

Réseau Transnational Atlantique

Rapport

« Propositions sur les conditions de réussite de la mise en œuvre de la Stratégie atlantique, à partir de l'analyse de son appropriation par la société civile, dans la perspective de la révision à mi-parcours du Plan d'action atlantique »

Septembre 2017

***Rapport adopté par
les membres du comité d'orientations du RTA
Lundi 25 septembre 2017 à Nantes***

PREAMBULE

Le Réseau Transnational Atlantique – Atlantic Transnational Network – Red Transnacional Atlántica – Rede Transnacional Atlântica (RTA-ATN)

Les Conseils économiques, sociaux et environnementaux ou leurs homologues des régions de la façade atlantique européenne ont choisi dès 2003 de travailler ensemble en créant un outil de coopération, le Réseau Transnational Atlantique (RTA-ATN). Cet outil de coopération permet l'expression, à l'échelle européenne, de la société civile organisée, et offre à ses partenaires un cadre propice à la conduite de réflexions et de travaux en commun sur les enjeux atlantiques partagés par leurs régions, qu'il communique ensuite aux instances européennes, nationales et régionales.

Cette méthodologie confère à leurs analyses et à leurs propositions une dimension atlantique qui transcende les visions exclusivement régionales ou nationales et regroupe les points de vue d'une large représentation des acteurs de la vie économique et sociale des régions atlantiques.

Dans cette perspective, le RTA-ATN s'est mobilisé sur plusieurs enjeux clés de ces régions que l'on retrouve au travers des différents axes de la Stratégie atlantique, tels que le transport de marchandises et l'intermodalité, les ports, la sécurité maritime, la recherche et l'innovation, les énergies marines. Il s'est par ailleurs exprimé à de multiples reprises sur les consultations organisées par la Commission européenne, notamment sur la Stratégie atlantique, ou, plus récemment, sur la croissance bleue ou l'énergie de l'océan.

Enfin, à travers ses relations avec le Comité Economique et Social Européen, le RTA-ATN suit les travaux du Groupe de Stratégie atlantique composé des cinq Etats membres de la façade Atlantique et des institutions européennes. Il participe à la plateforme des parties prenantes de l'Atlantique.

Le RTA est composé *des Conseils économiques, sociaux et environnementaux -CESER-* de Bretagne, Pays de la Loire, Centre-Val de Loire, Nouvelle-Aquitaine Aquitaine et Normandie, *les Consejos Económicos y Sociales -CES-* Pays Basque, Asturies, Galice, Andalousie, Canaries, Extremadure et Castille-et-Leon, *l'Instituto de Soldadura e Qualidade* et le *Forum Oceano* au Portugal.

SOMMAIRE

Introduction

Contexte

Historique

Rappel des principales conclusions et recommandations du premier rapport

Partie 1 : « Etat des lieux de la mise en œuvre de la Stratégie atlantique dans les territoires »

A. Evolution des moyens et des instruments de la mise en œuvre de la Stratégie atlantique / Suivi des recommandations du premier rapport du RTA

Les instruments pour une information accessible et une communication capable de mobiliser autour de la Stratégie

Les instruments pour renforcer la visibilité de la Stratégie

Les instruments pour renforcer le financement de la Stratégie

Les instruments pour renforcer la gouvernance de la Stratégie

B. Le déploiement de la Stratégie atlantique sur le terrain : analyse à partir des résultats de la consultation menée auprès des acteurs locaux

Synthèse des résultats de la consultation locale

Analyse des résultats

Partie 2 : « Propositions sur les conditions de réussite de la mise en œuvre de la Stratégie atlantique »

A. Identification des pistes d'amélioration et des points à corriger

Focus : « Benchmark entre la Stratégie atlantique et la Stratégie de l'Union européenne pour la mer Baltique »

B. Préconisations pour une meilleure appropriation de la Stratégie atlantique : enjeux phares, objectifs et actions à mettre en œuvre

INTRODUCTION

Depuis l'adoption en 2009 de la Stratégie macro-régionale pour la région de la mer Baltique, on constate un intérêt croissant pour le développement de cadres intégrés qui abordent les enjeux et potentialités communs à certaines zones géographiques de l'Union européenne. La mobilisation en faveur d'un nouveau cadre de coopération stratégique et ambitieux pour relever les défis communs de l'Espace Atlantique a abouti au mandat du Conseil de l'Union européenne du 11 juin 2010 pour l'élaboration d'une stratégie de bassin maritime pour l'Atlantique.

Ainsi, en novembre 2011, la Stratégie atlantique a identifié les principaux enjeux et opportunités que la façade atlantique européenne doit relever dans le domaine maritime. En mai 2013, le Plan d'action atlantique a été adopté afin de définir les priorités et les objectifs de cette Stratégie et donner une impulsion à la « croissance bleue » dans les régions atlantiques.

Le Réseau Transnational Atlantique (RTA), en tant que plateforme des acteurs économiques et sociaux des régions atlantiques, travaille pour la coopération, le développement équilibré de l'Espace Atlantique au sein de l'Union européenne et la prise en compte de ses spécificités dans les politiques européennes. Pour cela, il réalise des analyses et formule des propositions sur des thématiques d'intérêt commun liées au positionnement atlantique de ses membres. Il a noté l'intérêt particulier de suivre de près le processus de mise en œuvre de cette Stratégie et de son Plan d'action, mais aussi d'étudier les conditions pour sa bonne réalisation, en vue de contribuer à son succès et ce, pour deux raisons.

D'une part, il souhaite donner une impulsion décisive de l'Europe aux activités maritimes atlantiques et exploiter le potentiel des ressources précieuses dont les régions atlantiques disposent dans tous les secteurs de l'économie bleue, en contribuant ainsi à insuffler un nouveau dynamisme aux économies et aux marchés du travail des régions atlantiques.

D'autre part, son ambition est que la mobilisation autour de la Stratégie atlantique permette de progresser vers des niveaux plus élevés et plus ambitieux de coopération à l'échelle atlantique qui engloberont, outre la façade atlantique, les synergies d'un hinterland actif et dynamique voué au développement cohérent de l'ensemble des territoires. Cela permettrait ainsi d'affronter l'avenir sur un pied d'égalité avec les espaces européens de plus en plus nombreux qui disposent déjà de stratégies macro-régionales de développement territorial.

Le Réseau Transnational Atlantique établit le présent rapport sur la mise en œuvre de la Stratégie atlantique avec le double objectif d'assurer le suivi du rapport qu'il a publié en février 2015, axé sur la phase de lancement du Plan d'action de la Stratégie, et de contribuer à la réalisation de l'évaluation à mi-parcours du Plan d'action qui est prévue avant la fin de l'année 2017 par la Direction générale des affaires maritimes et de la pêche de la Commission européenne.

