



Zones côtières intelligentes: Guide à l'attention des GALPA



Auteurs :

Richard Freeman, Arthur Rigaud, Laura Enthoven, Gilles van de Walle

Autres collaborateurs :

Tony O'Rourke

Crédits photos :

reefwater.es (10), Iceland Ocean Cluster (11), monpecheur.com (12), Sun and Blue FLAG (13), Ria de Arousa FLAG (13), Campus Mondial de la Mer et Technopôle Brest-Iroise (16), innovation-mer-littoral.fr (17), Sotavento Algarve FLAG (18), Annemarie Schweers (24), smartshores.ca (38)

Production :

DevNet geie (AEIDL/Grupo Alba)/Kaligram.

Contact :

FARNET Support Unit

Rue Belliard 40 | B-1040 Bruxelles

+32 2 613 26 50 | info@farnet.eu | www.farnet.eu

Éditeur :

Commission européenne, direction générale des affaires maritimes et de la pêche, Directeur général.

Clause de non-responsabilité :

Bien que la direction générale des affaires maritimes et de la pêche soit responsable de la réalisation générale de la présente publication, la Commission européenne décline toute responsabilité quant à l'exactitude, au contenu ou aux positions exprimées dans les différents articles. Sauf mention contraire, la Commission n'a ni adopté ni approuvé, de quelque manière que ce soit, les positions exprimées dans cette publication. Toute déclaration faite dans la présente ne peut donc être interprétée comme étant le reflet des opinions de la direction générale des affaires maritimes et de la pêche. La Commission européenne ne garantit pas l'exactitude des données mentionnées dans la présente publication. La Commission ou toute personne agissant en son nom décline toute responsabilité pour tout usage qui peut être fait de la présente publication.

ISBN 978-92-76-09673-3

ISSN 2363-4057

doi: 10.2771/1864

© Union européenne, 2019.

Reproduction autorisée, moyennant mention de la source.

Table des matières

Introduction.....	4
1. Durabilité.....	6
Des ressources inexploitées, de nouvelles opportunités	6
Gérer les espèces envahissantes	7
L'eau : ressource commune dans les bassins versants et les zones côtières	7
Énergies renouvelables communautaires	8
2. Innovation	10
Soutenir les initiatives de la bioéconomie bleue	10
Clusters maritimes : mise à l'échelle de projets de bioéconomie	11
L'innovation technologique : moteur de l'utilisation intelligente des ressources	12
Fiche d'information i : Comment organiser un hackathon et pourquoi ?	14
3. Intégration	18
Assurer les services publics de base : santé et transports	18
Intégration par le biais de « pôles intelligents » et de la collaboration	19
Le télétravail, un moyen intelligent de faire face au dépeuplement	20
Internet à haut débit pour la communauté	22
Réduire la fracture numérique.....	22
4. Collaboration	23
Des partenariats intelligents.....	24
Relations intergénérationnelles.....	25
Collaboration interdisciplinaire.....	25
Fiche d'information ii: Cartographie des parties prenantes.....	26
5. Financement intelligent.....	29
Microfinancement et coopératives de crédit.....	30
Approches en matière de financement participatif.....	31
Le financement participatif communautaire.....	32
Financement participatif à rendement financier	32
Élaborer un modèle financier « mixte » durable par le biais des GALPA	33
Fiche d'information iii: Réussir une campagne de financement participatif	36

Introduction

Qu'est-ce qu'une zone côtière intelligente ?

« Une zone côtière intelligente est une communauté dynamique qui pratique activement le partage et le soutien. C'est un lieu où les valeurs partagées et la fierté locale font naître des solutions en matière de développement, de disponibilité des services et de financement. Les partenariats intelligents, les réseaux et l'utilisation durable des ressources constituent les clés de ce mode de vie. »

Carl Dahlberg, Leader Bohuskust och Gränsbygd, SE



« L'offre, le développement et la disponibilité des financements intelligents doivent être au cœur des questions relatives aux zones côtières. Les obstacles au financement des micro- et petites entreprises dans les zones côtières sont complexes. Une solution potentielle consiste en l'élaboration d'un "modèle financier mixte" pour les micro- et petites entreprises, qui ferait appel à des éléments de financement par prêt, par actions et par financement participatif (actions / prêt ou crédit mezzanine). Une combinaison de ce type devrait être suffisamment souple pour aider les zones côtières à surmonter les freins à l'accès aux fonds de financement et à accéder à des solutions financières dynamiques. »

Tony O'Rourke, ancien professeur dans les matières bancaires et financières, R-U

« Tout d'abord, les zones intelligentes s'efforcent de réduire leur consommation de combustibles fossiles. Parce que la réduction des dépenses en combustibles contribue à la rentabilité, certes, mais il y a aussi, à l'évidence, l'aspect environnemental. La coopération entre les pêcheurs, en particulier en matière de logistique, est une manière efficace d'y parvenir. Ensuite, les régions doivent exploiter intelligemment les ressources. La vieille équation "poisson entier - filets = déchets" ne tient plus. Nous devons parvenir à ceci : "poisson entier = filets + aliments pour animaux de compagnie + composés médicaux + composés pour l'industrie cosmétique +..." Les petites zones côtières ne peuvent y parvenir seules : c'est une tâche qui doit être accomplie par l'ensemble de l'économie bleue »

Markku Ahonen, GALPA de Laponie, FI








« Une zone côtière intelligente est un endroit où les gens et les entreprises collaborent dans le but d'utiliser le savoir-faire, les ressources et les infrastructures d'une manière inédite et innovante. L'accent est mis sur la réduction des déchets et de l'impact environnemental, ainsi que sur l'amélioration de la qualité, de l'utilisation et de la valeur. »

Vilhjálmur Jens Árnason, Responsable de projet au sein du Iceland Ocean Cluster, IS

Les concepts « intelligents » et « durables » en matière de développement régional ne sont pas nouveaux. Depuis l'introduction du terme « intelligent » (*smart*) par l'UE dans sa stratégie Europe 2020¹, on observe un intérêt accru pour la manière dont le concept, initialement introduit dans les zones urbaines (c.-à-d. les villes intelligentes²), peut être recentré et utilisé dans les zones rurales (c.-à-d. les villages intelligents³). En dépit des multiples définitions du terme « intelligent », le concept vise en tout état de cause la promotion de nouvelles idées et le développement de modes de pensée plus stratégiques⁴.

Par rapport aux zones intérieures, les zones côtières présentent leurs propres défis, souvent très particuliers. En outre, chaque région côtière est différente et possède ses propres besoins spécifiques et sa propre vision du développement. Alors, comment définir une « zone côtière intelligente » ? L'expérience et les travaux consacrés aux villes intelligentes et, ultérieurement, aux villages intelligents a permis de faire émerger des thèmes communs, sur lesquels on peut s'appuyer pour, d'une part, mieux comprendre les zones intelligentes en général et, d'autre part, étendre la réflexion aux régions côtières. Parmi ces thèmes, relevons :

-  **La durabilité :** les zones côtières intelligentes pensent de manière durable. Elles économisent l'énergie, l'eau, la nourriture, ainsi que les ressources naturelles, humaines et financières. Elles continuent de prospérer dans une ère de transition tout en réduisant leur empreinte carbone et leurs déchets.
-  **L'innovation :** les zones côtières intelligentes encouragent l'innovation, laquelle ne repose pas seulement sur la technologie, mais aussi sur le capital social. Une zone côtière intelligente encourage sa gouvernance, ses entreprises et ses habitants à inventer de nouvelles manières de faire les choses, à savoir communiquer, organiser, partager et produire pour favoriser la cohésion et le dynamisme au moyen de services innovants.
-  **L'intégration :** l'inclusion sociale est essentielle. Les communautés des zones côtières intelligentes ne laissent personne sur le bas-côté et déploient les services nécessaires pour y parvenir. Elles enrichissent leurs existences par des moyens plus intelligents d'aborder (et de réduire) les divisions sociales en matière d'éducation, de genre, de santé, de sécurité et de bien-être général.
-  **La collaboration :** dans une zone côtière intelligente, les services publics fonctionnent dans un environnement ouvert. Les zones côtières intelligentes échangent leurs données et partagent leurs projets, ce qui rend les services plus efficaces. Ces derniers sont axés sur l'utilisateur et permettent de réaliser des économies d'échelle⁵.
-  **Le financement intelligent :** le développement local intelligent est financé par une combinaison des éléments mentionnés ci-dessus. Les projets de développement local sont financés de manière durable, par l'exploitation d'approches nouvelles et innovantes qui reposent sur la collaboration et l'intégration.

L'objectif de ce guide est de présenter aux groupes d'action locale pour la pêche et l'aquaculture (GALPA) (*FLAG, Fisheries Local Action Groups*, en anglais) une introduction au concept de « zones côtières intelligentes » à travers ces cinq thèmes clés, émaillée de conseils techniques et d'exemples pratiques sur la manière dont il est possible d'encourager et de soutenir des initiatives intelligentes dans leurs zones. Ce guide s'appuie sur les expériences des GALPA eux-mêmes, sur des initiatives en cours actuellement dans les zones côtières de l'UE – et en dehors de l'UE lorsque cela est particulièrement pertinent – et sur les discussions qui ont eu lieu lors du séminaire FARNET sur cette thématique.

1 Commission européenne (2010) [Europe 2020 : Une stratégie pour une croissance intelligente, durable et inclusive](#).

2 Pour un aperçu, voir Allwinkle, S. et Cruickshank, P. (2011) [Creating smart-er cities : An overview](#), *Journal of Urban Technology*, 18(2), pp. 1-16.

3 Pour une vue d'ensemble, voir ENRD (2017) [Villages intelligents](#).

4 Naldi, L., et al. (2015) [What is smart rural development ?](#), *Journal of Rural Studies*, 40(2015), pp. 1-120.

5 D'après les projets de [Brussels Smart City](#).

1. Durabilité

Les entreprises et les particuliers se préoccupent de plus en plus d'utiliser au mieux les ressources naturelles, à la fois pour des raisons économiques et écologiques. En matière de pêche, l'utilisation intelligente des prises accessoires et des espèces sous-utilisées, et l'optimisation des systèmes de production constituent des priorités qui doivent permettre d'améliorer l'utilisation des ressources locales dans les zones côtières et d'assurer ainsi leur durabilité. Ce chapitre entend indiquer comment une réflexion « plus intelligente » peut mener à des réponses plus intéressantes et plus durables aux défis locaux liés à l'exploitation de la vie marine et des ressources côtières.

Des ressources inexploitées, de nouvelles opportunités

La consommation de poisson dans l'UE reste centrée autour de cinq espèces principales – le thon, cabillaud, saumon, colin d'Alaska et la crevette – qui représentent près de la moitié de tous les produits de la mer consommés en 2016, laissant de nombreuses espèces sous-utilisées.⁶ Certains États membres ont relevé le problème et reconnaissent le potentiel des espèces sous-utilisées dans le développement de nouveaux produits. La Finlande en est un exemple, comme l'a récemment expliqué le ministère finlandais de l'Agriculture et des Forêts :

« Ce pays [la Finlande] recèle un immense potentiel d'accroissement de l'utilisation durable du poisson. Jusqu'à 50 millions de kilos de poissons sous-utilisés pourraient être capturés de manière durable chaque année. Ces dernières années, les produits alimentaires fabriqués à partir de poissons traditionnellement sous-utilisés ont commencé à conquérir le marché. »⁷

La question demeure : comment exploiter ces espèces sous-utilisées et les transformer en produits à valeur ajoutée ? Les GALPA peuvent contribuer à encourager les initiatives locales souhaitant répondre à cette question. En Finlande, plusieurs GALPA possèdent d'importants stocks de cyprinidés (comme la brème et le gardon) et la demande pour ces espèces est en augmentation. Il importe donc de trouver des solutions rentables pour augmenter leur consommation tout en assurant la rentabilité des pêcheurs. À titre d'exemple, le GALPA de Laponie soutient un projet de deux ans lancé par une coopérative de pêcheurs et la municipalité locale. Le projet vise à analyser la valeur économique du cyprinidé haché et à déterminer s'il existe un marché viable pour ce produit. Parallèlement, les pêcheurs sont formés à la fabrication correcte du poisson haché à partir de gardon. Les premiers résultats ont révélé que le hachage du poisson destiné à la consommation humaine pouvait être une activité très rentable. Convaincue, la coopérative de pêcheurs a acheté une machine à hacher le gardon et la lotte⁸ en plus grandes quantités pour satisfaire la demande des restaurants. De même, le GALPA de l'est de la Finlande finance **deux projets liés aux cyprinidés**. Le premier vise à développer une industrie locale de la pêche autour des produits sous-utilisés que sont les cyprinidés grâce à un procédé innovant de congélation ; le second a pour ambition d'établir des modèles économiques pour accroître la rentabilité de la pêche de cyprinidés tout au long de la chaîne de valeur.

6 EUMOFA (2018) [Le marché européen du poisson](#).

7 Gouvernement finlandais et LUKE (2019) [Roach and other cyprinid fish are an unexploited treasure in Finnish waters](#). [Le gardon et d'autres cyprinidés sont un trésor inexploité dans les eaux finlandaises].

8 La lotte est une espèce d'eau douce gadiforme (type cabillaud), étroitement apparentée au cabillaud et à la lingue marines.

Q Un seul hameçon, deux poissons ?

Dans de nombreux lacs finlandais, les stocks importants de cyprinidés ont un impact négatif sur la qualité de l'eau. L'amélioration de l'utilisation de l'espèce présente donc deux avantages principaux : (1) elle peut contribuer à atténuer l'eutrophisation dans la mesure où l'élimination des poissons supprime également les nutriments excédentaires dans l'eau et (2) l'exploitation d'espèces sous-utilisées crée de la valeur et permet de développer un nouveau marché et une nouvelle source de revenus pour les pêcheurs.

Gérer les espèces envahissantes

Résultat du réchauffement climatique et d'autres facteurs environnementaux, des changements dans la répartition des espèces marines sont désormais observés. Dans la mesure où diverses espèces migrent vers le nord, les stocks d'espèces d'eau plus chaude diminuent dans leurs zones endémiques et sont remplacés par des espèces parfois envahissantes non indigènes.⁹ Ces espèces nouvelles et envahissantes représentent une proportion croissante des prises dans certaines zones, au détriment d'autres espèces endémiques ayant une valeur commerciale, ainsi que de l'écosystème marin local. Certaines communautés de pêcheurs se voient dès lors contraintes d'adapter leurs techniques de pêche et leurs marchés.

Le crabe bleu de l'Atlantique (*Callinectes sapidus*) est un exemple d'espèce envahissante à l'origine de dommages écologiques et économiques dans certaines zones marines. Originaire de la côte ouest de l'océan Atlantique, le crabe bleu est particulièrement vorace. Ces dernières années, il a été repéré en nombre croissant sur la côte méditerranéenne. Le **GALPA de La Safor** soutient actuellement un **projet de coopération** entre l'association locale de pêcheurs et des chercheurs de l'Université de Valence pour (1) déterminer sa présence, son abondance et son impact écologique dans la région, (2) développer des mesures de contrôle pour limiter la propagation de cette espèce envahissante, et (3) susciter de nouveaux débouchés. À Chalastra, en Grèce, le **GALPA de Thessalonique** a aidé deux entrepreneurs à mettre sur pied une **entreprise fructueuse de conditionnement et de transformation de produits de la mer** spécialisée dans le crabe bleu vivant. Les crabes sont capturés selon des méthodes traditionnelles et vendus principalement à la Chine et aux communautés asiatiques en Europe. Grâce à l'appui technique et au financement du GALPA, les communautés locales de pêcheurs sont désormais en mesure de capturer des espèces envahissantes et de les transformer en nouvelles sources de revenus.

L'eau : ressource commune dans les bassins versants et les zones côtières

Tous les États membres de l'UE utilisent désormais des plans de gestion des bassins hydrographiques pour protéger et améliorer la qualité de l'eau des rivières, des lacs, des estuaires et des zones côtières. Dans la mesure où la pollution se déplace généralement en aval, les zones intérieures et côtières doivent impérativement collaborer pour assurer la continuité écologique et le bon état environnemental des eaux côtières.

