualité est un enjeu sanitaire majeur pour les entreprises utilisant l'eau comme matière première ou dans leurs procédés de fabrication. Une eau contaminée peut véhiculer des micro-organismes, substances chimiques ou résidus toxiques, mettant en danger la santé des salariés et des consommateurs. Dans les secteurs sensibles (agroalimentaire, pharmacie,

cosmétique, chimie...), un défaut de maîtrise peut entraîner la contamination des productions, des rappels de lots, l'arrêt des chaînes de fabrication et des pertes économiques importantes, ainsi que des sanctions administratives ou pénales.

* **Résultats du Baromètre Kantar / CIEau 2025**, <https://www.cnce.fr/actualite/barometre-les-francais-et-leau-28eme-edition>

** « **Climat, Inclusion : les marques face au dilemme de la cohérence** », 27 mai 2025, Patricia Flores, <https://www.kantar.com/fr/inspirations/developpement-durable/2025-climat-inclusion-les-marques-face-au-dilemme-de-la-coherence>