Ces deux rapports sont élaborés dans une perspective très pratique, à partir de l'expérience des acteurs de l'économie maritime des régions atlantiques sur le terrain, dont l'opinion a été sondée lors de deux consultations. Ces contacts directs avec la réalité socioéconomique des régions atlantiques sont essentiels car les opérateurs de l'économie maritime des régions atlantiques constituent les principaux destinataires du Plan d'action atlantique et les exécutants indispensables des projets qui permettront de mettre en œuvre ce Plan d'action et d'atteindre ses objectifs.

Dans le premier rapport sur la mise en œuvre de la Stratégie atlantique, la consultation menée auprès des acteurs de l'économie maritime des régions atlantiques a été prioritairement axée sur leur connaissance, leur intérêt et leurs attentes concernant la Stratégie atlantique et son Plan d'action, ainsi que sur le degré d'« appropriation » atteint par celle-ci dans la phase de lancement du Plan d'action de la Stratégie atlantique. La consultation menée dans le présent rapport porte sur une phase plus avancée du processus de mise en œuvre ; elle s'attache à mesurer le degré de concrétisation des projets de cette Stratégie sur le territoire, ainsi que les freins et moteurs rencontrés dans son déploiement. Ce travail vise à présenter une analyse de l'état d'avancement de la mise en œuvre du Plan d'action atlantique pour mettre en valeur ses conditions de succès et à soumettre des propositions à la DG MARE en vue de la révision de ce Plan d'action fin 2017.

La première partie dresse un état des lieux de la mise en œuvre de la stratégie dans les territoires. Elle présente le suivi de l'évolution des initiatives et des instruments mis au service de la Stratégie atlantique et les résultats de l'ensemble des consultations menées pour dresser un diagnostic du degré d'avancement de la mise en œuvre du Plan d'action atlantique, ainsi que les aspects auxquels il convient de prêter attention pour le bon fonctionnement de la Stratégie. La seconde partie est, quant à elle, consacrée aux propositions. Ce travail comprend également un rappel et un suivi des conclusions et propositions du premier rapport, ainsi qu'un benchmark entre la Stratégie de l'Union européenne pour la mer Baltique et la Stratégie atlantique.

LA STRATÉGIE ATLANTIQUE ET SON PLAN D'ACTION

La Stratégie atlantique a été adoptée en novembre 2011 et présentée à Lisbonne lors d'une grande manifestation d'acteurs institutionnels et de l'économie maritime atlantique attirés par les opportunités de coopération et d'impulsion de projets liés aux activités maritimes des territoires atlantiques. Elle définit les principaux enjeux et opportunités du secteur maritime de la façade atlantique européenne en vue de favoriser la croissance et l'emploi durables. Elle a comme grands principes :

- l'application de l'approche écosystémique,
- la réduction de l'empreinte carbone de l'Europe,
- l'exploitation durable des ressources naturelles du fond océanique atlantique,
- la réaction face aux menaces et urgences,
- la croissance socialement inclusive.

La Stratégie prévoyait l'élaboration d'un Plan d'action pour son application sur la période 2014-2020 et, à cette fin, le Forum Atlantique a été créé comme processus inclusif et participatif dans lequel toutes les parties prenantes atlantiques, publiques et privées, pourraient apporter leurs idées sur les thématiques prioritaires du Plan d'action. Ainsi, des événements thématiques dans chacun des cinq États membres de la Stratégie ont été organisés. Une structure d'impulsion et de direction du processus a été créée : elle comprenait un organe technique (le Steering Group) et un organe politique (le Leadership Group), composés tous deux par des représentants des cinq États membres atlantiques et des institutions. Par ailleurs, une consultation publique a été ouverte.

Le Plan d'action, adopté en mai 2013, repose sur trois piliers d'action : la réalisation d'investissements bien orientés, le renforcement de la capacité de recherche et l'amélioration des formations et des qualifications. Il définit quatre priorités d'investissement :

1.- **Encourager l'esprit d'entreprise et l'innovation**, afin de mettre en commun les connaissances entre les institutions, les entreprises et les centres de recherche et de formation, de renforcer la compétitivité et les capacités d'innovation dans l'économie maritime, mais également d'adapter et de diversifier les activités économiques.

2.- **Protéger, garantir et développer le potentiel du milieu marin et côtier de l'Atlantique**, afin d'améliorer la sécurité et la protection maritimes, l'exploration et la protection des eaux marines et des zones côtières, la gestion durable des ressources marines et l'exploitation des potentiels marin et côtier comme source d'énergies renouvelables.

3.- **Améliorer l'accessibilité et la connectivité**, à travers la promotion de la coopération entre les ports.

4.- **Créer un modèle durable et socialement inclusif de développement régional**, afin de promouvoir une meilleure connaissance des enjeux sociaux dans la région et de préserver le patrimoine culturel atlantique.

Ni la Stratégie ni le Plan d'action ne prévoient un fonds de financement spécifique assorti. Il faut recourir au large éventail de financements européens pour le financement des projets correspondants :

- les Fonds Européens Structurels et d'Investissement (FESI) gérés par les autorités nationales et régionales : Fonds européen de développement régional (FEDER), Fonds social européen (FSE), Fonds européen agricole pour le développement rural (FEADER),
- la Coopération Territoriale Européenne, dans laquelle sont inclus tous les programmes transfrontaliers entre les États atlantiques et le programme transnational Espace Atlantique,
- les programmes gérés directement par la Commission européenne associés aux politiques européennes, tels que, notamment : Horizon 2020, COSME, LIFE+, Connecting Europe Facility, et le Fonds européen pour les affaires maritimes et la pêche (FEAMP), en sa partie gérée par la Commission Européenne.

La Banque européenne d'investissement contribue également à cet effort.

Le modèle de gouvernance prévu est relativement simple. Il est composé de :

- l'Atlantic Strategy Group : héritier de la fusion du Steering Group et du Leadership Group du Forum Atlantique, il constitue l'instance d'impulsion politique et de direction de la mise en œuvre du Plan d'action et se compose de représentants des États membres atlantiques, qui assument la présidence du groupe par rotation annuelle, et des institutions européennes, Commission, Parlement, Comité économique et social européen et Comité des régions,
- la Direction générale des affaires maritimes et de la pêche (DG MARE), qui soutient l'Atlantic Strategy Group et sa présidence. Elle assure le suivi de la mise en œuvre du Plan,
- la Plateforme des parties prenantes de l'Atlantique : forum de dialogue et discussion qui permet l'implication des parties prenantes à la mise en œuvre du Plan d'action. Elle se réunit une fois par an.