Certains GALPA ont déjà contribué à la mise en place d'actions collectives visant à améliorer la qualité de l'eau et à établir un système de gestion qui englobe à la fois le bassin versant et la zone côtière. Citons, à titre d'exemple remarquable, l'organisation communautaire **Cuan Beo**. Établie avec le soutien du **GALPA de l'ouest de l'Irlande**, Cuan Beo vise à renforcer la qualité de vie, l'environnement, l'économie et la préservation du patrimoine culturel de la région de la baie de Galway. L'organisation a entrepris de s'attaquer aux problèmes de qualité de l'eau du sud de la baie de Galway en rétablissant les liens entre les communautés terrestres et maritimes, en renforçant la cohésion et la compréhension, et en assurant ainsi la protection des ressources marines de la région. L'engagement de Cuan Beo dans le Programme sur les eaux des autorités locales lui a permis d'obtenir un statut prioritaire au titre de la directive-cadre sur l'eau pour deux rivières qui se jettent dans le sud de la baie de Galway. Pour obtenir plus d'informations sur le projet, cliquez [ici](#).

9 ICES (2017). [Substantial changes in fish distribution identified by ICES](#) ; Kaimuddin, A.H. (2016) [Climate change impacts on fish species distribution. Approach using GIS, models and climate evolution scenario](#) ; Perry et al. (2005) [Climate Change and Distribution Shifts in Marine Fishes](#), *Science*, 308(5730), pp. 1912-1915.

D'autres communautés côtières confrontées à des problèmes de qualité de l'eau similaires en Europe pourraient adopter cette approche. Par exemple, l'association «[CAP 2000](#)» soutenue par le [GALPA d'Auray et de Vannes](#), dans le sud de la Bretagne, a réuni pêcheurs, conchyliculteurs et agriculteurs autour de l'objectif d'amélioration de la qualité des eaux et de la durabilité globale des activités primaires côtières. De même, un ancien projet de GALPA suédois (Kustlinjen), centré sur la rivière Nyköping, a démontré avec succès comment des partenariats efficaces peuvent être utilisés pour mettre en œuvre un plan de gestion de bassin hydrographique commun (plus d'informations [ici](#)). Parmi d'autres exemples d'actions coordonnées entre bassins versants et zones côtières initiées par les GALPA, citons en particulier :

- La collecte des déchets aquatiques (tels que le plastique et les déchets qui sont déversés en amont des cours d'eau et se retrouvent dans la mer ou dans les zones côtières).
- Les campagnes de sensibilisation sur la biodiversité aquatique et la continuité écologique.
- L'animation de groupes de travail sur les liens entre zones intérieures et côtières au niveau des réseaux fluviaux, des bassins hydrographiques et des masses d'eau.

Le système européen d'information sur l'eau (WISE)



WISE (*Water Information System for Europe*), le portail européen d'informations sur les questions relatives à l'eau, est basé sur un partenariat établi entre la Commission européenne (DG Environnement, Centre commun de recherche et Eurostat) et l'Agence européenne pour l'environnement. WISE a été lancé en tant que service web grand public dont l'objet est de mettre à disposition des informations relatives à l'eau (cartes interactives, graphiques et indicateurs de la qualité de l'eau et de l'état environnemental), et portant sur les eaux intérieures et marines. Ce portail web se présente à la fois comme un outil pratique et comme une base de données européenne en ligne permettant de soutenir la réflexion collective sur la gestion des ressources hydriques dans les zones où sont implantés des GALPA.

Énergies renouvelables communautaires

Les zones côtières, en raison de leur proximité de la mer ou de grandes masses d'eau, jouissent de conditions environnementales spécifiques (vent, vagues, marées et quantité de lumière naturelle) qui en font des lieux privilégiés pour le développement des énergies renouvelables. Les exigences technologiques nécessaires à l'exploitation de sources d'énergie renouvelables peuvent varier et dépendent souvent du degré de maturité du secteur. Par exemple, les technologies solaires et éoliennes sont généralement plus avancées que les autres technologies de production d'énergie renouvelable. À ce titre, elles sont non seulement plus fiables, mais aussi plus abordables, ce qui les rend accessibles à la plupart des communautés côtières.

Plusieurs projets communautaires dans le domaine des énergies renouvelables sont en cours de cours en Europe, allant de projets à petite échelle (destinés à l'infrastructure et à l'équipement de petits bâtiments ou de bateaux dotés de panneaux solaires pour améliorer l'autosuffisance énergétique) à des projets à grande échelle visant à fournir de l'énergie à une communauté entière. Sur l'île de Bere (sud-ouest de l'Irlande), les pêcheurs locaux étaient contraints d'attendre le jour pour débarquer leurs prises, car le site de débarquement, éloigné, ne jouissait d'aucun éclairage. Le GALPA a mis les pêcheurs locaux en contact avec un ingénieur électricien local pour discuter de leurs besoins spécifiques. L'ingénieur a conçu un [système d'éclairage alimenté par batterie solaire](#) indépendant du raccordement au réseau. Le système a permis d'améliorer la sécurité et les conditions de travail des pêcheurs et d'allonger leur temps de travail.

Le [GALPA des Asturies orientales](#) a aidé la *cofradía* (organisation de pêcheurs) de Bustio à financer deux projets visant à rendre [ses opérations terrestres 100 % autonomes en énergie renouvelable](#). Le premier, mis en œuvre en 2014, consistait en la mise en place de panneaux solaires connectés au réseau énergétique national. Cependant, dépourvus de capacités de stockage, les panneaux solaires en question ne pouvaient fournir l'énergie nécessaire qu'à certains moments de la journée. Afin d'atteindre une autonomie énergétique totale, en 2017, la *cofradía* a décidé de doter le site de batteries de stockage, permettant de collec-

ter et d'utiliser l'énergie excédentaire en fonction des besoins. Ce deuxième projet comprenait également des éoliennes et une génératrice au biodiesel pour couvrir les baisses de production lorsque le vent et le soleil font défaut.

Les principaux objectifs des projets d'énergie renouvelable sont les suivants :

- réduire localement le coût de l'énergie ;
- améliorer l'autosuffisance énergétique ;
- accroître la fiabilité de la disponibilité d'énergie (les régions éloignées étant en bout de réseau, elles souffrent plus souvent de pénuries d'électricité) ; et
- créer/maintenir des emplois/revenus à l'échelle locale. En effet, non seulement la mise en place de ces programmes peut bénéficier à la main-d'œuvre locale affectée à la maintenance du projet, mais, dans certains cas, les projets énergétiques développés à l'échelle de la communauté peuvent également générer des revenus de par la vente de la production d'énergie excédentaire au réseau national.

La complexité varie d'une installation à l'autre, car elle est généralement liée à l'ampleur du projet. En effet, si le déploiement d'un projet modeste visant à réduire la consommation énergétique de bâtiments ou de projets individuels est relativement simple et abordable pour la plupart des GALPA, en revanche, l'élaboration d'un programme d'énergie renouvelable visant à assurer l'autosuffisance énergétique de toute une collectivité demeure une entreprise complexe. Comme pour toute entreprise collective, ces projets communautaires nécessitent une forte coordination au niveau local. Ils impliquent notamment le recrutement de chefs de projet issus de la communauté et possédant des compétences diversifiées :

- techniques, afin d'assurer une compréhension minimale des exigences/options techniques, et
- humaines, pour mobiliser l'ensemble de la communauté sur les projets et aider à surmonter les résistances probables d'une partie de la communauté.

Le syndrome NIMBY (« Not in my backyard ») est un problème courant dans ce type de projet et est associé au fait que la plupart des gens acceptent les principes d'un projet, tant qu'il n'est pas déployé chez eux (c.-à-d. tant qu'ils ne sont pas directement touchés par celui-ci). Les approches participatives et ascendantes (de type DLAL) sont à préconiser pour réduire l'effet NIMBY et ainsi favoriser l'adoption par les communautés de ce genre de projet, comme l'ont observé les promoteurs du [programme d'énergie renouvelable sur l'île de Samsø](#) au Danemark.

Sur le plan du financement, les projets communautaires dans le domaine des énergies renouvelables sont globalement plus imposants que la plupart des projets de GALPA. Les investissements substantiels nécessaires doivent alors provenir d'autres sources, le GALPA jouant le rôle de catalyseur. Les GALPA peuvent également intervenir à une échelle de coordination, en finançant des études préliminaires, en facilitant l'engagement communautaire, en soutenant les chefs de projet et en identifiant les bailleurs de fonds. Ces projets de plus grande envergure peuvent devoir tableer sur plusieurs sources de financement (voir [Chapitre cinq – Financement intelligent](#) pour un modèle de financement mixte visant à aider les GALPA à identifier les sources potentielles de financement).

Les projets communautaires d'énergie renouvelable à grande échelle sont complexes et exigent un niveau élevé d'adhésion de nombreuses franges de la population d'une région. Cette complexité inhérente peut cependant être convertie en une opportunité, en favorisant ou en amorçant de nouveaux développements dynamiques sur le plan local. Dans le cas cité plus haut de l'île de Samsø, le programme communautaire d'énergie renouvelable a impulsé une campagne d'amélioration de la durabilité globale de l'île (qui ambitionne aujourd'hui d'éliminer l'usage des combustibles fossiles à l'horizon 2030), insufflant un nouvel élan aux secteurs de la production alimentaire biologique et locale de l'île.

Différentes plates-formes existent pour soutenir les projets communautaires en matière d'énergies renouvelables, tant au niveau national qu'au niveau de l'UE. [Community Energy Scotland](#) représente un exemple de plate-forme nationale de ce type, tandis que la plate-forme [Clean Energy for EU Islands](#) est axée sur le soutien aux communautés insulaires d'Europe désireuses de se convertir aux énergies propres.

2. Innovation

En 2012, la stratégie « Croissance bleue » de la Commission européenne soulignait le rôle des zones côtières et des mers comme moteurs de l'innovation au service de l'économie bleue.¹⁰ De plus, en 2018, la Commission européenne présentait un plan d'action en faveur d'une bioéconomie circulaire et durable en Europe.¹¹ Fruit de la fusion de ces deux concepts, la « bioéconomie bleue » fait référence aux activités axées sur l'exploitation durable des ressources marines, y compris la pêche, l'aquaculture, la transformation et la production d'énergie. En qualité de partenariats public-privé réunissant des acteurs locaux de différents secteurs (pêche, recherche et développement, éducation, transformation, etc.), les GALPA sont idéalement placés pour favoriser et développer l'innovation bleue.

BlueBio COFUND

L'objectif principal du **BlueBio COFUND** est d'établir un programme coordonné de financement de la recherche et du développement à hauteur de 30 millions d'euros pour soutenir la bioéconomie bleue en Europe. L'objectif est d'identifier et d'améliorer les méthodes permettant de commercialiser des produits et services biologiques à valeur ajoutée. Les pays participant au BlueBio COFUND sont : la Belgique, la Croatie, le Danemark, l'Estonie, la Finlande, l'Allemagne, la Grèce, l'Islande, l'Irlande, l'Italie, Malte, la Norvège, le Portugal, la Roumanie, l'Espagne et la Suède. Pour voir le film d'introduction au BlueBio COFUND, cliquez [ici](#).

Soutenir les initiatives de la bioéconomie bleue



Partout en Europe, les GALPA ont déjà activement contribué au développement de la bioéconomie bleue. Le **GALPA Mariña-Ortegal de Galice** a soutenu la création de la **Reef Water Coral Farm**. Cette première ferme corallienne commerciale d'Europe produit environ 5 000 coraux par an et attire des visiteurs et des groupes scolaires de la région. L'entreprise a connu une croissance rapide et les fondateurs travaillent désormais à temps plein à la ferme.

Les algues marines sont à la base d'un autre secteur en pleine croissance de la bioéconomie bleue, et de nombreux GALPA soutiennent des initiatives dans ce domaine. Par exemple, pour réduire la dépendance de la région à l'égard de la transformation du poisson, le **GALPA Costa da Morte** (Galice) a soutenu la création de la start-up **Carbiotech**, qui pratique la culture terrestre de microalgues pour l'extraction de lipides utilisés comme nutriment de qualité pharmaceutique (oméga-3) destiné à la consommation humaine. Le GALPA a également aidé à mettre Carbiotech en contact avec les pêcheurs et les conchyliculteurs en vue d'identifier et de collecter les microalgues qui seront ensuite cultivées jusqu'à maturité sur un site conçu à cet effet.

En Irlande, **Blath na Mara** est une entreprise qui récolte à la main des algues sauvages sur les rives d'Inis Mór, une île de la côte atlantique irlandaise. Son produit principal est l'algue biologique séchée, broyée ou entière qu'elle commercialise en gros. Le **GALPA de l'ouest de l'Irlande** a avancé des fonds et mis à disposition une expertise dans divers domaines, y compris l'entreprise et le marketing.

¹⁰ Commission européenne (2012) **La croissance bleue : des possibilités de croissance durable dans les secteurs marin et maritime**.

¹¹ Commission européenne (2018) **Une bioéconomie durable pour l'Europe : renforcer les liens entre l'économie, la société et l'environnement**.

Ce soutien a permis de moderniser les locaux et les installations de transformation existants, ce qui améliorera la qualité de la **gamme de produits Blath na Mara** tout en permettant l'élaboration de nouveaux produits. Il a également encouragé cette entreprise familiale à développer une nouvelle phase de son activité, à savoir le tourisme alimentaire et éducatif relatif aux algues marines des îles d'Aran.

Horizon 2020

De nombreux projets Horizon 2020 (H2020) soutiennent actuellement les initiatives de l'économie bleue, dont le projet H2020 **TOPBALAT**. Ce projet novateur vise à développer une chaîne de valeur solide pour les concombres de mer. La première phase du projet sera consacrée au développement et à la standardisation d'une méthode de pêche du concombre de mer, ainsi qu'à la mise en place d'une ligne de transformation de nouvelle génération. Dans la deuxième phase, l'équipe de Topbalat aidera les entreprises intéressées en Europe à se lancer dans l'exploitation des espèces locales de concombres de mer.¹²

Clusters maritimes : mise à l'échelle de projets de bioéconomie

Un moyen efficace d'encourager l'innovation consiste à rassembler des entreprises de différentes branches du même secteur en un seul lieu pour former ce qu'il est communément appelé un « cluster ». La proximité et les activités générées entre les entreprises et les organisations (espaces de bureaux partagés, sessions de formation, événements sociaux et visites d'étude) favorisent l'interaction positive. Chaque entreprise (ou organisation) partage son expertise spécifique, générant ainsi de nouvelles possibilités commerciales.

Dans le secteur maritime islandais, cette méthode est incarnée par le groupement **Iceland Ocean Cluster**. Ce cluster est à l'origine de la bien nommée « Incredible Fish Value Machine » (Figure 1). Une « machine » qui fait passer l'utilisation de la biomasse halieutique de 20 % (principalement pour l'alimentation humaine) à 80 % – les écailles, les os, les viscères et autres parties non comestibles du poisson étant convertis en produits rentables.