Dans ce contexte, la mise en œuvre du Plan d'action repose sur les porteurs de projets qui conçoivent et mettent en œuvre les projets en bénéficiant d'une structure de soutien, le Mécanisme d'assistance. Ce dernier est financé par la Commission européenne et fait l'objet d'un appel d'offre. Il a pour missions principales de proposer une assistance technique aux porteurs de projets, notamment sur la recherche de financements et de partenaires, de diffuser des informations, de sensibiliser les acteurs aux enjeux du Plan d'action de la Stratégie, ainsi que d'organiser la conférence de la Plateforme des parties prenantes.

RAPPEL DES PROPOSITIONS DU PREMIER RAPPORT DU RTA SUR LA MISE EN ŒUVRE DE LA STRATÉGIE ATLANTIQUE

En février 2015, le RTA a adopté un rapport relatif à la mise en œuvre de la Stratégie atlantique, portant sur la phase de lancement. Son objectif était de prendre le pouls de la mise en œuvre de la Stratégie sous l'angle d'une approche pratique et opérationnelle sur le terrain. Pour son élaboration, le RTA s'est appuyé sur le témoignage des acteurs de l'économie maritime des régions atlantiques, sur leur intérêt, leur connaissance et leurs attentes vis-à-vis de la Stratégie atlantique, sur leur perception des protagonistes de sa mise en œuvre, sur son fonctionnement et sur les difficultés éventuelles qu'ils avaient pu rencontrer dans la réalisation de leurs projets s'inscrivant dans les priorités du Plan d'action.

Ce travail, accompagné d'une analyse des instruments et des moyens déployés par le Plan d'action et leur application effective, a permis d'analyser le fonctionnement de la Stratégie, d'identifier des pistes d'amélioration et de faire des propositions en vue d'un meilleur déploiement de la Stratégie. Les préconisations, résumées ci-après, sont organisées en quatre ensembles consacrés à la connaissance sur la stratégie et la communication, la visibilité, le financement et la gouvernance.

UNE INFORMATION ACCESSIBLE ET UNE COMMUNICATION MOBILISATRICE AUTOUR DE LA STRATEGIE

L'élaboration d'une Stratégie atlantique a été accueillie avec enthousiasme par les acteurs de l'économie maritime des régions atlantiques, qui y ont vu à la fois une impulsion de l'Europe pour leurs activités et de nouvelles possibilités de financement. Cet enthousiasme, ainsi que l'intérêt initial des acteurs, sont cependant retombés devant le manque d'informations une fois le Plan d'action approuvé et la lenteur constatée du processus visant à le mettre en œuvre. En effet, sans informations claires concernant leurs instruments d'application, les acteurs ont commencé à percevoir la Stratégie et son Plan d'action comme des documents de portée trop générale et peu concrète. Le niveau de connaissance variait d'ailleurs selon le type d'acteurs et de secteurs.

En conclusion, il a été constaté qu'au moment de son lancement, le Plan d'action était inconnu de la majorité des acteurs de l'économie maritime atlantique et que les petites et moyennes entreprises ne disposaient ni du temps ni des ressources nécessaires pour envisager leur éventuelle participation à la Stratégie atlantique.

De ce fait, il fallait, d'une part, faire un effort important de diffusion et de communication pour mobiliser les acteurs de l'économie maritime de la façade atlantique et, d'autre part, attirer de nouveaux acteurs (autres que ceux habitués à participer à des projets européens), en se basant sur des « structures parapluies » afin de produire un effet multiplicateur. Le rapport appelait à fournir des informations détaillées « sur mesure » pour expliquer de façon claire et précise la marche à suivre pour participer à la Stratégie. Il proposait également de diffuser largement les informations relatives à la Plateforme des parties prenantes atlantiques et d'organiser les réunions d'information qui n'avaient pas encore été initiées par le Mécanisme d'assistance.

Le Mécanisme d'assistance a également fait l'objet de quelques recommandations spécifiques sur son profil et ses objectifs dans le cadre d'un travail ultérieur du RTA qui plaidait, notamment, pour le maintien de cette structure de soutien à la participation des acteurs.

Plus spécifiquement, le rapport mettait en évidence la nécessité d'instaurer une véritable stratégie de communication, grâce à des outils de communication et de documentation adaptés à chaque public cible et à la diffusion d'informations auprès de « potentiels » acteurs de la Stratégie. Pour cela, il était suggéré que le Mécanisme d'assistance participe à des événements variés, d'un spectre plus large que le seul secteur maritime. Il encourageait également à profiter de l'effet moteur produit par la présentation et la mise en valeur d'exemples de projets sur Internet et lors des événements, afin d'accroître l'effet catalyseur de la Stratégie, en exigeant une identification préalable des projets intégrés dans cette dernière via l'attribution d'un label.

Le rapport proposait également d'identifier finement les missions des acteurs en charge du déploiement de la Stratégie afin de recruter les meilleurs profils pour ces postes. Dans ce contexte, il suggérait d'augmenter les effectifs alloués aux Mécanismes d'assistance dans les États membres et d'instaurer des partenariats avec des sources d'informations locales et des organisations de coordination pour accroître la mobilisation, tout en maîtrisant les coûts. Selon ce rapport, la prise en charge de certaines tâches par les États membres (comme les événements nationaux), leur aurait permis également de concentrer leurs efforts sur le soutien aux acteurs.

PROPOSITIONS POUR RENFORCER LA VISIBILITÉ DE LA STRATÉGIE

L'absence de fonds de financement spécifique représente un obstacle au développement des projets de la Stratégie atlantique, mais pose également un problème de premier ordre pour sa visibilité. En effet, lorsqu'un projet bénéficie de fonds européens, il est dissocié de la Stratégie dans l'esprit des porteurs du projet et rattaché au programme qui le finance. De plus, il n'existe pas de mécanisme d'identification des projets relevant de la Stratégie atlantique lors de leur demande de financement auprès des autorités de gestion. La Stratégie est donc « invisible » pour les porteurs de projets, les organismes d'orientation et de promotion de programmes européens, etc.

Selon le premier rapport du RTA, il était essentiel que la Stratégie atlantique puisse gagner en visibilité et qu'elle devienne un moteur pour le développement de projets et d'initiatives économiques dans le domaine maritime. À cette fin, ses propositions étaient les suivantes :

- identifier, après avoir préalablement défini des critères communs, tout projet déployé dans le cadre de la Stratégie atlantique et le préciser clairement lors de la demande de financement auprès d'un programme communautaire, national, ou régional. Sans cette identification, le suivi et l'évaluation de la Stratégie et de la mise en œuvre du Plan sont en effet très difficiles, voire impossibles,
- rendre perceptible cette identification à travers un label « Stratégie atlantique », valorisant en termes d'images et de visibilité et non pas uniquement économiquement. La communication sur cette labellisation pourrait se faire sur le site internet de la Stratégie,
- définir systématiquement des indicateurs permettant d'évaluer le Plan à mi-parcours en 2017 et à son achèvement en 2020, ainsi que l'impact des projets.