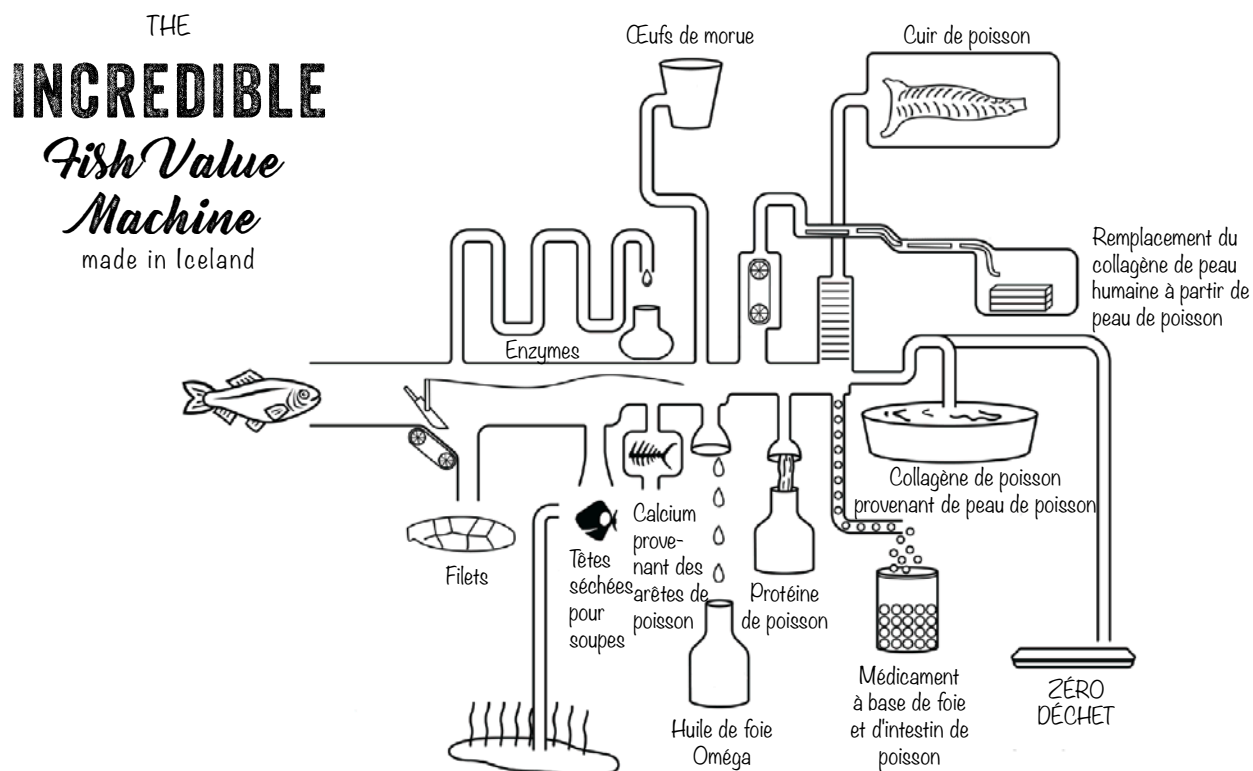


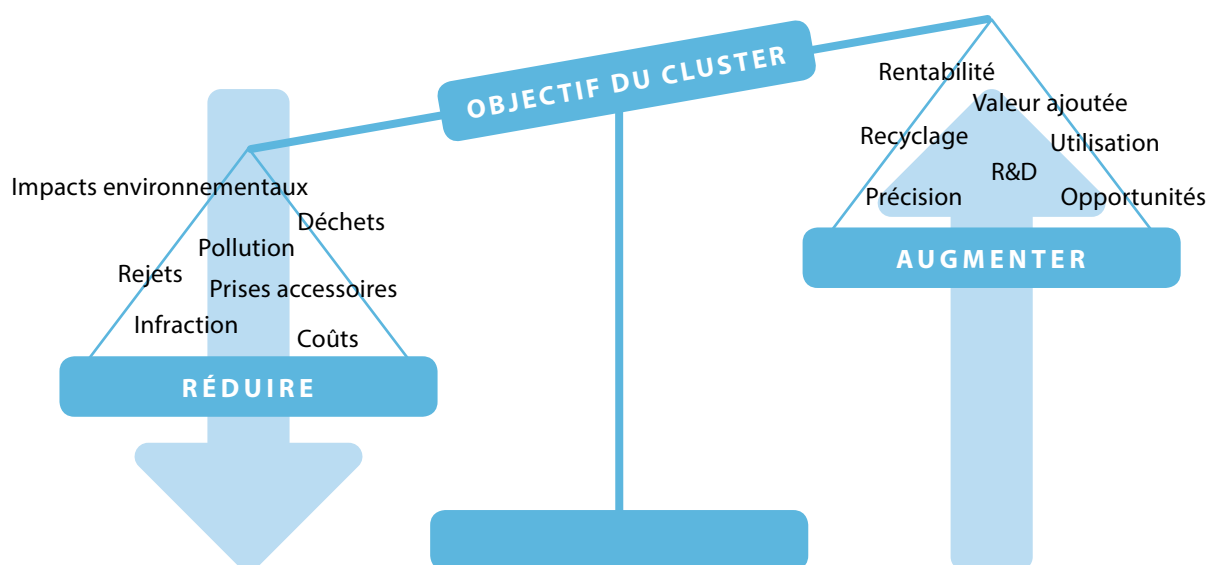
Figure 1: The Incredible Fish Value Machine¹³

¹² Topbalat (2019), [Aurora Seafood](#).

¹³ Iceland Ocean Cluster (2016) '[Introducing "The Incredible Fish Value Machine"](#)'.

Iceland Ocean Cluster

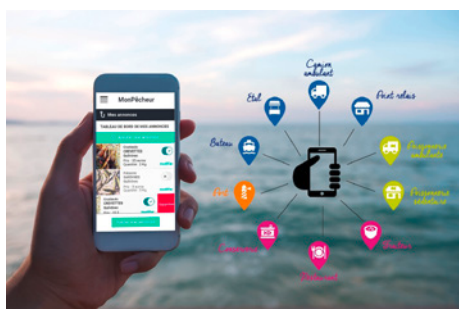
Le but du **Iceland Ocean Cluster** (IOC) est de créer de la valeur et de découvrir de nouvelles opportunités en mettant en relation les entrepreneurs, les entreprises, les autorités et les centres universitaires du secteur maritime. Pour ce faire, le IOC propose une vaste gamme de services (incubation de start-ups, conseil, recherche et développement, mise en réseau, représentation de réseaux, voyages d'affaires, etc.). Le IOC investit en outre dans de nouvelles entreprises spins off et de nouveaux projets maritimes. La recherche financée par le IOC est axée sur les produits de la mer, l'utilisation des sous-produits, la biotechnologie marine et d'autres sujets marins. En 2019, 75 entreprises (140 personnes) utilisaient les 3 000 m² de locaux de l'IOC House. L'une des réussites soutenues par le IOC est liée au secteur de la morue en Islande. En 1981, environ 55 % du corps du poisson était utilisé. Aujourd'hui, ce chiffre s'élève à 75-80 %. L'objectif est aujourd'hui fixé à 100 % d'utilisation grâce à l'« Incredible Fish Value Machine from Iceland ». Avec une utilisation de cette ampleur, la valeur de chaque morue peut atteindre les 8 000 euros.



L'innovation technologique : moteur de l'utilisation intelligente des ressources

Comme nous l'avons évoqué plus haut, l'optimisation de la chaîne de valeur et l'amélioration des systèmes de production permettent une utilisation plus stratégique des ressources halieutiques. En ce sens, les nouvelles technologies peuvent être utiles en contribuant à améliorer la qualité, la traçabilité et la durabilité des différentes parties de la chaîne d'approvisionnement.

Les GALPA peuvent faciliter l'intégration de nouveaux outils technologiques dans les communautés de pêcheurs en finançant des sessions de formation informatique visant à aider les pêcheurs à mieux organiser leur travail collectivement ; en soutenant le développement d'un outil numérique permettant d'organiser la vente directe des produits de la mer ; ou en encourageant l'utilisation de matériel et de logiciels pour l'étiquetage, la traçabilité et la commercialisation du poisson.



Deux GALPA bretons (FR) (**Cornouaille** et **Brest**) aident un jeune informaticien à lancer **MonPêcheur**, un outil numérique permettant d'organiser la vente directe de produits de la mer. Les ventes directes des pêcheurs sont actuellement limitées en Bretagne et le secteur a besoin d'être restructuré. MonPêcheur a pour objectif de cartographier et de référencer les pêcheurs intéressés par la vente directe de leurs produits, en mettant à leur disposition une plate-forme de vente en ligne. Cette plate-forme conviviale permet aux pêcheurs d'informer les consommateurs potentiels sur les espèces et les volumes disponibles, ainsi que sur l'emplacement, le prix et le moment des ventes, ce qui stimulera les ventes directes dans la région. Au-delà du financement de l'applica-

tion, le GALPA a également joué un rôle important en mettant le promoteur du projet en contact avec les acteurs du secteur des produits de la mer et en convainquant une partie du secteur que le développement des ventes directes était une chance plutôt qu'une menace. Parmi les arguments avancés, il a été expliqué que toute initiative visant à promouvoir la consommation locale de produits de la pêche ne pouvait qu'être positive sur un marché actuellement fortement dominé par les produits de la mer importés. Par ailleurs, compte tenu des restrictions en vigueur en matière de ventes directes (maximum de 100 kg/jour par pêcheur), les volumes concernés sont limités et ne devraient pas représenter plus de 5 % de l'ensemble des débarquements bretons.

Les nouvelles technologies ont permis d'améliorer notablement la traçabilité et le marketing des produits de la mer au cours de la dernière décennie. La sensibilisation et la formation des artisans (pêcheurs) pour améliorer le suivi de leur production, du navire au consommateur, constituent l'une des actions que les GALPA peuvent soutenir pour améliorer l'exploitation durable des ressources tout en réduisant la fracture numérique dans les communautés de pêcheurs.



Par exemple, le GALPA **Sole E L'azzurro** (Sicile, IT) a soutenu le développement d'un système informatique innovant et fiable pour la gestion de la traçabilité et de la vente des produits de la mer. Ce système simple d'utilisation, dénommé **T-FISH**, consistant en une solution hardware-software intégrée, met à la disposition des pêcheurs des outils pour l'étiquetage, la compilation et la transmission des données. Les pêcheurs peuvent également utiliser ces informations à des fins commerciales en partageant les données sur les espèces capturées sur le portail avant même le débarquement.

Les systèmes informatiques et les applications mobiles peuvent également être utiles pour améliorer l'organisation et la production. En collaboration avec l'organisation locale de producteurs, le GALPA **Ria de Arousa** a aidé une entreprise d'informatique locale à créer la **plate-forme Xesmar**. Cette plate-forme permet d'améliorer la gestion quotidienne, le contrôle, la planification et l'exploitation des ressources marines locales. Xesmar est déjà utilisé par les conchyliculteurs de trois organisations (Cofradías de Cambados, de Vilanova et de Vilaxoan). Grâce à l'application, les conchyliculteurs disposent d'un accès direct et facile à diverses informations, au nombre desquelles les conditions météorologiques, la qualité de l'eau, les jours de fermeture de la pêche en raison de la présence de toxines, et les réunions organisationnelles communes.



Soulignons également l'exemple du « **Mobile Village Shop** » soutenu par le GALPA **Tirschenreuth** en Allemagne. Le principe consiste à combiner une boutique traditionnelle, mais mobile, à savoir un camion-comptoir, avec une plate-forme numérique permettant aux consommateurs de commander des produits alimentaires locaux en ligne. Ce système permet de créer des chaînes d'approvisionnement alimentaire courtes qui incluent les produits des pisciculteurs. Grâce à la plate-forme, les clients peuvent également suivre l'évolution de la boutique mobile en temps réel. Au-delà de leurs fonctionnalités directes, les applications numériques et les nouvelles technologies offrent l'avantage supplémentaire de réduire l'utilisation de ressources telles que le papier, les imprimantes et l'énergie, tout en contribuant à renforcer les liens entre le secteur de la pêche et les autres acteurs impliqués dans le développement des zones côtières.

Fiche d'information i :

Comment organiser un hackathon et pourquoi ?

À l'origine, un hackathon était une épreuve chronométrée au cours de laquelle des développeurs et programmeurs informatiques se réunissaient pour collaborer intensivement sur des projets logiciels. Depuis lors, le concept a été transféré à d'autres secteurs pour stimuler l'innovation dans des contextes variés. Le hackathon se différencie de tout autre événement en ce qu'il :

- › est limité dans le temps (il dure habituellement de 14 à 72 heures), ce qui inclut souvent une nuitée sur place des participants ;
- › implique une variété de partenaires invités à co-créeer du contenu ;
- › se concentre sur la résolution de problèmes concrets ;
- › s'appuie sur des équipes rassemblant une expertise multisectorielle ; et
- › génère des résultats clairs qui répondent à des questions préétablies.

Cette fiche propose une méthodologie étape par étape pour la mise en place d'un hackathon et partage l'expérience de deux GALPA (**Brest** et **Côte d'Opale**, France) impliqués dans l'organisation d'une épreuve de hackathon.

Avant le hackathon

1. Définissez les principaux objectifs de votre hackathon. Bien que l'objectif général de tout hackathon soit de favoriser l'innovation, il est recommandé de définir le cadre de l'innovation que vous cherchez à générer, par exemple, le développement maritime/côtier.
2. Identifiez des partenaires potentiels dans votre région. Pour ce faire, établissez un inventaire des partenaires, en précisant leur intérêt à participer à un hackathon. Les partenaires sont importants pour : aider à mobiliser les participants ; fournir des fonds (parrainage) et des ressources (lieu ou autres contributions en nature) ; intervenir comme experts. Les partenaires sont également susceptibles de poursuivre leur travail sur le projet après l'événement.

Florence Sergent, manager du GALPA Littoral Opale :

« Les partenaires sont la clé du succès de ce type d'événements. Ils sont là pour réellement participer à l'événement et pas seulement pour apporter un soutien financier. Les partenaires ont la charge de co-créeer l'événement et de développer l'appropriation de l'initiative. »

3. Soutenez vos partenaires en leur proposant un défi qui réponde à leurs préoccupations immédiates ou, plus généralement, un défi qui traiterait d'une problématique dans la zone de votre GALPA.

Florence Sergent :

« Le défi vous permet de mesurer concrètement une problématique et de l'aborder avec le regard neuf de non-initiés ».

Luce Demangeon, directrice du GALPA de Brest :

« La clé du succès consiste à réunir un groupe diversifié de partenaires motivés, convaincus de la valeur ajoutée de ce type d'événement ».

4. Sitôt que vous avez établi la liste des partenaires et celle des défis à relever, déterminez le calendrier et le programme détaillé du hackathon, ainsi que sa logistique : déroulement global, sessions de « masterclass » (pour fournir un contenu technique lié aux défis), sessions de coaching (accompagnement des équipes dans leur démarche de résolution de problèmes), repas, logement, espaces de travail, etc. N'oubliez pas qu'il s'agit généralement d'un événement ininterrompu de 48 heures, vous devrez donc « bichonner » vos participants (espaces pour se restaurer, se reposer et dormir).
5. Élaborez un plan de communication relatif à votre hackathon, idéalement quelque 4 à 6 mois à l'avance. Usez et abusez de tous les types de médias pour promouvoir le hackathon : son objectif, ses partenaires et sa méthodologie (agenda, session de tutorat et coaching).
6. Nommez un petit comité de pilotage qui se réunira une fois par mois, et un cercle plus large de partenaires avec lesquels il sera important de partager l'avancement du projet. Écoutez leurs propositions concernant le développement de l'événement et tenez-en compte.

Luce Demangeon :

« Pensez à appeler votre événement de type hackathon par un autre nom ! Tout le monde ne sait pas ce que cela signifie, et dans certaines régions, cela pourrait miner la participation. En outre, afin d'atteindre un public très diversifié, les partenaires du hackathon devront communiquer autant que possible sur l'événement et les défis qui y sont associés ».

Pendant le hackathon

1. Veillez à ce qu'il y ait au moins un groupe de participants par défi. La mobilisation des équipes autour de chaque défi est cruciale pour la réussite de votre événement. Les participants forment généralement des groupes d'environ 2 à 5 personnes pour travailler sur le défi proposé auquel ils se sont inscrits avant le début de l'événement.
2. Affichez clairement les horaires des « masterclass » et des sessions de coaching. Ces ateliers sont utiles aux participants, car ils permettent de définir le cadre des défis, de les mettre en contexte et de dispenser les connaissances thématiques ou méthodologiques éventuellement nécessaires.
3. Assurez-vous que les acteurs qui ont proposé les défis (partenaires) soient clairement visibles et identifiables, mais également disponibles au cas où les participants auraient besoin de clarifier certains points ou de poser des questions concernant un défi donné.
4. À la fin de l'événement, organisez une table ronde de clôture avec des partenaires et des experts invités sur un thème spécifique lié au thème principal du hackathon, par exemple, « innovation et développement local ». Il est important de profiter de cette occasion pour réfléchir et entériner des partenariats durables entre acteurs locaux.
5. Réunissez un jury équilibré (qui reflète à la fois votre territoire et vos partenaires) pour délibérer sur les idées de projets proposés pour répondre aux défis.
6. Offrez des récompenses aux participants (par exemple, des prix spéciaux pour les gagnants de chaque défi).

CONSEIL



Profitez du hackathon pour présenter et partager avec les participants les produits de la mer et les repas traditionnels de votre région.

Luce Demangeon :

« Les jeunes participants (p. ex. les étudiants locaux) ont contribué aux discussions de par leur curiosité et leur créativité. Leurs compétences informatiques et leur intérêt réel pour le sujet ont ouvert de nouvelles perspectives sur la mise en œuvre opérationnelle d'un sujet complexe (les déchets portuaires dans ce cas). »

À l'issue du hackathon

1. Assurez le suivi des différentes idées de projet, en particulier celles qui ont suscité un intérêt particulier auprès de partenaires. Il est essentiel d'assurer la continuité de l'événement, tant pour les partenaires que pour les groupes de participants et contributeurs.
2. Sensibilisez les membres du conseil d'administration du GALPA aux idées de projets nées pendant le hackathon et invitez les promoteurs de projets à présenter leur maquette lors de réunions ultérieures du GALPA.
3. Partagez intensivement les résultats du hackathon dans les mois qui suivent l'événement. Ne vous attendez cependant pas à ce qu'un hackathon résolve tous vos problèmes, pensez-y comme à une halte de ravitaillement sur le long périple de la résolution de vos difficultés¹⁴, et comme à un moyen de mobiliser différents partenaires et de sensibiliser sur des questions spécifiques.

Florence Sergent:

« Un événement de type hackathon représente une bouffée de motivation insufflée par des acteurs locaux, de toutes générations et de tous secteurs. Un hackathon est un temps de partage et de co-construction. »



Gardez toutefois à l'esprit que si un hackathon peut être organisé localement, l'entreprise peut s'avérer vorace en temps et en ressources. Une alternative : rejoindre un hackathon existant organisé par quelqu'un d'autre. Souvent, les hackathons prennent la forme de structures internationales larges, couvrant différents pays ou même continents. À titre d'exemple, l'Ocean Hackathon, événement annuel organisé par le **Campus Mondial de la Mer** et **Technopôle Brest-Iroise**, vise à développer de nouveaux produits et services basés sur les données océanographiques.

Le **GALPA de Brest** (France) a inscrit un défi d'économie circulaire (l'un des 12 défis) à l'agenda de l'édition 2018 de l'événement. Au cours de cette édition, un groupe d'étudiants en ingénierie, soutenu par des chercheurs et des experts de France, du Canada, d'Irlande, du Royaume-Uni et de Belgique ont travaillé 24 heures sur 24 sur le défi du GALPA : « Solutions circulaires aux déchets portuaires ». Voir la vidéo de l'Ocean Hackathon [ici](#).

Luce Demangeon :

« Notre participation a ouvert de multiples possibilités d'interactions entre l'équipe d'Ocean Hackathon et le GALPA : expérimentation de projets émergents, co-construction de la future stratégie, implication de nouveaux acteurs sur des sujets majeurs... »

14 Tauberer, J. (2017) [How to run a successful Hackathon](#).

Un hackathon en quelques chiffres :

- Un hackathon peut typiquement inclure jusqu'à 40 partenaires, 122 participants, 14 équipes, 24 entraîneurs, 15 membres de jury et 2 « masterclasses ».
- Ressources humaines : 1 équivalent temps plein (deux employés à temps partiel) pendant 4 mois avant l'événement, plus une équipe de 2 à 3 organisateurs à temps plein pendant l'événement.
- Sources de financement : Région Hauts de France, Agence de développement économique local (organe responsable du GALPA), sponsorat, banque locale.
- Budget estimé : 20 000 à 25 000 euros de coûts directs (hors contributions en nature des différents partenaires et salaires du personnel).

La 4^e édition du Week-end Innovation – Mer et littoral

La 4^e édition du *Week-end Innovation – Mer et littoral* s'est tenue à Boulogne-sur-Mer (France), du 14 au 16 mars 2019. Cette édition a bénéficié du soutien financier de la région des Hauts-de-France, tandis que l'organe responsable du **GALPA Littoral Opale** en a géré l'organisation.



La manager du GALPA a joué un rôle déterminant dans la mise en place du partenariat nécessaire pour faire de cet événement un succès. Le hackathon a rassemblé environ 120 participants répartis en 14 équipes pour relever 13 défis. En particulier, le GALPA local a proposé pour défi celui de « révéler et valoriser les sources industrielles de déchets », le comité local de la pêche en a proposé un autre, à savoir « améliorer la cohabitation entre les utilisateurs maritimes », tandis que le syndicat local des poissonniers invitait à « attirer de nouveaux talents et faciliter leur installation dans la région ».

Tout au long du week-end, plusieurs « masterclasses » ont été proposées aux participants afin de leur permettre de renforcer leurs outils et compétences techniques pour relever les défis, notamment des « masterclasses » sur les technologies numériques, les financements innovants et les systèmes d'information géographique (SIG). Les idées retenues par le jury sont présentées [ici](#). Le hackathon a aussi permis l'émergence d'autres idées, notamment le développement d'une entreprise sociale pour former les chômeurs de longue durée à cartographier, collecter, trier et valoriser les déchets industriels générés par le secteur de la transformation des produits de la mer de Boulogne-sur-Mer. En raison de la concentration géographique du pôle industriel, des véhicules électriques supportés par une application numérique sont affectés à la collecte des déchets.

3. Intégration

Les communautés qui parviennent à intégrer leurs habitants sont plus fortes et plus résilientes. L'intégration sociale est cependant difficile si la capacité à offrir des services publics adéquats fait défaut. Il importe donc de trouver de nouvelles façons de maintenir ces services au niveau local, et différentes options pour y parvenir sont examinées dans le présent chapitre. Les budgets publics et les services associés sont généralement dictés par la taille de la population locale. Les nouvelles technologies et les nouvelles méthodes de travail offrent une diversité de solutions potentielles pour lutter contre l'exode des jeunes des régions rurales et côtières, ainsi que pour attirer de nouveaux résidents grâce à l'amélioration de la qualité de vie que supposent les zones côtières intelligentes.

Assurer les services publics de base : santé et transports

De nombreuses zones côtières, surtout celles en déclin, peinent à maintenir les services sociaux essentiels (tels que les transports, les centres médicaux et les logements sociaux) et les infrastructures nécessaires à une qualité de vie élevée et à l'inclusion sociale. Le niveau des services publics proposés à l'échelon local est généralement en corrélation avec le nombre d'habitants. Par conséquent, la lutte contre le dépeuplement est aussi une lutte pour le maintien des services. La taille des populations dans les zones côtières présente souvent un fort caractère saisonnier, dans la mesure où de nombreuses régions voient leur fréquentation multipliée par 5, voire par 10, pendant la période estivale. Cette croissance de la population va généralement de pair avec une meilleure offre de services publics, typiquement sur le plan des transports publics. Par conséquent, l'allongement de la saison touristique ou son étalement sur toute l'année peut contribuer à maintenir un niveau accru de services publics. Par exemple, en Finlande, certaines communautés côtières entretiennent la pérennité de marchés touristiques en proposant une variété d'activités telles que la pêche sur glace, des cours de cuisine, des excursions en bateau et des festivals du poisson, suscitant un intérêt touristique tout au long de l'année. Lorsque les services essentiels ne peuvent être fournis directement sur le territoire, les nouvelles technologies offrent des perspectives inédites permettant de répondre aux besoins de la population locale, comme le montre l'exemple de l'île de Culatra au Portugal (voir ci-dessous).

Service de consultation médicale virtuelle pour les communautés de pêcheurs, île de Culatra, PT



Les pêcheurs connaissent généralement des problèmes de santé supérieurs à la moyenne qui sont liés au secteur, notamment dû aux conditions de travail (c.-à-d. les environnements humides et exigeants sur le plan physique et les horaires de travail extrêmes), ainsi qu'aux périodes de chômage. Souvent, ces problèmes de santé ne sont pas traités, en partie à cause de la difficulté d'accès aux infrastructures médicales dans les zones côtières éloignées. Pour faire face à ce problème, sur l'île de Culatra, le GALPA de **Sotavento Algarve** a favorisé une collaboration entre une clinique médicale continentale (Clinique internationale, Olhão), la mairie de Sé et São Pedro, et l'Association des résidents de l'île de Culatra. Ces différents acteurs se sont regroupés pour mettre en place un service de consultation d'urgence à distance. Les membres de la communauté désireux d'avoir un avis médical peuvent désormais se rendre à la clinique de télémédecine de Culatra, où ils sont reçus par une infirmière résidente. Ils entrent ensuite virtuellement dans la clinique internationale d'Olhão, où un médecin effectue une consultation de télémédecine par vidéoconférence.

Intégration par le biais de « pôles intelligents » et de la collaboration

En dépit de la rareté des services publics et d'une pêche locale en déclin, les petits ports des zones côtières demeurent au cœur de nombreuses collectivités côtières. Ces ports disposent du potentiel et de l'espace nécessaires pour devenir des centres communautaires plus durables, dynamiques et attrayants. Équipés de nouvelles installations, ils deviennent propices au déploiement d'une vaste gamme d'activités. Les GALPA peuvent encourager la modernisation et l'utilisation partagée des infrastructures portuaires, en les transformant en « pôles intelligents », idéalement configurés pour stimuler la coopération, la croissance et l'innovation.

En outre, les GALPA peuvent favoriser les partenariats en intégrant les activités et les infrastructures maritimes dans la vie quotidienne de la communauté locale. Le **port de Hästholmen** et sa communauté locale forment un bel exemple à cet égard. La gestion et l'exploitation du port de Hästholmen, situé dans le sud de la Suède, reposent sur la collaboration entre une société immobilière locale, plusieurs représentants de la communauté du village de Hästholmen et diverses autres associations et parties prenantes. Avec l'appui du GALPA de **Vättern**, ce « partenariat intelligent » œuvre activement à décrocher des fonds pour des projets pertinents. À ce jour, les projets suivants ont été mis en œuvre grâce à un financement de l'UE :

- L'élaboration d'un plan de réaménagement du port.
- L'installation d'une rampe pourvue d'un dispositif de réchauffement (pour lutter contre les effets du gel).
- La construction d'un bâtiment destiné au nettoyage du poisson pour les pêcheurs non commerciaux.
- La restauration de hangars à bateaux traditionnels.
- L'organisation d'un concours de cuisine à l'écrevisse.

Autre exemple à souligner : la **boutique communautaire coopérative de Courtmacsherry**, belle illustration de la manière dont une communauté peut se réunir et coopérer, assurant la proximité et l'accessibilité de services en un même lieu. En effet, le dernier magasin de proximité de Courtmacsherry, situé sur la côte sud-ouest de l'Irlande, avait fermé ses portes en août 2015, en dépit de la riche tradition commerciale de la région. La fermeture du magasin a laissé un vide profond dans la communauté et signé le déclin des services locaux. Pour lutter contre ce déclin et la problématique plus large de l'isolement rural, la communauté locale a créé un nouveau magasin communautaire.

Le démarrage du magasin a d'abord été financé par la vente d'actions à la communauté pour un montant total de 34 000 euros, puis a bénéficié d'une enveloppe d'environ 10 000 euros octroyée par le **GALPA du sud de l'Irlande**. La coopérative, dont le fonctionnement est entièrement assuré par un groupe de 30 bénévoles, gère diverses activités, dont un magasin de proximité vendant de l'alimentation et des articles artisanaux produits localement, un bureau de tourisme, une salle d'exposition et une librairie d'occasion. Le magasin communautaire est devenu le noyau du village, assurant les services nécessaires au maintien et à la croissance des activités touristiques de la région (randonnées côtières, activités pour passionnés de la vie marine, sports nautiques, pêche en mer et excursions diverses d'une journée). Depuis la création du magasin, les entreprises locales telles que les hôtels, les bars, les restaurants et les organisateurs d'activités maritimes connaissent tous une augmentation de leur chiffre d'affaires et de leur croissance.

Motorfabrikken Marstal, DK

L'usine de moteurs Marstal (Motorfabrikken Marstal) est un édifice historique situé au cœur du port de Marstal, dans la région du GALPA de Llsæ. Autrefois usine de moteurs maritimes, il s'agit aujourd'hui d'une infrastructure polyvalente axée sur la promotion de l'innovation.

Le projet se subdivise en trois parties essentielles. Tout d'abord, le bâtiment permet d'exposer d'anciens moteurs restaurés et de mettre en place des ateliers pour jeunes inventeurs et ingénieurs. Ensuite, l'usine sert également de pôle pour les entrepreneurs locaux et les start-ups. Ce pôle comprend un café et des espaces ouverts collaboratifs. Enfin, le hangar principal fait office de salle de conférence lors de séminaires et d'événements. Les trois superficies combinées rassemblent la communauté locale autour de l'offre de services et de l'élan ainsi donné à l'intégration et la collaboration.

Le télétravail, un moyen intelligent de faire face au dépeuplement

Nous l'avons évoqué plus haut : de nombreuses collectivités côtières font face aux défis associés au dépeuplement. Bien que certains jeunes habitants des régions éloignées aient le désir de demeurer dans leur région d'origine, les possibilités d'emploi limitées les obligent souvent à déménager pour trouver du travail dans des zones urbaines plus vastes. Néanmoins, au cours de la dernière décennie, le travail à distance (ou télétravail) – effectué par des professionnels qui travaillent à distance depuis leur domicile, depuis d'autres lieux (par exemple, des espaces de travail partagés) ou sur la route – est devenu de plus en plus courant, au point que cette tendance pourrait contribuer à résoudre le problème du dépeuplement.

Selon les données recueillies en 2010 par la Fondation européenne pour l'amélioration des conditions de vie et de travail (Eurofound, 2017), environ 20 % des travailleurs en Europe ont indiqué qu'ils travaillaient principalement à domicile, sur les sites clients, en dehors de l'usine ou du bureau et/ou sur la route. Il est intéressant de noter que la prévalence du travail à distance varie sensiblement d'un État membre de l'UE à l'autre : s'il est relativement répandu en Scandinavie par exemple, il l'est largement moins en Europe orientale, en Grèce et en Italie (figure 2).

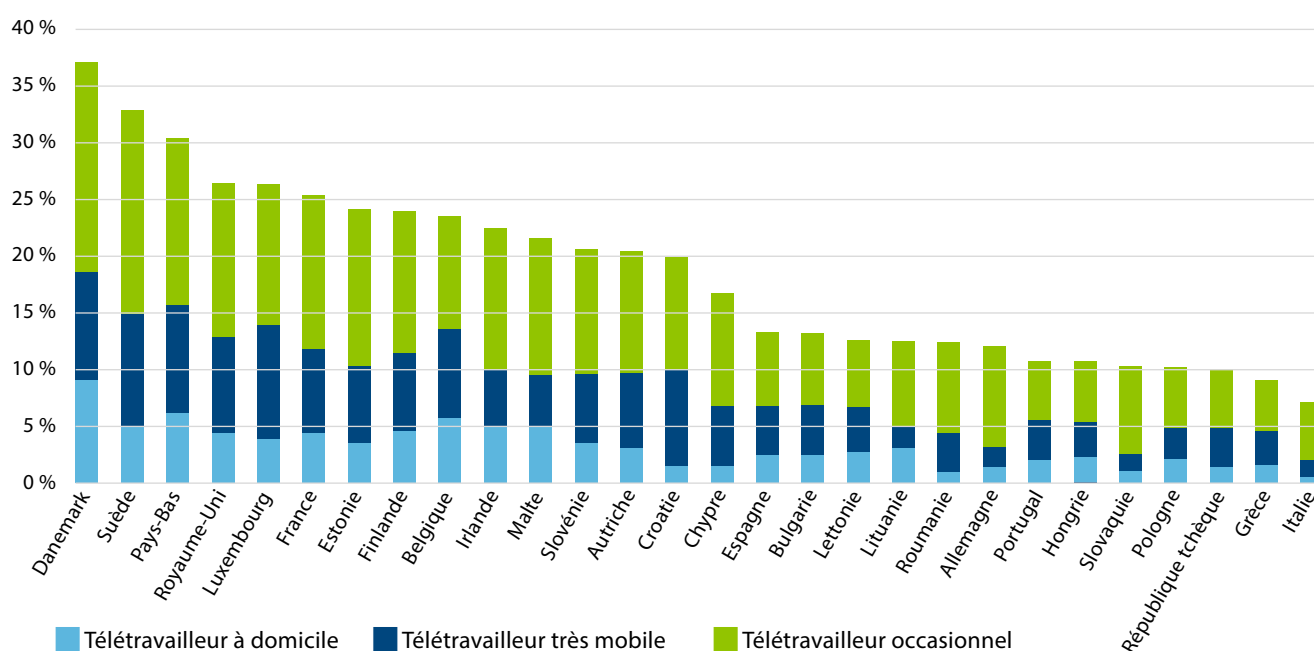


Figure 2 : Taux de télétravail dans l'UE (données pour l'UE 28, par type, 2015)

Les possibilités de télétravail sont en partie limitées par la nature du travail entrepris. Cette option est envisageable pour les personnes capables de travailler de manière indépendante et possédant des compétences numériques relativement élevées, et elle est plus répandue parmi les « cols blancs » (travail de bureau, postes d'encadrement et administratifs). Elle est évidemment moins viable pour les emplois pratiques liés à un lieu de travail physique spécifique, comme les navires de pêche ou les usines de transformation, par exemple. En tant que tel, le télétravail est moins fréquent dans les secteurs de la production et de la transformation, mais reste une option intéressante pour les secteurs de la finance et des services.¹⁵

Les modalités de travail à distance créent une situation « gagnant-gagnant » pour les employeurs et les employés en raison de la souplesse et de l'autonomie qu'elles offrent. Le Tableau 1 donne un aperçu des avantages et des potentiels inconvénients du travail à distance pour les employés et les employeurs. Pour que le télétravail soit un succès, quatre paramètres essentiels doivent être gérés : (1) trouver le juste équilibre entre vie professionnelle et vie privée, (2) surmonter l'isolement au travail, (3) compenser le manque de communication interpersonnelle et (4) compenser le manque de visibilité. Le lecteur trouvera dans [Mulki et al \(2009\)](#) des conseils sur les techniques de gestion à appliquer pour relever ces défis.