PROPOSITIONS POUR RENFORCER LE FINANCEMENT DE LA STRATÉGIE

La Stratégie atlantique n'a pas abouti à de meilleures possibilités effectives de financement pour les projets répondant aux priorités du Plan d'action, du fait qu'elle ne dispose pas de fonds de financement spécifiques et de surcroît qu'elle n'intègre pas d'avantages spécifiques en matière d'accès ou de priorisation dans les fonds existants. Par conséquent, les acteurs de l'économie maritime ne trouvent aucun avantage ni aucun attrait à y participer et reconnaissent éprouver des difficultés à apprécier son utilité. Afin de permettre une impulsion réelle des activités maritimes promues par la Stratégie et d'accroître la visibilité de la Stratégie dans les fonds européens, il était précisé dans le précédent rapport du RTA qu'il était indispensable d'améliorer les modalités de financement. Afin d'atteindre cet objectif, les propositions suivantes avaient été émises :

- établir des critères d'éligibilité spécifiques, voire des appels à projet spécifiques, pour les projets « Stratégie atlantique » dans le cadre des programmes gérés directement par la Commission européenne,
- attribuer aux projets de la Stratégie atlantique un quota dans l'enveloppe des programmes opérationnels régionaux,
- préférer les projets émanant du Plan d'action atlantique dans le Programme de coopération territoriale « Espace Atlantique »,
- consacrer une partie du FEAMP (géré directement par la DG MARE) aux projets de la Stratégie atlantique,
- créer des fonds d'amorçage et des sources de financement supplémentaires à travers des formules novatrices et des parrainages,
- profiter des opportunités offertes par la Banque européenne d'investissement,
- optimiser les chances de succès en matière d'obtention de financements en fournissant aux acteurs, via le Mécanisme d'assistance, des informations spécialisées et expertes sur le financement européen.

UNE GOUVERNANCE ET UN LEADERSHIP FORT QUI FACILITENT LA COOPÉRATION

Le rapport concluait que le fonctionnement du système de gouvernance faisait reposer la responsabilité de la mise en œuvre du Plan d'action atlantique sur les porteurs de projets, sur leurs prises d'initiatives et leurs efforts, principalement pour rechercher des partenariats et des financements avec, pour seul soutien, le Mécanisme d'assistance, dont il était encore prématuré de juger l'efficacité.

Il rappelait également que les acteurs du secteur privé, mais aussi les administrations publiques nationales, régionales ou locales, devaient s'approprier cette Stratégie pour la diffuser et développer des actions complémentaires.

Les recommandations du RTA étaient les suivantes :

- un engagement et un leadership politiques renforcés de la part des États et des Régions atlantiques en faveur de la mise en œuvre de la Stratégie pour renforcer l'implication des acteurs des administrations publiques et de la vie économique maritime,
- le développement, dans un contexte de gouvernance à plusieurs niveaux, de dispositifs et d'instances pour débattre des actions à réaliser dans le cadre de chacune des priorités définies dans le Plan d'action : groupes de travail, groupes de coordinateurs pour chaque priorité, etc,
- le rappel de l'importance du maintien de l'implication des institutions européennes dans la Stratégie atlantique.

De même, la coopération était identifiée, à la fois comme l'un des défis clés de la mise en œuvre de la Stratégie atlantique, et comme le moyen d'action lui apportant une réelle valeur ajoutée européenne.

Selon le rapport du RTA, l'instauration d'un fonds par la DG MARE, même modeste, pour les projets emblématiques à l'échelle de l'Atlantique permettrait de favoriser les projets de coopération.

S'agissant du fonctionnement, le rapport proposait d'aller plus loin que la rencontre annuelle de la Plateforme des parties prenantes atlantiques et d'organiser des événements autour des priorités du Plan d'action pour générer et renforcer les dynamiques de coopération. Aux côtés de cette approche ascendante, l'approche descendante était également importante, en ce qu'elle permet de diffuser une vision stratégique des actions à réaliser dans le cadre de la mise en œuvre de la Stratégie, de définir et de coordonner des projets stratégiques prioritaires et de créer des partenariats.

PARTIE 1 :

Etat des lieux de la mise en œuvre de la Stratégie atlantique dans les territoires

A. Evolution des moyens et des instruments de la mise en œuvre de la Stratégie atlantique / Suivi des recommandations du premier rapport du RTA

Pour chacun des quatre axes identifiés dans le premier rapport du RTA (communication, visibilité, financement et gouvernance de la Stratégie atlantique) sont présentés, ci-après, un état des lieux, les évolutions des instruments de la mise en œuvre de la Stratégie ainsi que la manière dont les recommandations du RTA ont été prises en compte ou non.

LES INSTRUMENTS POUR UNE INFORMATION ACCESSIBLE ET UNE COMMUNICATION CAPABLE DE MOBILISER

La mission de diffuser l'information relative à la Stratégie et à son Plan d'action et, plus généralement, la communication, sont confiées au Mécanisme d'assistance. En 2015, un nouvel appel d'offres a été lancé concernant le contrat du Mécanisme d'assistance pour la période 2016-2017, dans lequel la conception et les missions ont été redéfinies afin de renforcer la capacité d'impact du mécanisme. Les missions essentielles de ce Mécanisme d'assistance restent la diffusion d'informations relatives au Plan d'action, la sensibilisation, l'accompagnement et l'orientation des acteurs dans la recherche de financements et de partenaires pour le développement de leurs projets, auxquelles s'ajoute le suivi de la mise en œuvre des projets.

Il importe de noter qu'il est demandé au Mécanisme d'assistance de développer un plan de communication cohérent et efficace sur les objectifs, adapté au public cible. Le site internet a évolué et s'est considérablement amélioré tout au long de cette période : partages d'actions sur les réseaux sociaux, développement de plusieurs produits de communication écrits et audiovisuels, distingués par le logo du Mécanisme, etc.

L'effort en matière de diffusion de l'information a été multiplié ces deux dernières années, avec l'organisation d'événements nationaux, qui ont gagné en qualité et en intérêt pour les acteurs. Ces événements étaient souvent organisés en collaboration avec les autorités régionales ou les acteurs de premier plan de l'économie marine atlantique. Grâce à la mise en place de nouvelles modalités de rencontres pour diffuser plus largement des informations sur le Plan d'action et mettre en réseau les acteurs, comme les roadshows par exemple, les contacts avec les acteurs de terrain ont été renforcés. Il a été mis à leur disposition des documents imprimés et audiovisuels. Les Conférences de la Plateforme des parties prenantes ont vu le nombre de participants progresser : leur contenu a évolué pour s'adapter aux demandes et aux besoins des acteurs.