15 Eurofound (2017) *Yearbook* : Vivre et travailler en Europe.

Tableau 1 : Avantages et défis du télétravail

	Employés	Employeurs
Avantages	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gain de temps et d'argent sur les trajets domicile-travail. ➤ Plus de flexibilité et d'autonomie. ➤ Capacité à assumer des responsabilités familiales. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Augmentation de la productivité (plus grande satisfaction au travail et moins d'absentéisme des employés). ➤ Baisse du coût de l'immobilier.
Inconvénients potentiels	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Isolement en milieu de travail. ➤ Sentiment que les possibilités d'avancement sont plus limitées. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Perte de synergie organisationnelle. ➤ Préoccupations concernant la sécurité des données. ➤ Perte du contrôle de gestion sur les employés distants.

Dans certains cas, les GALPA peuvent encourager le travail à distance. Par exemple, au Danemark, le **GALPA Thy-Mors** a soutenu la création de **Cowork Klitmøller**, un centre de coworking situé dans une petite ville côtière. Les objectifs des fondateurs du projet sont d'augmenter le nombre de nouvelles entreprises et de développer le tourisme local en : (1) assurant un bel équilibre entre vie professionnelle et vie privée grâce à une localisation unique, proche de la mer et de la nature, (2) développant un espace de travail flexible et moderne, (3) créant de l'hébergement touristique confortable. Cet exemple illustre à quel point les zones côtières, de par leur nature, disposent d'un argument unique de vente pour attirer des pôles de travail distants dans un environnement à la qualité de vie accrue.

Grow Remote est un mouvement communautaire en pleine expansion qui a vu le jour ces derniers mois en Irlande. Il encourage les personnes vivant en milieu rural (ou côtier) à profiter des possibilités de carrière offertes par le travail à distance. Fondé par un groupe de développeurs communautaires dans des zones rurales ayant tous une expérience du travail à distance, Grow Remote soutient la constitution de « chapitres » où les habitants des zones rurales peuvent se réunir localement pour identifier les opportunités de travail à distance.

Début 2019, Grow Remote avait établi 43 « chapitres » ou pôles dans quatre pays. En Irlande, le projet porte notamment sur trois îles distantes (Arranmore, Achill et Valentia). Sur l'île d'Arranmore, qui compte 465 habitants, un pôle numérique a été mis sur pied dans le but de stimuler l'emploi. En outre, au cours de sessions dédiées, des groupes de travailleurs saisonniers peuvent décrocher une certification en télétravail et accéder à une multitude de possibilités de carrière directement depuis le pôle numérique de l'île.

Dans l'ensemble, pour garantir l'intégration efficace de tous les acteurs des communautés rurales et côtières dans le développement de leur région, il est primordial de promouvoir et d'assurer (1) les possibilités de mise en réseau, en connectant les communautés, les petites entreprises et les autorités locales, (2) les initiatives de formation et de renforcement des capacités pour un large éventail de compétences et de besoins (ce qui est lié au réseautage et les deux éléments fonctionnent le mieux en parallèle), (3) l'utilisation des infrastructures communautaires, et (4) la mise à disposition d'outils pour la planification stratégique des villages et des villes.¹⁶

CONSEIL

Cherchez des moyens d'intégrer d'autres objectifs de développement local dans une campagne de financement participative. L'on pourrait par exemple imaginer d'offrir en guise de récompense des places à une formation ou du matériel pédagogique. Ou bien, de l'espace promotionnel sur toute publication qui en résulterait pourrait être proposé aux entreprises qui s'engagent à soutenir un projet, à promouvoir la coopération et à développer des partenariats stratégiques.

16 Kearney, S. (2019) **Smart Services** [Présentation au séminaire FARNET sur les zones côtières intelligentes], Bantry, 2-4 avril.

Internet à haut débit pour la communauté

L'intégration sociale par la fourniture de services numériques et/ou la conclusion de contrats de travail à distance ne pourrait être envisagée sans un accès fiable à la technologie (c.-à-d. une bonne connectivité, une bonne couverture des services et une bonne vitesse de transmission à haut débit). Par rapport aux villes, la connectivité Internet peut souvent représenter un problème important dans les régions plus isolées. Les communautés à faible densité de population sont confrontées à des obstacles commerciaux à l'accès aux services à haut débit, car les entreprises privées ne sont pas toujours prêtes à faire les investissements nécessaires pour relier ces régions à l'infrastructure existante¹⁷. Par conséquent, les habitants et les autorités publiques doivent coopérer pour améliorer la connectivité des zones éloignées. Les solutions à haut débit par câble et sans fil peuvent toutes deux être envisagées, selon les spécifications régionales.

En Grèce, une société informatique privée et le Secrétariat général des télécommunications et des postes ont collaboré à la **mise en place d'un réseau d'infrastructure à large bande** couvrant les zones rurales mal connectées du pays. Le projet a bénéficié d'un mix de subventions de l'UE¹⁸, de fonds nationaux et régionaux et d'investissements privés. Dans ce type de partenariat public-privé, c'est généralement le secteur public qui contribue le plus au financement du projet, tandis que les entités privées prennent en charge des opérations plus techniques.

De même, en Suède, des associations locales à but non lucratif, encouragées et soutenues par le secteur public, ont mené à bien la construction d'infrastructures à haut débit dans les campagnes. Le projet **Broadband Fibre** a impliqué 11 groupements de villages de la municipalité de Bräcke, ce qui a permis d'établir environ 300 nouvelles connexions au réseau à haut débit dans cette municipalité rurale pour un coût total d'environ 1 million d'euros (avec environ 50 % de financement public provenant de sources européennes, nationales et régionales).

Ces deux exemples illustrent l'importance d'établir des partenariats intelligents (souvent public-privé) pour réaliser l'intégration communautaire (voir **Chapitre quatre – Collaboration**).

Réduire la fracture numérique

Cela étant, disposer d'une bonne connexion et d'un bon accès à Internet à haut débit dans les zones reculées n'a pas de sens si la population locale n'a pas les compétences nécessaires pour s'en servir. Le capital social nécessaire à la régénération des zones côtières peut être assuré en réduisant la fracture en matière de culture numérique, et en développant les aptitudes, les compétences et les opportunités économiques et culturelles qui leur sont associées. Pour réduire la fracture numérique dans les zones reculées, l'on peut, par exemple, organiser des journées d'information, des sessions de formation et des ateliers sur les technologies numériques.

Dans les zones côtières, il peut s'agir d'initiatives intergénérationnelles de formation des étudiants et des pêcheurs sur les connaissances en matière d'informatique et de pêche, une idée développée par les participants du séminaire FARNET relatif aux zones côtières intelligentes. Le principe est celui d'un programme où les compétences et les intérêts technologiques des jeunes sont transférés aux pêcheurs locaux qui, à leur tour, partagent leurs connaissances de l'environnement local et du secteur de la pêche de la région. De telles initiatives créeraient des échanges d'apprentissage mutuellement bénéfiques, favoriseraient la confiance et la compréhension et remplaceraient les relations classiques à sens unique par un flux bilatéral de connaissances.

Par ailleurs, comme expliqué dans le **Chapitre deux – Innovation**, des outils numériques simples peuvent être développés et utilisés pour stimuler la socioéconomie côtière locale, notamment des applications d'organisation du travail (voir **XESMAR**), des journaux numériques des débarquements, des outils de traçabilité des poissons (voir **T-Fish**), des applications de vente directe (voir **Mobile Village Shop**), l'utilisation professionnelle des médias sociaux, ainsi que des systèmes bancaires, des services postaux et des soins médicaux mobiles. Autant d'outils et de services qui favorisent l'engagement des citoyens et la capacité concrète de la communauté à participer aux efforts de revitalisation de la région.

¹⁷ ENRD (2016) **Des zones rurales intelligentes et compétitives**.

¹⁸ Fonds européen agricole pour le développement rural (FEADER).

4. Collaboration

L'un des principaux objectifs des GALPA est la création de liens socioéconomiques entre les acteurs locaux de multiples secteurs. S'il est certes possible de créer des situations « gagnant-gagnant » en établissant des partenariats plus intelligents, améliorer les canaux de communication et l'intégration sectorielle peut poser problème. Les GALPA peuvent jouer un rôle de catalyseur dans le processus, en favorisant et en renforçant la coopération. En particulier, les GALPA peuvent favoriser la collaboration intergénérationnelle (par exemple, les pêcheurs se rendent dans les écoles pour sensibiliser au métier et au secteur, tandis que les jeunes aident et forment à l'utilisation des médias sociaux en retour). Ils peuvent également encourager la collaboration interdisciplinaire (c.-à-d. la collaboration entre les scientifiques, les acteurs du secteur, les collectivités locales et les autorités locales [par exemple, la collecte de données mutuellement bénéfiques]) ou la création de partenariats susceptibles d'améliorer les conditions socioéconomiques dans les zones côtières. Ce chapitre expose des exemples pratiques de tels partenariats, ainsi que des conseils et des outils sur la manière de parvenir à une collaboration « plus intelligente » dans les zones côtières.

Groupe d'achats solidaires (GAS), IT

L'amélioration de l'inclusion des communautés de pêcheurs dans la chaîne d'approvisionnement de l'industrie repose souvent sur une collaboration locale forte. En Italie, les **groupes d'achats solidaires** (« GAS » en italien) sont constitués de personnes et/ou de familles qui ont décidé de s'unir et de coopérer pour soutenir un modèle économique différent par leur comportement d'achat. C'est un modèle qui, d'une part, respecte l'environnement et les droits des travailleurs et garantit le paiement d'un prix équitable aux producteurs. D'autre part, il favorise le développement de chaînes d'approvisionnement économiques locales et communautaires, dans lesquelles les producteurs et les consommateurs œuvrent ensemble au bien-être général de la collectivité. Avec l'appui du **GALPA Costa Blu**, les groupes d'achats solidaires de la région des Abruzzes ont commencé à collaborer avec les pêcheurs pour introduire le poisson dans leur panier de produits. Des rencontres avec les producteurs et des visites sur le terrain ont été organisées pour évaluer si un produit et/ou un producteur répondent aux critères éthiques d'achat des groupes. « FlaGas » (une collaboration entre les FLAG/GALPA et GAS) encourage des partenariats plus intelligents dans leurs efforts pour accroître la sécurité des revenus, la mise en réseau, les bénéfices environnementaux grâce à une meilleure prise de conscience et responsabilité des pêcheurs dans l'exploitation des ressources marines, et les avantages culturels (par exemple, cours de nettoyage et de filetage des poissons, échanges de recettes nouvelles et anciennes, événements sur la redécouverte des métiers anciens comme la restauration des filets).

Des partenariats intelligents

Les concepts de durabilité, d'innovation et d'intégration sociale développés au cours des trois chapitres précédents reposent souvent sur de nouvelles manières de réunir des acteurs, des outils, des fonds et des institutions. La collaboration est la clé de ce changement, mais comment faire en sorte que ces partenariats soient « intelligents » et créent des situations « gagnant-gagnant » pour tous les partenaires concernés ? Comment savons-nous qu'un nouveau partenariat résoudra les problèmes qu'il est censé résoudre ? Pour élaborer un partenariat intelligent, les questions suivantes doivent d'abord être abordées :

- > **Quels sont les besoins ?** Qu'attend-on du partenariat (p. ex. la création d'emplois, le développement des énergies marines renouvelables, la création et le développement du tourisme) ?
- > **Qui** rechercher comme parties prenantes et pourquoi (par exemple, les jeunes ou les personnes âgées, le secteur de la pêche, les universités, les ONG, la communauté scientifique) ? Un exercice de « cartographie des parties prenantes » peut être mis en œuvre pour identifier les partenaires potentiels et déterminer comment communiquer avec eux afin de développer un partenariat fructueux et durable (cf. [Fiche d'information ii : Cartographie des parties prenantes](#)).
- > **Comment** procéder ? Quelles actions sont nécessaires et qui va les mener (par exemple, examen des meilleures pratiques, coopération, enquêtes, journées d'information) ?

La réciprocité (c.-à-d. la création d'une situation « gagnant-gagnant ») et la confiance sont également essentielles au développement et au maintien de partenariats intelligents. Pour assurer la confiance, trois éléments sont importants : (1) la sélection de partenaires intelligents, (2) la mise en place d'un cadre de gouvernance intelligente, et (3) la transparence. Ensemble, ces concepts définissent le terme « SMART » tel qu'il est illustré à la figure 3¹⁹.

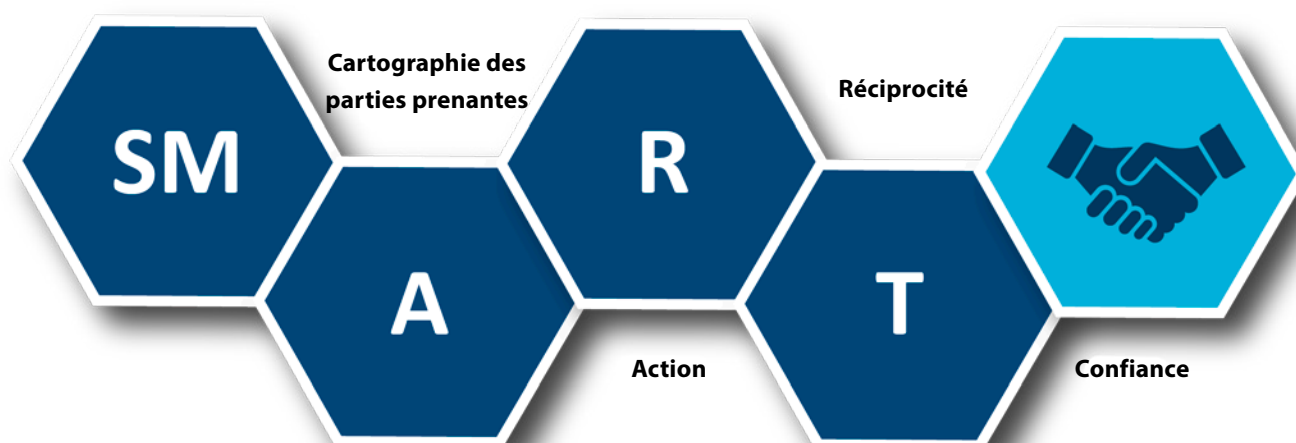


Figure 3 : Élaborer des partenariats SMART

19 Cummins, V. (2019) [Smart partnerships](#) [Présentation au séminaire FARNET sur les zones côtières intelligentes], Bantry, 2-4 avril.

Relations intergénérationnelles

Les jeunes doivent comprendre l'importance du secteur de la pêche dans leur région et la nécessité de protéger leur environnement marin. Par ailleurs, comprendre le secteur peut attirer de jeunes travailleurs dans l'industrie. Les générations plus âgées bénéficieraient également d'un regard « neuf » sur le développement du secteur. En ce sens, les programmes éducatifs et les ateliers peuvent contribuer à ébaucher des relations susceptibles de déclencher le transfert intergénérationnel des connaissances.



Le long de la côte de la mer du Nord allemande, le Centre de compétence pour l'apprentissage régional de l'Université de Vechta, a développé, avec l'appui du GALPA local, trois modules d'apprentissage destinés aux élèves de 10 à 15 ans dans les écoles. L'objectif du projet est de fournir aux enfants et aux jeunes de la région davantage d'informations sur l'industrie locale de la pêche et de susciter l'intérêt pour les métiers qui y sont associés. Trois lieux différents sont utilisés pour l'apprentissage : un bateau de pêche dans un petit port, un musée de la pêche, et le Wadden Sea National Park House. Pour obtenir plus d'informations sur le projet, cliquer [ici](#).

En Croatie, le [GALPA Istarski Svoj](#) a soutenu le projet «La mer dès le plus jeune âge», qui encourage la consommation de produits de la mer locaux par le biais de partenariats éducatifs. L'objectif est d'augmenter la consommation de produits locaux frais de la mer dans les établissements d'enseignement (par exemple, les écoles) et de promouvoir des habitudes alimentaires plus saines dès le plus jeune âge.

Collaboration interdisciplinaire

Les partenariats entre les différents types d'acteurs constituent un autre moyen de favoriser le développement intelligent. En Italie, [Tarta-Tur](#), combinaison du mot italien pour tortue (*tartaruga*) et du mot latin pour dauphin (*tursiops*), est un projet de conservation rassemblant des membres de l'industrie, des scientifiques et d'autres acteurs locaux et visant à préserver la faune marine locale (tortues et dauphins) de manière collaborative. Le projet implique quatre GALPA répartis dans trois régions italiennes de la côte nord de l'Adriatique et vise à surmonter le manque de confiance historique dans la région entre les pêcheurs et la communauté scientifique, au bénéfice à la fois de l'environnement marin et des communautés locales de pêcheurs.

Note : la collaboration interdisciplinaire peut également être encouragée par la création de « clusters » sectoriels (voir [Chapitre deux – Innovation](#)), ou « pôles intelligents » (voir [Chapitre trois – Intégration](#)).

Fiche d'information ii:

Cartographie des parties prenantes

Sans les parties prenantes, il n'y aurait pas de projets à élaborer et à gérer. Les parties prenantes sont par définition des acteurs ayant un intérêt direct dans un projet (tant des individus que des équipes ou des organisations), celles qui influencent le projet, ainsi que celles qui seront affectées par celui-ci.²⁰

La cartographie des parties prenantes (ou « analyse des parties prenantes ») relève d'un processus collaboratif de recherche et de débat qui s'appuie sur de multiples points de vue pour établir une liste des principales parties prenantes d'un projet.²¹ En fonction des résultats de l'analyse, un plan de communication peut être élaboré pour établir des partenariats fructueux et « intelligents », essentiels à la réussite du projet. L'analyse peut être divisée en trois phases principales :

➤ **Identifier** : établir la liste des groupes, des organisations et des personnes concernés.

Généralement, la première étape d'une analyse des parties prenantes s'apparentera à une séance de brainstorming avec vos chefs de projet et vos gestionnaires. Cette manière de procéder permet d'identifier et de lister toutes les personnes susceptibles d'affecter ou d'être affectées par le projet pendant son élaboration et/ou après son lancement. À ce stade, il sera intéressant de mener une réflexion assez globale. L'exclusion de certains groupes importants peut conduire à des oppositions futures en raison précisément du fait qu'ils n'ont pas été inclus.²²

Cependant, il est souvent peu pratique d'inclure absolument toutes les parties prenantes et, à un certain moment, il vous faudra tracer une limite pour passer au processus d'engagement ou de consultation proprement dit.²³ L'identification des parties prenantes est un processus itératif qui doit être répété pendant la mise en œuvre du projet.

➤ **Analyser et cartographier** : comprendre les relations, les perspectives et les intérêts des parties prenantes.

Sitôt identifiées les parties prenantes les plus pertinentes, vous pouvez commencer à les prioriser en fonction de leur niveau d'intérêt et d'influence. Pour ce faire vous pouvez par exemple recourir à un simple graphique quadrillé, appelé « matrice intérêt-pouvoir ». Selon le classement des parties prenantes, la relation que vous établirez avec chacune d'elles et votre stratégie de communication variera (voir figure 4).

20 Smartsheet (2019) [What is stakeholder analysis and mapping and how do you do it effectively ?](#)

21 BSR (2011) [Stakeholder Mapping](#).

22 Glicken, J. (2000) 'Getting stakeholder participation 'right': A discussion of participatory processes and possible pitfalls', *Environmental Science and Policy* 3(6), pp.305-310.

23 Reed, M., et al. (2009). 'Who's in and why ? A typology of stakeholder analysis methods for natural resource management', *Journal of Environmental Management*, 90(5), pp.1993-1949.

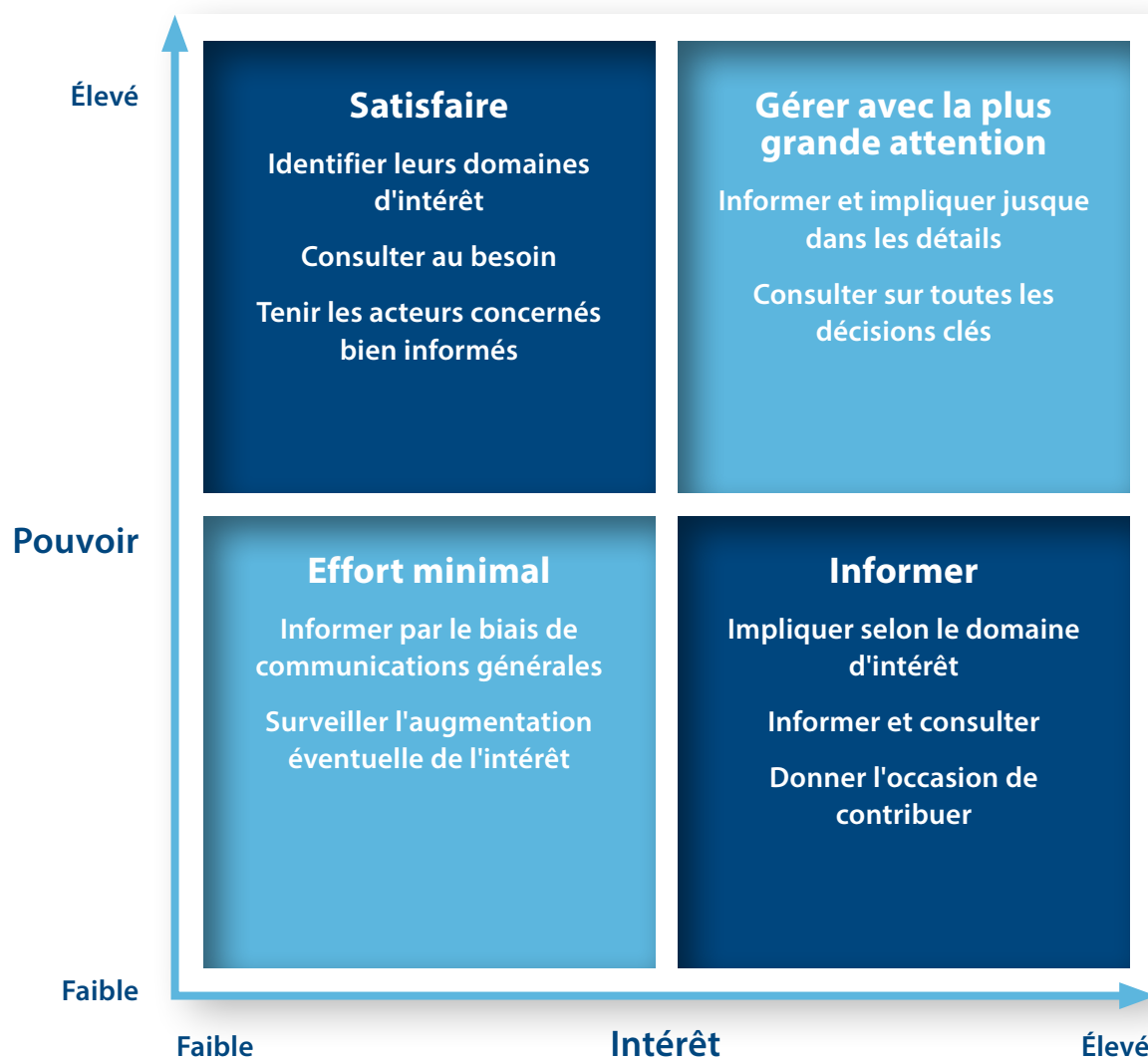


Figure 4: Matrice intérêt-pouvoir

➤ **Gérer les parties prenantes et élaborer un plan de communication** : s'occuper des différents types de parties prenantes :

- **Parties prenantes à pouvoir élevé et intérêt élevé** – Ce sont les parties prenantes les plus importantes pour la réussite de votre projet, car elles exercent un contrôle sur ce qui se passe. Il y aura lieu de les tenir pleinement informés et de les consulter régulièrement, en particulier pendant les processus de prise de décision.
- **Parties prenantes à pouvoir élevé et intérêt faible** – Il s'agit de parties qui ne s'intéressent pas à votre projet, mais qui pourraient exercer une influence importante sur sa mise en œuvre. Dans le cadre de votre analyse, vous devrez décider dans quelle mesure vous allez les faire participer par le biais d'une communication directe.
- **Parties prenantes à pouvoir faible et intérêt élevé** – Dans de nombreux cas, les personnes directement touchées par un projet manifestent un grand intérêt pour tout changement, mais n'exercent qu'un contrôle limité sur ce qui aboutit réellement. Il est important de maintenir la participation de ce groupe et de lui donner l'occasion de participer au projet.
- **Parties prenantes à faible pouvoir et faible intérêt** – Pour ce groupe, vous voudrez peut-être sélectionner ceux qui pourraient bénéficier d'une communication régulière ou qui pourraient contribuer de façon positive au projet. Comme ils ne manifestent que peu d'intérêt et exercent peu d'influence, vous pouvez réduire vos efforts avec ce groupe.²⁴

²⁴ Muff, K. (2014) The Collaboratory, Austin : Greenleaf Publishing.

À partir des résultats de votre analyse, vous serez en mesure d'élaborer un plan de communication efficace. La figure 5 fournit un exemple de tableau qui pourrait être utilisé à cette fin. Le processus de cartographie des parties prenantes est aussi important que les résultats, et la qualité du processus dépend fortement des connaissances des personnes qui y participent. De surcroît, un projet a plus de chance d'aboutir si une analyse efficace des parties prenantes est réalisée de manière continue.²⁵

Partie prenante	Intérêt/ Pouvoir	Intérêt essentiel	Canal de communication	Fréquence	Coordonnées de contact	Commentaires

Figure 5: Modèle de plan de communication avec les parties prenantes

Dans le cas des communautés côtières et des GALPA, la figure 6 livre un aperçu des groupes de parties prenantes fréquemment représentées, y compris les acteurs du secteur, les pouvoirs publics, le milieu universitaire et la société civile, ainsi que leur sphère d'influence possible, c'est-à-dire les thèmes de projets auxquels ils sont plus susceptibles d'être associés.²⁶

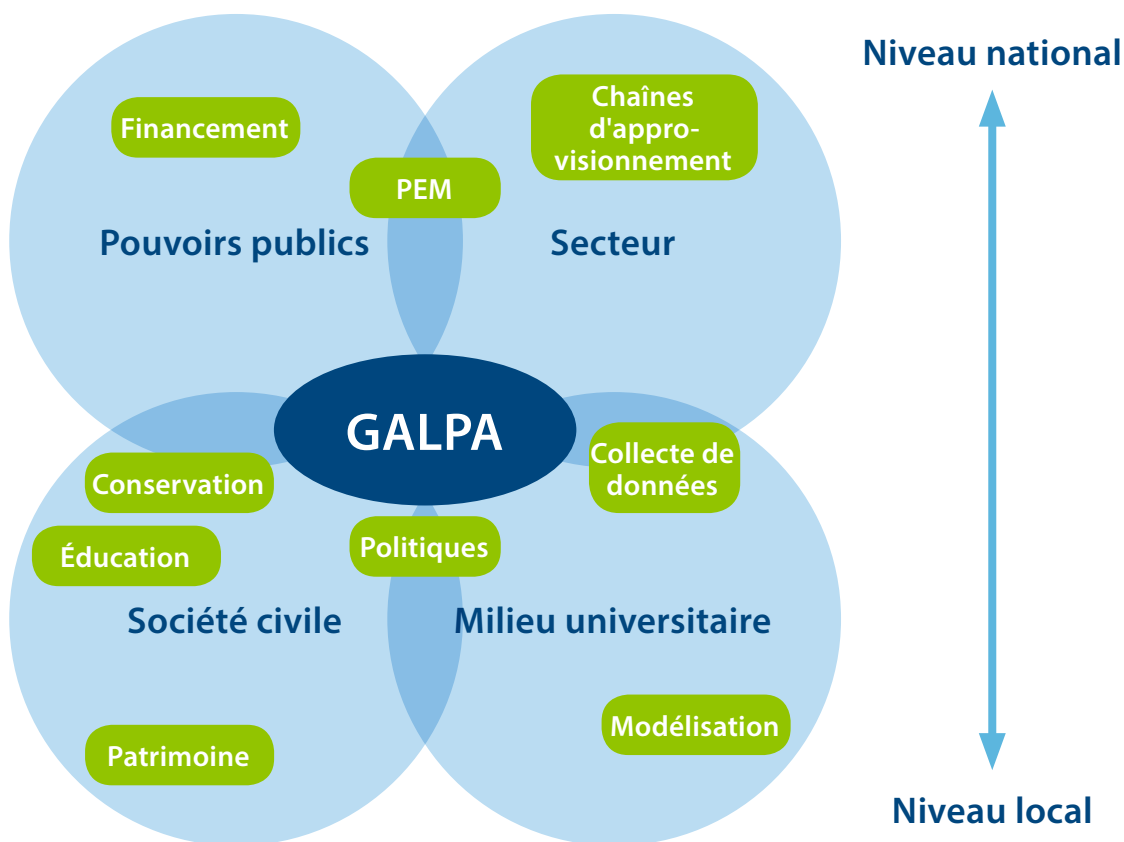


Figure 6: Cartographie générale des parties prenantes pour les GALPA et communautés côtières

25 Conservation International (2014) [Stakeholder Mapping Guide](#).

26 Cummins, V. (2019) [Smart partnerships](#) [Présentation au séminaire FARNET sur les zones côtières intelligentes], Bantry, 2-4 avril.

5. Financement intelligent

Comme la plupart des régions rurales, les zones côtières sont confrontées à d'importants défis en matière de financement. Les petits opérateurs des communautés côtières n'ont souvent pas les capitaux nécessaires pour accéder aux modèles traditionnels de financement, ce qui rend les projets de développement difficiles. Les prêts conventionnels et les subventions publiques exigent un financement de contrepartie privé ou un dépôt, que les petits exploitants ont du mal à fournir. En règle générale, les projets menés par le secteur privé dans le cadre du FEAMP nécessitent une contribution initiale de 20 à 50 % du montant total de la subvention sollicitée pour qu'une demande soit examinée. En outre, comme la plupart des fonds publics, le FEAMP fonctionne souvent sur la base d'un remboursement, ce qui signifie que les promoteurs de projets doivent financer entièrement le projet avant d'être remboursés. Pour les petits pêcheurs et opérateurs des communautés côtières, réunir ces fonds constitue un défi de taille qui, souvent, retarde ou freine le processus de développement local. Le présent chapitre est précisément consacré à ces défis. Il se concentre sur les modèles alternatifs de financement et propose des conseils sur la manière dont les GALPA peuvent soutenir des modes de financement « plus intelligents » dans les zones côtières, à travers les quatre thèmes précédemment évoqués, à savoir **la durabilité**, **l'innovation**, **l'intégration** et **la collaboration**. Les méthodes de financement alternatives sont d'abord explorées, puis un modèle de financement « mixte » du développement côtier, par le biais des GALPA, sera présenté comme une façon plus fiable, durable et plus intelligente d'aborder le financement des projets.

Financement par les services, IE

Nous voyons souvent le financement comme un moyen d'obtenir des fonds pour payer des produits et services. Mais que se passe-t-il si, au lieu de cela, les services sont offerts directement ? Un projet du **GALPA du nord-ouest de l'Irlande** a adopté cette approche pour financer la rénovation d'une installation historique sur l'île d'Achill. Le bâtiment autrefois utilisé par les pêcheries de requins-pèlerins de Keem Bay a été transformé en une unité de stockage polyvalente pour les pêcheurs locaux. Pour financer le projet, il a été demandé aux pêcheurs d'apporter une contribution financière (pour le matériel) et cinq heures de travail manuel. Cette main-d'œuvre a considérablement réduit le coût financier du projet, et a rendu possible la rénovation. En plus des avantages de l'installation de stockage, la méthode de financement a donné aux pêcheurs de l'île d'Achill un sentiment d'appartenance et de communauté, augmentant ainsi le capital social de la région.