Les évolutions en matière de communication sont donc visibles. Une partie conséquente des recommandations du premier rapport du RTA a été suivie pour favoriser l'accès des acteurs à l'information sur la Stratégie et son Plan d'action et donc, accroître leur mobilisation ainsi que celle du Mécanisme d'assistance.

LES INSTRUMENTS POUR RENFORCER LA VISIBILITE DE LA STRATEGIE

Le manque de visibilité de la Stratégie était une source d'inquiétude pour l'Atlantic Strategy Group, qui a, par conséquent, tenté de mobiliser les acteurs en prenant des initiatives et en menant diverses actions :

- l'organisation d'événements de haut niveau en association avec d'autres institutions européennes comme, par exemple, le débat « Atlantic Strategy in action » au Parlement européen à Bruxelles le 15 juin 2016,
- l'inclusion de sessions sur la Stratégie atlantique aux éditions 2016 et 2017 de l'European Maritime Day,
- l'engagement d'actions atlantiques entre les États membres atlantiques dans Our Oceans 2017,
- la création de la récompense « Meilleur projet de la Stratégie atlantique », décernée lors de la Conférence de la Plateforme des parties prenantes de l'Atlantique,
- la création d'une base de données des bonnes pratiques concernant la mise en œuvre de la Stratégie atlantique,
- des efforts de présentation du volet international de la Stratégie atlantique. Le succès de la « Galway Statement » de recherche atlantique de l'Union européenne avec les États-Unis et le Canada en est un exemple,
- la mise en place, bien que sans résultat, d'une ligne de financement Stratégie atlantique dans la partie du FEAMP gérée par la DG MARE.

D'ailleurs, la DG MARE et la DG REGIO ont encouragé les Comités de suivi des fonds FESI à porter une attention particulière à la visibilité de la Stratégie atlantique dans les Programmes Opérationnels. Par exemple, les autorités de gestion ont été invitées à identifier les projets répondant aux objectifs du Plan d'action lors de leur instruction.

Le Mécanisme d'assistance mène actuellement un travail laborieux d'identification des projets considérés comme relevant de la Stratégie atlantique dans tous les programmes de financement européen. Cette vision globale des projets « Stratégie atlantique » existants sera précieuse pour l'évaluation à mi-parcours du Plan d'action atlantique que la DG MARE doit effectuer pour la fin de l'année 2017.

Les rapports semestriels des autorités de gestion des fonds FESI sur la mise en œuvre des fonds sont un autre instrument qui doit contribuer à accroître la visibilité de la Stratégie. À cet égard, certaines institutions, de niveaux national et régional, ont pris des initiatives dans ce sens. Les ITI Azul de l'Espagne et du Portugal sont deux initiatives analogues, mises en œuvre par les autorités de gestion des Programmes Opérationnels FESI de ces deux États pour suivre et rendre visibles les actions qu'ils mènent en faveur de la Stratégie, via les programmes opérationnels. Par exemple, l'ITI Azul espagnole identifie les actions inscrites dans les priorités du Plan d'action de la Stratégie et dispersées entre les programmes opérationnels du FEDER et du FEAMP exécutés dans les Communautés autonomes, afin de les présenter de manière groupée et de rendre visible la contribution de l'État à la mise en œuvre de la Stratégie atlantique.

Au niveau régional, la Région Bretagne s'est engagée à effectuer, dans ses Programmes Opérationnels FEDER-FSE, un suivi spécifique des projets de dimension maritime et, plus particulièrement, des projets participant à la mise en œuvre de la Stratégie atlantique. A cette fin, elle a développé un caractère distinctif « Tag Mer » permettant d'identifier et de distinguer ces projets lors de leur instruction.

A l'exception de quelques actions mises en œuvre par la DG RESEARCH, aucune initiative n'a été prise pour identifier les projets « Stratégie atlantique » au moment où ils sont examinés pour bénéficier de fonds et programmes européens. La proposition du RTA, consistant à labelliser les projets « Stratégie atlantique », n'a pas été appliquée et ce, malgré l'intérêt qu'elle a suscité chez les acteurs et, notamment, la DG MARE qui avait fait une étude préalable pour sa mise en œuvre. Il se peut que le terme « labellisation » ait été compris non seulement dans le sens d'une identification, ce qui était le sens de la proposition initiale, mais aussi dans le sens d'une pré-validation, ce qui a pu créer des difficultés pour sa mise en œuvre. La proposition devait s'entendre uniquement dans le sens de l'association du projet avec la Stratégie atlantique, indépendamment du fonds susceptible de la financer, et sans que cela constitue une garantie pour son approbation prioritaire.

L'identification des projets en lien avec la Stratégie atlantique constitue aujourd'hui encore une lourde tâche : les projets doivent être repérés, a priori, lors de l'instruction des dossiers pour bénéficier de fonds européens.

Les ITI Azul de l'Espagne et du Portugal représentent un progrès en matière de visibilité et d'identification des projets de la Stratégie atlantique, dans la ligne défendue par le RTA et ce, même si le repérage « a posteriori » peut amener à identifier des projets liés à la maritimité mais pas forcément à la Stratégie.

Le Tag Mer mis en œuvre par la Région Bretagne s'aligne pleinement sur la proposition du RTA et constitue une bonne pratique à diffuser auprès des autorités de gestion des programmes européens de gestions directe et indirecte.

Néanmoins, la définition préalable de critères précis reste nécessaire pour que l'identification des projets répondant aux objectifs du Plan d'action atlantique se fasse selon des règles communes et partagées par tous les Etats et ce, quel que soit le fonds ou le programme européen de financement sollicité.

Les initiatives pour définir des indicateurs permettant de mesurer l'avancée du déploiement de la Stratégie et le degré de réalisation de ses objectifs n'ont pas, à ce jour, abouti. Des interrogations persistent sur la méthode que va employer la DG MARE pour mener l'évaluation à mi-parcours du Plan d'action pour la fin de l'année 2017.

LES INSTRUMENTS POUR RENFORCER LE FINANCEMENT DE LA STRATEGIE

- Le Plan d'action de la Stratégie atlantique précise qu'il « orientera la Commission dans l'exécution des fonds Horizon 2020, LIFE+, COSME et dans la partie du FEAMP qu'elle gère directement ». Toutefois, à l'exception de quelques appels à projets dont la thématique pourrait laisser à penser qu'ils relèvent implicitement de la Stratégie comme, par exemple, les espèces marines atlantiques, les énergies marines, il n'existe pas de critères ou d'appels à projets spécifiques pour le déploiement de la Stratégie.
- La DG MARE et la DG REGIO ont redoublé d'efforts pour sensibiliser les autorités nationales et régionales sur l'importance de l'intégration de la Stratégie atlantique dans les Accords d'Association et dans les Programmes Opérationnels des Fonds FESI ; en effet, cette intégration est une condition préalable essentielle au financement de projets liés à cette Stratégie. Le résultat reste incertain car certains des fonds concernés ont approuvé leurs programmes opérationnels tardivement. La présentation des premiers rapports sur la mise en œuvre des fonds FESI est prévue en mai 2017.
- Le Programme de Coopération Territoriale Espace Atlantique 2014-2020 vient d'approuver les premiers projets de cette période ; ils sont au nombre de 45 et représentent seulement 11 % du nombre total de manifestations d'intérêt présentées dans la première phase de l'appel.