Microfinancement et coopératives de crédit

Le microfinancement est un service financier destiné aux petites entreprises ou aux particuliers qui n'ont pas accès aux fonds de banques conventionnelles et autres services financiers. Généralement, le microfinancement consiste en l'octroi de petits prêts plus abordables à des personnes socialement marginalisées, ce qui leur permet soit de devenir autosuffisantes, soit de développer un potentiel entrepreneurial. Les zones côtières, en raison de leur localisation et de leur infrastructure, peuvent inclure des communautés et des individus socialement marginalisés. Les pêcheurs et les propriétaires de petites entreprises des zones côtières ne possèdent souvent pas les antécédents de crédit nécessaires à l'accès aux services financiers conventionnels, ce qui complique le développement et l'expansion des activités. Grâce au microfinancement, les entrepreneurs et les petites entreprises des zones côtières peuvent concrétiser des idées, favoriser l'innovation et développer leurs activités existantes sans avoir recours aux systèmes financiers traditionnels. Plus largement, le microfinancement est un moyen de promouvoir le développement économique des zones côtières. Il permet aux communautés côtières de tirer parti des possibilités qui s'offrent à elles, d'exploiter les ressources et, en fin de compte, d'accroître l'emploi local.

Les GALPA peuvent jouer un rôle important dans la promotion de l'utilisation efficace des programmes de microfinancement dans les zones côtières. À titre d'exemple, en Sardaigne, le **GALPA Sardegna Orientale** s'est associé à une société privée de crédit pour créer un **fonds de microcrédit** destiné à répondre aux besoins financiers et autres initiatives de soutien au secteur de la pêche. Des années durant, les pêcheurs locaux ont subi les retombées d'une crise financière persistante. Dans la mesure où le système bancaire de la région est limité à quelques opérateurs et applique des critères stricts pour l'attribution des prêts, les demandes des pêcheurs, rarement en mesure de fournir une garantie, sont souvent rejetées lorsque ceux-ci sollicitent un crédit classique. Grâce à ce programme, le GALPA soumet plusieurs demandes de microcrédit par an pour aider des projets de start-ups, de petites entreprises et de coopératives qui n'auraient pas pu voir le jour autrement.

La création de coopératives de crédit ou la collaboration avec des banques traditionnelles et/ou des bénéficiaires sont d'autres options de microfinancement accessibles aux GALPA désireux d'introduire des options de financement plus intelligentes dans leurs régions. En Espagne, par exemple, le **GALPA Vigo – A Guarda** collabore avec une banque nationale pour fournir aux promoteurs de projets un financement et de meilleures conditions de remboursement. Bien qu'il ne s'agisse pas à proprement parler d'un modèle de microfinancement, les collaborations avec le système bancaire traditionnel peuvent de manière viable accélérer le financement des projets de GALPA dans les zones côtières. De même, en Pologne, le **GALPA Mielno** collabore avec une banque locale et le gouvernement pour simplifier et faciliter les demandes de crédit, de sorte que les jeunes pêcheurs puissent créer leur propre entreprise dans la région. Grâce à cette coopération, les pouvoirs publics réduisent la charge administrative liée à la création d'une entreprise, tandis que la banque locale assouplit ses systèmes rigoureux d'approbation de crédits pour les projets des GALPA.

CONSEIL



Lors de la recherche d'un partenaire financier, il s'avérera crucial d'identifier un intermédiaire prêt à travailler avec un minimum de garanties de tiers, et qui dispose des moyens financiers nécessaires. En général, il s'agira plutôt d'une autorité publique ou d'une institution ayant pour mission de soutenir les petites entreprises.

Le **GALPA de Cornouailles et des îles Scilly** a mis au point un programme de **coopérative de crédit** conçu pour aider les promoteurs de projets qui ne peuvent accéder à des subventions sans un soutien initial. La coopérative de crédit permet aux bénéficiaires de projets du GALPA d'accéder aux financements nécessaires au démarrage de leur projet avant le versement des fonds FEAMP. Bon nombre de petites entreprises de pêche et d'entreprises rurales ne disposent pas des capitaux nécessaires pour financer leur projet tant que les fonds ne sont pas versés, ce qui peut prendre jusqu'à 12 semaines. Cela empêche de nombreux projets d'aller de l'avant et peut exclure plusieurs petites entreprises.

Approches en matière de financement participatif

Les options traditionnelles de financement ne sont pas toujours la solution. Nous l'avons déjà souligné : les exigences des systèmes traditionnels de financement peuvent s'avérer trop rigides pour les petits opérateurs. Ou, le projet peut devoir démarrer rapidement, et les fonds sont nécessaires plus tôt que ce qu'une demande de financement habituelle permet. Le financement participatif est une méthode de financement alternative qui peut aider à résoudre ces problèmes. De plus en plus exploité ces dernières années, il est généralement utilisé par les start-ups et les petites et moyennes entreprises (PME) comme alternative au financement par crédit traditionnel. En 2015, la Commission européenne a identifié 510 plates-formes de financement participatif, lesquelles ont ensemble réussi à mobiliser plus de 2 milliards d'euros de capitaux.²⁷ Bien qu'il existe plusieurs types de financement participatif, la définition la plus couramment utilisée dans les milieux d'affaires et scientifiques est la suivante :

« Le financement participatif est un appel, essentiellement par le biais d'Internet, à la mise à disposition de ressources financières sous forme de dons ou en échange d'une forme de récompense et/ou de droits de vote afin de soutenir des initiatives à des fins spécifiques. »²⁸

Les alternatives de financement telles que le financement participatif peuvent également offrir plus que de simples moyens financiers. Par exemple, si un projet lance un nouveau service, le financement participatif mis en œuvre par le biais de plates-formes telles que Kickstarter²⁹ présente l'avantage supplémentaire de générer des avant-ventes et un impact en termes de sensibilisation. Lorsque le projet est encore en phase de développement, le financement participatif peut représenter un outil d'étude de marché en soi, en répondant à la question : le marché cible ou le groupe d'intérêt s'intéresse-t-il au projet ? En plus de permettre un accès relativement rapide aux fonds, le financement participatif offre un aperçu unique et exclusif du succès potentiel d'un projet avant que des ressources précieuses ne soient engagées. Dans cette optique, les GALPA peuvent encourager les promoteurs de projets à utiliser le financement participatif comme un moyen d'obtenir des investissements à un stade précoce, mais aussi comme un instrument pour mener une étude de marché exclusive à un moment essentiel du processus de recherche et développement (voir [Fiche d'information iii : Réussir une campagne de financement participatif](#)).

En général, le financement participatif se présente sous deux formes : le financement participatif communautaire qui, largement basé sur les dons, implique une récompense non financière, et le financement participatif à rendement financier qui représente un moyen d'obtenir un investissement à un stade précoce par des prêts entre pairs ou la vente précoce de parts (voir figure 7).³⁰ En résumé, le financement participatif communautaire est associé aux *dons*, tandis que le financement participatif de rendement financier est associé aux *prêts*.

27 Commission européenne (2015), [Crowdfunding : Mapping EU markets and events study](#).

28 Lambert, T. *et al* (2011) Crowdfunding : Tapping the right crowd, *Journal of Business Venturing*, 29(5), pp. 585-609.

29 [Kickstarter](#) est la plus grande plateforme de financement de projets créatifs au monde.

30 Kirby, E. and Worner, S. (2014) 'Crowd-funding : An infant industry growing fast', *IOSCO : Staff Working Paper 3*.

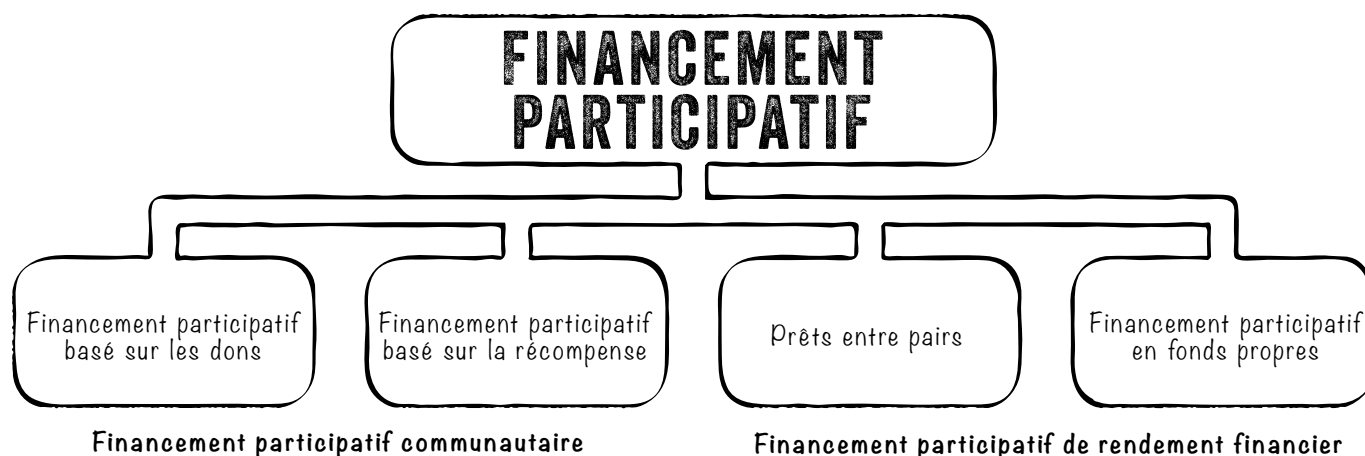


Figure 7 : Établissez vos possibilités de financement participatif³¹

Le financement participatif communautaire

Le financement participatif n'est pas limité aux entreprises commerciales et peut être utilisé pour financer des initiatives communautaires. À titre d'exemple, dans la région du [GALPA de Cornouailles et des îles Scilly](#), une campagne de financement participatif a été utilisée avec succès pour financer l'accès du public aux défibrillateurs placés sur la côte. Le projet a été financé par la communauté côtière grâce à des dons, qui portent le nom de « community crowdfunding ». En outre, le projet a offert une récompense à ceux qui se sont engagés à investir dans la campagne. Les « bailleurs » de la communauté locale ont ainsi été inscrits à un cours de formation sur les défibrillateurs côtiers, ce qui a permis d'améliorer le profil et la valeur sociale du projet.

Le financement participatif communautaire fonctionne généralement sur une base de récompense, les contributions au projet étant récompensées par un retour en nature. Il peut s'agir d'une prévente du produit ou du service financé, ou de quelque chose de totalement différent. La perspective d'une récompense incite les membres de la communauté à soutenir la campagne, et les récompenses se déclinent souvent en niveaux, qui augmentent en valeur et en rareté.

Stöd.me : plate-forme locale de financement participatif, SE

Stöd.me, nouvelle plate-forme de financement participatif développée dans la zone du [GALPA Bohuskust](#), se concentre spécifiquement sur le financement intelligent de projets locaux qu'il soutient. Le projet illustre le concept de financement participatif communautaire. Il s'agit d'une plate-forme de communication en ligne destinée à encourager un réseau local à soutenir les ONG, les initiatives, les entrepreneurs, les inventeurs et les créateurs locaux impliqués dans des projets répondant à un ensemble de critères propres au développement d'une « région numérique fonctionnelle ». [Stöd.me website](#).

Financement participatif à rendement financier

L'autre forme principale de financement participatif consiste à offrir aux contributeurs un retour financier sur leur investissement. Tout comme l'emprunt traditionnel contracté auprès d'une banque, ce type de financement participatif permet la vente précoce des capitaux propres d'une start-up en vue de financer les coûts initiaux de l'entreprise ou du projet. L'avantage supplémentaire est que le financement est obtenu par addition de petits montants injectés par les investisseurs via une plate-forme en ligne, de la même manière que le financement participatif communautaire. Une solution particulièrement avantageuse pour les pêcheurs et les communautés côtières qui, dans bien des cas, n'ont pas les antécédents en matière de crédit généralement nécessaires pour décrocher un prêt traditionnel.

31 Adapté de Borello, E. et al. (2015) 'The funding gap and the role of financial return crowdfunding : Some evidence from European platforms', *Journal of Internet Banking and Commerce*, 20(1), pp. 1-20.

Le **financement participatif entre pairs** est un moyen d'obtenir des fonds auprès de pairs ayant un intérêt direct analogue dans un projet. Dans ce cas de figure, il y a une bonne adéquation entre l'emprunteur et le prêteur. De plus, plusieurs pairs peuvent investir dans des projets avec un risque minimal, car les enjeux individuels sont faibles. En raison de l'intérêt direct de la foule pour les prêts entre pairs, les intérêts remboursés sont souvent faibles et, en tout cas, non supérieurs à ceux des prêts équivalents des banques traditionnelles.

Le **financement participatif en fonds propres** suit un modèle similaire à celui du prêt entre pairs, à ceci près qu'au lieu de recevoir un retour financier sur investissement, le contributeur se voit proposer des parts dans le projet. Ce modèle est plus courant lorsqu'un projet implique une nouvelle start-up.

Fishtek, RU

Pionnier de la conservation, **Fishtek** utilise le financement participatif en fonds propres pour lever les capitaux nécessaires au développement d'une gamme d'émetteurs (sur piles) économiques et faciles d'usage conçus pour envoyer des sons d'avertissement aux dauphins, aux baleines et aux marsouins dans les ports. Le système contribue à la protection des espèces tout en réduisant jusqu'à 95 % les dommages infligés aux lignes et aux bateaux.

Fishtek a fait appel à Triodos³², banque spécialisée éthique, pour lever 1,2 million d'euros par la vente de 15 % du capital de la société. L'entreprise a mis en place une **campagne de financement participatif** qui propose aux donateurs la possibilité unique d'investir dans une entreprise jeune et passionnante de technologie liée à la pêche, tout en contribuant à résoudre des problèmes environnementaux importants.

Élaborer un modèle financier « mixte » durable par le biais des GALPA

Le financement à petite échelle dédié au développement éthique, responsable et durable du marché local, au tourisme dans les zones des GALPA peut également recourir à une formule mixte novatrice alliant investissement, financement participatif et financement par prêts. Les modèles actuels de financement traditionnel qui reposent sur un financement public ou privé tendent à être inadéquats en termes de durabilité et de flexibilité (OCDE, 2018).³³ Au lieu de cela, les modèles de financement mixtes qui incorporent plus d'une source de financement peuvent offrir une croissance économique plus rapide, tout en ralliant plus durablement les parties prenantes, en particulier celles des zones rurales, grâce à l'établissement d'intérêts et d'objectifs communs et de relations durables.³⁴

La Figure 8 illustre comment un modèle de financement mixte peut représenter une alternative viable.³⁵ Dans un tel modèle, l'investissement communautaire sert d'« enveloppe » autour de pratiques de financement plus traditionnelles et plus courantes. Dans cette enveloppe d'investissement communautaire viennent s'inscrire d'autres formules de financement. Le dispositif permet ainsi de recueillir des fonds auprès de coopératives, d'entreprises sociales, d'ONG et/ou de coopératives de crédit. En d'autres termes, l'enveloppe d'investissement communautaire joue un rôle de soutien dans le financement global d'un projet, en augmentant et en optimisant les potentiels de financement. Cette enveloppe de financement pourrait ensuite être soutenue par une campagne de financement participatif avant de recourir enfin aux méthodes traditionnelles de financement telles que les prêts bancaires, les investissements institutionnels et les subventions provenant de fonds nationaux ou européens.

32 **Triodos** est une banque éthique axée sur le financement d'entrepreneurs progressistes. Sa mission est de faire fructifier l'argent d'une manière qui puisse provoquer des changements positifs dans les domaines environnemental, social et culturel.

33 OCDE (2018) **Blended finance principles : Unlocking commercial finance for the sustainable development goals**.

34 Pereira, J. (2017) **Blended finance : What it is, how it works and how it is used**.

35 O'Rourke, T. (2019) **Smart finance** [Présentation au séminaire FARNET sur les zones côtières intelligentes], Bantry, 2-4 avril.



Figure 8 : Modèle de financement « mixte » pour le développement des communautés côtières par le biais des GALPA

L'utilisation d'un modèle de financement mixte présente des avantages multiples, notamment la réduction des frais juridiques, de comptables et administratifs grâce à l'infrastructure et au soutien offerts par les multiples institutions et plates-formes de financement concernées. De plus, les institutions financières et les investisseurs externes sont attirés par un véhicule d'investissement qui répartit les risques, car ils investissent dans un groupe d'institutions déjà établies, chacune offrant ses propres avantages, au lieu d'une équipe de start-up naissante.