- L'Atlantic Strategy Group a organisé, le 8 juin 2016, une réunion avec les autorités de gestion des fonds FESI des cinq Etats membres afin de les sensibiliser sur le rôle clé des programmes opérationnels qu'elles gèrent directement dans les possibilités de financement de la Stratégie atlantique. Il souhaitait, par ailleurs, connaître la réalité de la mise en œuvre de ces programmes et les contraintes existantes.
- L'Atlantic Strategy Group a lancé, sans succès, une initiative pour que la partie du FEAMP directement gérée par la DG MARE puisse accueillir une ligne de financement spécifique pour les projets de la Stratégie atlantique.

Les propositions d'amélioration des possibilités de financement des projets inscrits dans les priorités du Plan d'action atlantique ont très peu été suivies. Les avancées sont à peine perceptibles pour les acteurs de l'économie maritime qui regrettent qu'il n'existe pas, à ce jour, de critères d'éligibilité associés à la Stratégie atlantique permettant de mobiliser des fonds spécifiques pour mettre en œuvre des projets.

Par exemple, le Programme de Coopération Espace Atlantique ne propose pas de critères de sélection des opérations favorisant le déploiement de la Stratégie, alors que les porteurs de projets associent étroitement ce programme avec la Stratégie. Par ailleurs, les Programmes opérationnels des régions atlantiques intègrent peu la Stratégie atlantique et ne proposent pas de quotas pour ces projets.

À noter qu'il n'est pas évident, dans la mécanique actuelle d'élaboration et d'exécution des programmes opérationnels FESI, d'intégrer les éléments de soutien nécessaires pour le financement des projets de la Stratégie atlantique. Ni la Stratégie atlantique, ni les activités maritimes en tant que telles, ne constituent des objectifs thématiques. Dans les communautés autonomes espagnoles, les programmes opérationnels FEDER, très complexes administrativement, ne sont pas directement accessibles aux acteurs privés, mais seulement indirectement, via les appels de programmes d'aide exécutés par des services autres que les gestionnaires du programme opérationnel. En conséquence, les possibilités de financement via les Fonds FESI sont quasi imperceptibles pour les porteurs de projets privés qui se tournent alors vers les programmes européens gérés directement par la Commission et les Programmes de Coopération Territoriale.

En revanche, le FEAMP, dont une partie est gérée par les Régions, porte en France une attention particulière aux projets de la Stratégie atlantique, bien que le retard dans son déploiement ne permette pas encore de bénéficier d'une vision précise. En Espagne, aucune mesure particulière, en relation avec la Stratégie, n'est inscrite dans le FEAMP. Les appels à projets se déroulent dans les mêmes conditions que lors de la période précédente, si ce n'est que l'on a ajouté à ce Fonds, la dimension des affaires maritimes. L'intervention des Groupes d'Action Locale de Pêche (GALP) dans l'exécution de ces programmes est un atout pour le financement des projets de certains domaines prioritaires du Plan d'action atlantique (promotion de la croissance économique, inclusion sociale, création d'emplois, etc). Toutefois, il est encore tôt pour le constater par des chiffres.

Bien que l'initiative se soit soldée par un échec, il est important que l'Atlantic Strategy Group défende à son tour la recommandation du RTA de consacrer la part du FEAMP gérée directement par la DG MARE à des projets de la Stratégie atlantique.

LES INSTRUMENTS POUR RENFORCER LA GOUVERNANCE DE LA STRATEGIE

Dans le domaine de la gouvernance, le modèle actuel demeure quasiment le même et ne présente pas d'évolutions significatives. Le schéma est le suivant :



- La DG MARE, en tant que service de la Commission européenne en charge de la Stratégie, est un appui essentiel à l'Atlantic Strategy Group et au Plan d'action. Par ailleurs, la participation de la DG REGIO et de la DG RESEARCH devient de plus en plus perceptible. La DG REGIO apporte son expérience dans la gestion des stratégies macrorégionales (qui, même si elles diffèrent des stratégies de bassin maritime, obéissent à des principes identiques) et veille à l'intégration de la Stratégie dans les programmes opérationnels des fonds FESI. La DG RESEARCH, quant à elle, impulse des projets maritimes via le programme Horizon 2020 et développe le volet international de la Stratégie avec, notamment, la Galway Statement pour encourager la recherche atlantique avec les États-Unis et le Canada et, récemment, avec l'Initiative phare de l'Atlantique Sud entre l'Union européenne, le Brésil et l'Afrique du Sud pour comprendre et protéger les écosystèmes marins et le lien entre l'océan et le climat. Dans la gestion de la Stratégie atlantique, un service intergroupe comprenant la DG MARE, la DG REGIO et la DG RESEARCH va être créé.
- L'Atlantic Strategy Group est un organe composé de représentants des cinq États membres atlantiques et des institutions européennes. Il a pour mission de piloter et de suivre la mise en œuvre du Plan d'action atlantique, et d'assumer et d'encourager l'impulsion politique nécessaire. Suite à l'unification du Steering Group et du Leadership Group en Atlantic Strategy Group, le profil politique du groupe a fait place à un profil plus technique. Actuellement, les Régions sont peu présentes car il incombe aux États membres d'inviter des représentations de celles-ci au sein de leurs représentations. Toutefois, la Commission Arc Atlantique est régulièrement invitée à ses réunions. Le RTA bénéficie d'un poste revenant au Comité Économique et Social Européen, grâce à la collaboration sur le sujet de la Stratégie engagée entre ces deux organisations. La présidence du groupe est assurée par un Etat membre, selon un système de rotation annuelle. Cette instance a progressivement établi sa dynamique de travail et s'interroge, dans la perspective de la révision de la Stratégie et dans la redéfinition des relations avec le Royaume-Uni suite au Brexit, sur le fait de maintenir sa forme actuelle ou d'envisager son élargissement, par exemple aux régions des États atlantiques non européens comme la Norvège et l'Islande, mais aussi aux organisations sectorielles atlantiques, etc.

- La Plateforme des parties prenantes atlantiques, qui organise sa réunion annuelle dans l'État assurant la présidence de l'Atlantic Strategy Group, a progressivement gagné en participants et a, au fil du temps, enrichi ses contenus. Son programme est essentiellement axé sur les projets des parties prenantes. Il se décline en ateliers (sélectionnés par un appel à propositions) et en séances plénières, plus particulièrement organisées pour l'ouverture et la clôture.
- Le Mécanisme d'assistance a vu son rôle renforcé :
 - dans la mise en œuvre de la Stratégie : il participe désormais à la conception et à l'organisation de la Plateforme des parties prenantes atlantiques (organisation des ateliers des appels à candidatures pour le prix des meilleurs projets atlantiques),
 - dans le suivi du Plan d'action : il identifie les projets liés à Stratégie atlantique.

Cependant, son maintien est à l'étude. Il n'est pas certain qu'il existe encore en 2018.

Actuellement, ce sont toujours sur les porteurs de projets, avec toutes les difficultés auxquelles ils sont confrontés, que repose la mise en œuvre du Plan d'action, avec le soutien du Mécanisme d'assistance peut-être interrompu en 2018.

Aucun mécanisme de coordination horizontale n'a été développé et le réseau administratif de chaque État membre chargé de l'impulsion de la Stratégie atlantique (au-delà des coordinateurs nationaux membres de l'Atlantic Strategy Group) est limité. L'implication des administrations régionales est variable mais reste toutefois limitée dans la mesure où elles ne sont pas représentées dans les organes de gouvernance de la Stratégie.

Dans ces conditions, et comme signalé dans le premier rapport, la dynamique de la Stratégie et sa capacité réelle de réalisation restent très limitées. Il manque aujourd'hui un engagement politique fort et un véritable leadership pour impulser un déploiement efficace de la Stratégie dans les territoires.

B. Le déploiement de la Stratégie atlantique sur le terrain : analyse à partir des résultats de la consultation menée auprès des acteurs locaux

Le premier rapport du RTA sur la Stratégie atlantique avait comme principal objectif d'analyser le degré d'appropriation de la Stratégie atlantique par les acteurs de la société civile sur le territoire atlantique dans la phase de lancement de la Stratégie.

Ce nouveau rapport porte sur une phase plus avancée de la mise en œuvre du Plan d'action de la Stratégie atlantique car il s'intéresse plus particulièrement au déploiement opérationnel de la Stratégie sur le territoire. Pour ce faire, les différents CES/CESER partenaires du RTA ont mené une consultation de septembre 2016 à mars 2017 auprès des acteurs locaux (institutionnels, privés, universitaires...) de leur région pour identifier les réalisations concrètes en lien avec cette Stratégie, ainsi que les facteurs de réussite, les freins, les leviers ou les blocages rencontrés lors de la mise en œuvre du projet et de la recherche de financement. Ces informations permettent de proposer un aperçu du degré d'appropriation de la Stratégie atlantique et de mise en œuvre opérationnelle du Plan d'action dans les territoires.

SYNTHESE DES RESULTATS DE LA CONSULTATION LOCALE

Les résultats de la consultation menée par chaque CES/CESER partenaire du RTA auprès des acteurs de sa région sont présentés ci-dessous sous forme d'un tableau synthétique AFOM :

- Atouts/Faiblesses de la Stratégie atlantique aujourd'hui
- Opportunités/Menaces de la Stratégie atlantique à moyen et long termes.

Aujourd'hui	
Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Une connaissance réciproque des projets en lien avec la façade atlantique. - Une mise en réseaux des porteurs de projets : partage de bonnes pratiques, d'opportunités, d'inquiétudes, etc. - Un renforcement de la coopération et des partenariats. - Une aide à la recherche de financements. - La Stratégie atlantique confère une dimension européenne aux projets identifiés. - Une reconnaissance européenne des organisations actives dans les domaines maritimes et de leurs projets/actions. 	<ul style="list-style-type: none"> - Pas de vision claire de ce qu'est la Stratégie atlantique, de ce qu'elle recouvre, de ses missions, de ses objectifs et de ses moyens. <p><i>Remarque : la Stratégie atlantique constitue le volet maritime de la Politique Maritime Intégrée, gérée par la DG MARE ; ce n'est pas une stratégie macrorégionale gérée par la DG REGIO, à l'instar de la Stratégie baltique.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Pas de fonds dédiés à cette Stratégie. Or, la mobilisation des fonds européens et/ou la réponse à des appels à projets européens ne sont pas accessibles pour tout le monde. - Une méconnaissance, de la part des acteurs, des plus-values potentielles de l'inscription de leurs projets dans la Stratégie atlantique.

Aujourd'hui	
Atouts	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> - Une meilleure connaissance des politiques européennes relatives aux affaires maritimes atlantiques ainsi qu'une meilleure appropriation de leurs enjeux. - Une meilleure connaissance des possibilités de financements européens. - La possibilité de participer à des événements à caractère européen et de s'approcher du monde européen, très méconnu pour certains. - Une meilleure visibilité des acteurs et des projets au niveau européen, ainsi que des opportunités pour présenter et valoriser leurs activités et leurs travaux au niveau international. 	<ul style="list-style-type: none"> - Un manque d'implication des relais institutionnels sur le territoire pour la mise en œuvre de la Stratégie. - Une difficile compréhension du fonctionnement de l'Union européenne et des fonds européens mobilisables (FESI, Horizon 2020, Life+, appels à projets, etc). - La complexité du montage de projets en lien avec la Stratégie et de mobilisation des fonds européens : difficultés en termes de temps, de compétences et de ressources humaines. - Le manque d'articulation et d'accompagnement entre l'étape d'information et l'étape de mise en œuvre opérationnelle. - Un manque d'intérêt des acteurs locaux pour la Stratégie atlantique, même de la part de ceux identifiés comme « cibles prioritaires ». - Un manque de communication sur cette Stratégie. Très peu d'acteurs connaissent la Stratégie atlantique / parmi les acteurs qui la connaissent, peu d'entre eux appréhendent concrètement ses enjeux / certains acteurs « cibles » de la Stratégie atlantique ne se reconnaissent pas en tant que tels. - Pas d'intégration réelle de la Stratégie atlantique dans les Programmes Opérationnels régionaux. - Une identification a posteriori des projets relevant de la Stratégie atlantique.

Demain	
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Favoriser l'émergence de projets collaboratifs interrégionaux, ambitieux. - Faire monter les acteurs en compétences techniques et opérationnelles en matière de développement et de montage de projets. - Créer un cadre de réflexion stratégique autour de la croissance bleue durable de la façade atlantique, à moyen et long termes. - Renforcer les coopérations et créer des synergies entre les acteurs et les relais institutionnels, aux échelles infrarégionales et interrégionales sur les enjeux de la façade atlantique : réfléchir et travailler ensemble sur des sujets transversaux à moyen et long termes ; coordonner les politiques publiques ; donner/renforcer le sens « maritime » aux politiques publiques. - Etre dans une logique de complémentarité des politiques publiques interrégionales de la façade atlantique et non d'addition : porter et défendre, ensemble, les enjeux des régions maritimes atlantiques au niveau européen. - Poursuivre de l'implication de la DG REGIO et de la DG RESEARCH. 	<ul style="list-style-type: none"> - Un manque d'implication des relais institutionnels sur le territoire : collectivités territoriales, chambres consulaires, syndicats, etc. - La fragilisation de la politique de cohésion. - La difficulté d'accès aux fonds européens mobilisables (FESI, Horizon 2020, Life+, appels à projets, etc), de plus en plus compétitifs et nécessitant un certain savoir-faire. - La non visibilité et l'incertitude sur la position du Royaume-Uni (Brexit) vis-à-vis de la façade atlantique.