La Figure 9 propose une illustration de la façon dont cette enveloppe de financement pourrait être constituée avant d'approcher les investisseurs institutionnels, de contracter des prêts ou de présenter des demandes de financement officielles. Une option pour les GALPA consiste à aider les promoteurs de projets à constituer une enveloppe de financement avant la sélection des projets. Le [GALPA du nord-est de l'Écosse](#) utilise cette approche par le biais d'un système de financement de contrepartie via la plate-forme [Crowdfunder](#).

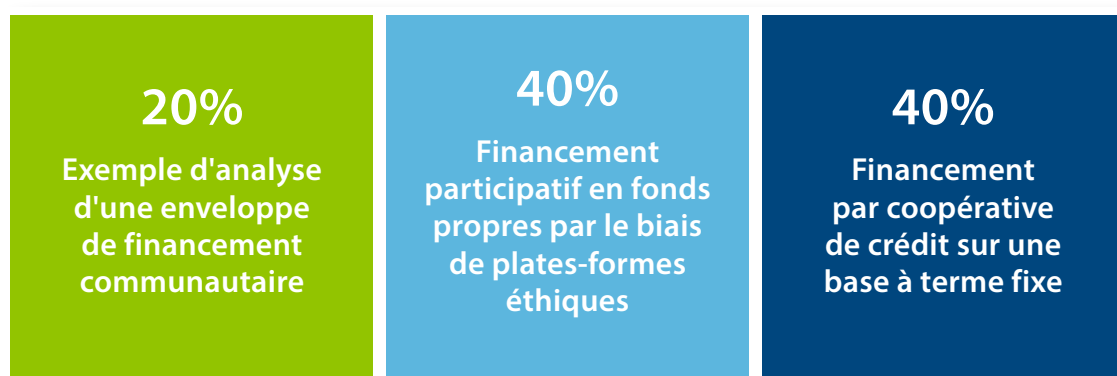


Figure 9 : Exemple d'analyse d'une enveloppe de financement communautaire

CONSEIL

Le système de financement local basé sur la communauté exige

- > Une culture locale d'autonomie et d'autosuffisance
- > Des acteurs locaux énergiques et très ciblés
- > Une infrastructure locale appropriée et coopérative
- > Un contrôle réglementaire souple dès le départ

Financement participatif et financements complémentaires, RU

Le **GALPA du nord-est de l'Écosse** encourage l'utilisation d'une approche « mixte » pour le financement des projets. Le GALPA propose un financement de contrepartie pouvant aller jusqu'à 50 % de l'objectif d'un projet Crowdfunder.³⁶ Ce **dispositif innovant** encourage les promoteurs de projets à recourir au financement participatif avant de soumettre une demande de financement au FEAMP. Les entreprises, les particuliers et les organisations peuvent solliciter un financement supplémentaire via Crowdfunder, mais leur projet doit avoir atteint 25 % de son objectif de financement pour être pris en considération. Le système rassure le GALPA sur la valeur du projet, tout en augmentant son potentiel de financement et en attirant des investisseurs extérieurs (voir **Fiche d'information iii : Réussir une campagne de financement participatif**).

Il est également possible de recourir à une approche mixte pour associer différentes sources de financement à différentes étapes d'un projet. En effet, les phases préparatoires d'un projet, qui nécessitent un financement limité, mais n'offrent aucun retour sur investissement immédiat, peuvent être abordées par un dispositif de financement participatif communautaire, tandis que les phases ultérieures nécessitant des investissements plus importants pourront ensuite être financées par des emprunts ou des capitaux plus classiques.

36 **Crowdfunder** est une plate-forme de financement participatif basée au Royaume-Uni.

Fiche d'information iii:

Réussir une campagne de financement participatif

Les GALPA peuvent jouer un rôle important en facilitant et en encadrant l'utilisation de méthodes alternatives de financement, telles que le financement participatif dans les communautés côtières. Cette fiche d'information décrit les étapes clés permettant de réussir une campagne de financement participatif. Elle vise à permettre aux GALPA d'aider les start-ups locales et de faciliter les projets afin que ceux-ci puissent atteindre leur plein potentiel financier.

Étape clé 1. Définissez clairement votre projet et racontez son histoire

Les campagnes de financement participatif suivent trois grandes étapes (Figure 10). La première étape, et la plus importante est la préparation au stade de la pré-campagne. Deux campagnes de financement participatif sur trois environ échouent. Certes les motifs varient, mais l'on y retrouve le plus typiquement un manque d'attractivité et de sensibilisation en début de campagne, un système de récompenses faible ou peu attrayant et, surtout, l'absence d'une histoire convaincante. Votre capacité à formuler cette histoire de manière à la fois concise et interpellante s'avérera essentielle pour convaincre votre audience de donateurs potentiels.

CONSEIL



Cherchez des moyens d'intégrer d'autres objectifs de développement local dans une campagne de financement participatif. L'on pourrait par exemple imaginer d'offrir en guise de récompense des places à une formation ou du matériel pédagogique. Ou bien, de l'espace promotionnel sur toute publication qui en résulterait pourrait être proposé aux entreprises qui s'engagent à soutenir un projet, à promouvoir la coopération et à développer des partenariats stratégiques.



Figure 10: Étapes d'une campagne de financement participatif^{B7}

37 Adapté d'Interreg (2019) [Crowdfunding ABC](#).

Étape clé 2. Choisissez une plate-forme

Une fois votre projet bien défini, il est important de choisir la bonne plate-forme pour lancer votre campagne. Il existe des centaines de plates-formes de financement participatif, leurs objectifs et leurs fonctions différant chaque fois quelque peu. Certaines plates-formes opèrent sur la base du « tout ou rien », c'est-à-dire qu'un projet ne sera financé que s'il atteint son financement prédéfini. La plate-forme américaine Kickstarter a adopté cette approche. Si un projet n'atteint pas son objectif de financement, les contributions sont restituées à la foule des donateurs.

Certaines plates-formes vous permettent de conserver les fonds collectés même si votre objectif prédéfini n'est pas atteint. Bien que la plupart des plates-formes de financement participatif soient transnationales, la Figure 11 présente une liste de plates-formes spécifiques à chaque pays. Le choix de la plate-forme qui convient le mieux à votre projet est important et devrait être fait aux premières étapes de votre entreprise ou de votre projet (Figure 12).

État membre	Plate-forme
Danemark	Boomerang
Finlande	Invesdor
France	Ulule KissKissBankBank
Allemagne	Companisto
Italie	Derev
Espagne	Goteo
Suède	FundedByMe
Royaume-Uni	Crowdfunder Crowdcube Funding Circle
International	Kickstarter Indiegogo

Figure 11: Plates-formes de financement participatif par État membre

Phase de démarrage	Pré-démarrage		Phase de démarrage		Croissance
Ressources nécessaires	Concordance problème/solution	Validation du produit	Validation du marché	Pénétration du marché	Expansion du marché
Type optimal	Dons		Prêts		Capitaux propres
Meilleures pratiques	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Choisissez une plate-forme avec un modèle tout ou rien ➤ Soyez transparent et responsable/comptable ➤ Diffusez l'information sur les bailleurs de fonds 		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Offrez des récompenses tangibles ➤ Détaillez les références de vos équipes, pour quelles raisons devraient-elles vous soutenir ! ➤ Tenir au courant fréquemment vos investisseurs 		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Attirez des investisseurs précoces réputés ➤ Développez votre marché : attirez un public potentiellement empathique ➤ Fournissez/utilisez des sources tierces qui appuient vos arguments

Figure 12: Critères de sélection des plates-formes de financement participatif pour les start-ups

Étape clé 3. Constituer une communauté d'adeptes

La communication est la clé de la réussite. On peut avoir le meilleur produit imaginable, si personne ne le connaît, c'est comme s'il n'existait pas. Constituer une communauté d'adeptes avant le lancement de votre campagne est important pour deux raisons principales. Tout d'abord, cette communauté « première » constitue votre public initial, qui à son tour, sera en première ligne de vos premières interactions et feedbacks : ce sera avec lui que vous nouerez initialement le dialogue. Un bon contenu et un bon engagement avec votre marché cible, à l'ère des médias sociaux, s'avèrent essentiels à la réussite de toute stratégie de marketing.

Ensuite, cette communauté que vous avez constituée (votre public, votre marché) sera votre premier bailleur de fonds. Selon Kickstarter³⁸, 80 % des campagnes de financement participatif qui atteignent 20 % de leur objectif de financement sont ensuite entièrement financées. Il conviendra donc d'atteindre le plus tôt possible ces 20 % de votre objectif de financement. Des données remontant à 2009 suggèrent qu'une attractivité précoce est la clé du succès. Votre capacité à vous doter d'une communauté d'adeptes dès la première heure peut vous conférer ce soutien initial, qui vous rapprochera rapidement de l'objectif critique de 20 %.

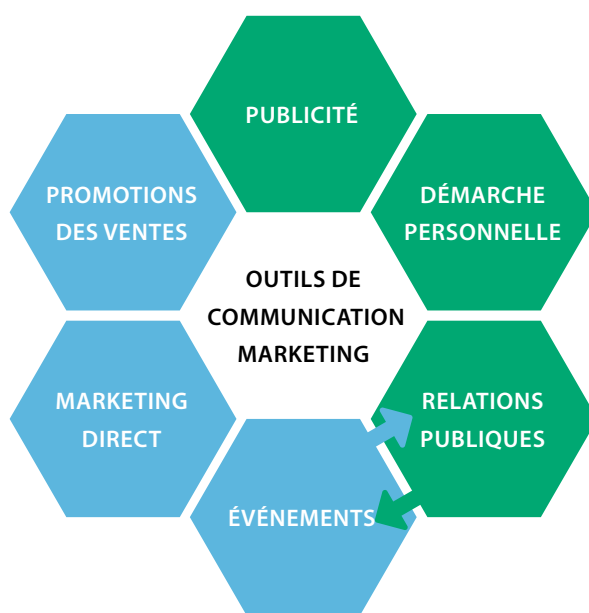
Étape clé 4. Faites la promotion de votre campagne

Sitôt constituée cette précieuse et solide communauté d'adeptes de la première heure, il est temps de vous atteler à la promotion de votre campagne. Au cours de ces étapes critiques, il conviendra de communiquer et de promouvoir efficacement votre projet afin que celui-ci touche le plus grand nombre possible de bailleurs de fonds potentiels. En ce qui concerne les outils de communication, réfléchissez éventuellement à ceci :

Publicité – Autrefois considérée comme un canal de communication coûteux, la publicité numérique est désormais plus accessible lorsque les fonds sont limités. Envisagez d'utiliser des images et infographies de petite taille que vous injecterez sur des plates-formes de médias sociaux telles que Facebook, Instagram et Twitter. Des campagnes publicitaires ciblées permettent d'atteindre efficacement un public cible.

Démarche personnelle – Rien n'est plus efficace que de parler de votre projet autour de vous en personne. Identifiez les lieux et les personnes clés et approchez-les ; vous avez déjà entamé une démarche personnelle lorsque vous avez constitué votre communauté à l'étape 4.

Relations publiques et événements – Qu'il s'agisse de votre start-up ou de votre projet, vous devrez vous forger une réputation et une image publique positives. Pourquoi voulez-vous concrétiser ce projet ? Quel problème vise-t-il à aborder ? Si vous pouvez répondre à ces deux questions de manière positive, il y a de fortes chances que d'autres se fassent l'écho de cette positivité, d'où des relations publiques favorables. De bonnes relations publiques peuvent déboucher sur une couverture médiatique non rémunérée, mais « méritée ». Diffusez régulièrement des communiqués de presse aux médias locaux ou aux sociétés qui pourraient être intéressées par votre discours, la portée de ce type de couverture peut être impressionnante. Les événements sont également un moyen fantastique de générer de la publicité. Présentez votre projet dans les festivals et les marchés locaux ou organisez votre propre événement. Il y a la publicité pour laquelle vous payez, et il y a la publicité dont vous jouissez... Ce n'est pas la même chose.



38 Kickstarter (2019) 'Stats'.

Marketing direct – Souvent considéré comme une combinaison de publicité et de démarche personnelle, le marketing direct implique que vous communiquiez activement avec votre public cible directement, par exemple par le biais du commerce électronique basé sur l'e-mail ou de la vente par téléphone, au lieu de recourir à des intermédiaires, tels que des détaillants ou des entreprises externes. Il s'agit essentiellement de publicité, mais qui exige la proactivité de la démarche personnelle.

Promotions des ventes – Offrez un ensemble de promotions uniques et limitées par le biais de votre campagne de financement participatif pour recruter vos premiers adeptes. Notez bien que toute promotion des ventes doit rester constante, au risque de déprécier votre offre en introduisant des changements de prix spectaculaires. En effet, si votre projet n'est pas basé sur un produit, il conviendra de ne pas offrir trop en échange d'un engagement ou d'un don à votre projet. Une bonne stratégie consistera à limiter votre offre lors de vos premières « salves » de campagnes de financement participatif. Il peut par exemple s'agir d'un prix réduit ou d'une récompense limitée aux 100 premiers donateurs.³⁹

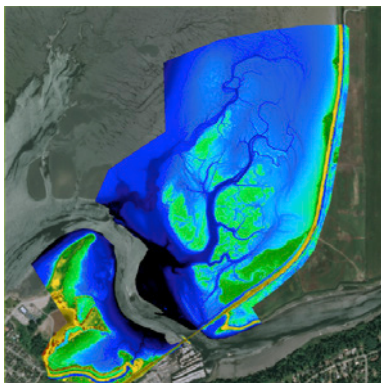
CONSEIL



La diffusion d'une vidéo constitue l'un des moyens les plus accrocheurs pour raconter l'histoire et le but de votre projet. Le contenu vidéo est polyvalent et peut être utilisé sur toutes les plates-formes de communication. Contrairement à ce que l'on croit souvent, inutile de disposer d'équipement à la pointe de la technologie pour créer une bonne vidéo promotionnelle – un smartphone et une application gratuite de montage feront l'affaire. N'oubliez pas ce sur quoi vous devez vous concentrer :

1. Racontez l'histoire de votre projet!
2. Donnez un ton cohérent à votre vidéo et rendez-la attrayante.
3. Efforcez-vous de ne pas dépasser les 30 secondes.
4. Utilisez des infographies pour renforcer l'information essentielle.

Smart Shores, Canada



Smart Shores a utilisé avec succès Kickstarter pour financer le développement d'une nouvelle technologie de mesure de la pollution dans les régions côtières à l'aide de biocapteurs et de drones. La campagne se focalise sur la réouverture de la pêche aux coquillages dans la région, fermée depuis les années 1970 en raison de la pollution de l'eau.

Le chapitre cinq de ce manuel illustre l'importance des méthodes alternatives de financement pour à la fois générer et accélérer le processus de financement. Le projet Smart Shores illustre parfaitement cela. Tout d'abord, la campagne de financement participatif a été utilisée pour déterminer si le projet pouvait ou non bénéficier de l'octroi d'une subvention fédérale de recherche. Deuxièmement, grâce à la forte sensibilisation du public qu'a suscitée la campagne, les contributions publiques ont permis de quadrupler ce financement initial. [Vidéo du projet.](#)

39 Kotler, P. et Armstrong, G. (2017) Principles of Marketing. Hoboken : Pearson.

Étape clé 5. Tenez votre communauté informée et réalisez votre projet

Ainsi, vous avez développé et lancé avec succès votre campagne, et vous avez atteint votre objectif de financement. Ne vous arrêtez pas en si bon chemin ! Entretenez le dialogue avec votre communauté, tenez-la informée et, plus important encore, réalisez votre projet. Quel que soit le type de financement participatif que vous avez mis en œuvre, informez régulièrement vos bailleurs de fonds de vos progrès. La plupart des plates-formes de financement participatif offrent la possibilité de faire cela sur le propre support en ligne, ce qui facilite le téléchargement de vidéos et d'images pour documenter les avancées de votre initiative. Si vous proposez un nouveau produit, informez vos généreux donateurs du stade de développement du produit en question et des délais de livraison prévus. Très souvent, les gens s'impliquent dans une campagne de financement participatif pour faire partie d'un projet et d'une aventure, plus que pour investir dans l'innovation qu'un produit est supposé apporter.