ANALYSE DES RESULTATS

Le niveau de connaissance de la Stratégie et du Plan d'action a progressé depuis la première consultation menée en 2014. Néanmoins, cette connaissance est inégale en fonction des pays et des régions. Nombreux encore sont les acteurs de l'économie maritime qui ne connaissent pas la Stratégie atlantique et qui ne possèdent pas une vision claire de ce qu'elle recouvre, de ses modalités de fonctionnement et de mise en œuvre. Par ailleurs, peu d'acteurs maîtrisent la complexité du fonctionnement de l'Union européenne et de la mécanique de mobilisation des fonds européens.

Le Mécanisme d'assistance exerce son rôle dans ces domaines, en diffusant l'information auprès des porteurs et des partenaires de projets potentiels et en les orientant sur les opportunités de financement existantes. Néanmoins, cette assistance ne permet pas d'atteindre l'arsenal financier nécessaire au montage de projets que bon nombre des acteurs de l'économie maritime souhaiteraient, en particulier sur l'ingénierie de projets transversaux.

La plupart des organismes ou entreprises de grande envergure ne font pas appel au Mécanisme d'assistance car ils disposent de moyens propres et de savoir-faire dans ce domaine. Mais d'autres, comme les opérateurs de taille plus modeste, sollicitent, via des cabinets de conseils ou non, le Mécanisme d'assistance pour bénéficier d'informations et de conseils.

Souvent, le Mécanisme d'assistance dirige les acteurs vers des relais territoriaux (régionaux ou locaux) et les autorités de gestion des fonds européens.

Toutefois, il a été constaté que certains acteurs intéressés par la Stratégie et ayant des projets relevant de celle-ci ignorent l'existence même du Mécanisme d'assistance et des événements qu'il organise comme, par exemple, les conférences de la Plateforme des parties prenantes atlantiques.

Cette deuxième consultation visait entre autres à mesurer combien l'intérêt exprimé par les acteurs pour la Stratégie atlantique lors la première consultation s'était traduit en projets concrets, et à analyser les freins et les leviers du déploiement de la Stratégie. L'enseignement général est qu'une grande partie des idées de projets n'a pas abouti et ce, pour diverses raisons.

Les acteurs expérimentés, bénéficiant de solides connaissances en matière de coopération et sachant répondre à des appels à projets européens, ainsi que les organismes dont l'activité ordinaire entre dans les priorités du Plan d'action (Instituts de recherche marine, etc) ont mis en œuvre des projets. En somme, ils ont poursuivi leurs activités en sollicitant l'appui des programmes européens auxquels ils sont habitués, et entretenu leurs partenariats internationaux.

Pour les acteurs moins ou pas habitués à participer à des programmes européens mais intéressés par la Stratégie, les idées de projets ont souvent été bloquées par :

- une insuffisance des initiatives déployées,
- des difficultés pour identifier les opportunités de financement : retard dans les lancements de certains appels à projets, faible taux de projets retenus dans le Programme de Coopération Territoriale Espace Atlantique par rapport au volume de projets présentés, etc.

On perçoit ainsi une grande déception, généralisée, chez les acteurs de l'économie maritime atlantique car :

- la Stratégie atlantique ne dispose pas d'un fonds de financement spécifique,
- aucune mesure spécifique à la Stratégie atlantique n'a été prise pour encourager les projets répondant aux priorités du Plan d'action atlantique en les priorisant, par exemple, au cours de l'examen des demandes des dossiers,
- il n'a pas été constaté d'amélioration dans les possibilités de financement des projets liés aux activités maritimes atlantiques en raison de l'existence de la Stratégie.

Il est difficile pour les opérateurs d'apprécier l'utilité d'une Stratégie qui ne leur apporte pas de plus-value dans la recherche et l'obtention de financements européens pour leurs projets, ni un accompagnement suffisant à l'ingénierie de projets.

Le financement est un élément essentiel à la réalisation des projets et, par conséquent, la difficulté à mobiliser des fonds européens est la raison de l'échec la plus citée par les agents.

Le sentiment de déception est vif, surtout chez ceux qui déployaient déjà des projets répondant aux priorités du Plan d'action et qui ont espéré, avec la Stratégie, voir leurs activités soutenues par l'Europe et bénéficier de meilleures possibilités de financement. Il l'est également pour ceux qui, animés par l'esprit de la Stratégie, ont favorisé les actions de mise en œuvre du Plan en définissant des projets et en mettant en place des consortiums spécifiques, sans obtenir de récompense à leurs efforts.

Pour les acteurs dont il s'agissait des premières expériences dans le monde des financements européens, la déception est moins grande, dans la mesure où ils reconnaissent leur manque d'expérience et apprécient que la tentative leur ait apporté de nombreux avantages pour d'éventuels projets futurs : connaissance des activités de l'Union européenne, établissement de contacts avec les institutions européennes et avec des homologues d'autres régions européennes, etc.

Quant aux initiatives qui parviennent à se concrétiser en projets, il s'installe chez les acteurs un sentiment de manque d'utilité de la Stratégie pour lancer de nouveaux projets en faveur d'un renforcement de l'économie maritime atlantique. Ils n'ont pas l'impression que la Stratégie, en l'état actuel de sa configuration, leur apporte de quelconque avantage pour chercher des financements ; la démarche à suivre pour soumettre leurs projets est identique à celle des projets ne relevant pas de la Stratégie atlantique. De ce fait, les projets ne sont pas identifiés et inscrits comme répondant aux priorités du Plan d'action de la Stratégie atlantique.

Les porteurs de projets en quête d'opportunités de financements s'intéressent :

- au Programme de Coopération Interreg Espace Atlantique, dans lequel beaucoup notent l'absence d'un fonds de financement dédié à la Stratégie atlantique,
- aux programmes européens gérés directement par la Commission Européenne, dans lesquels ils ne trouvent pas de référence à la Stratégie et, par conséquent, pas de fléchage pour des financements spécifiques.

Néanmoins, les acteurs sont nombreux à considérer la Stratégie atlantique comme un point d'appui pour la rédaction des propositions de projets. Ils estiment en effet qu'elle peut contribuer à améliorer l'impression des évaluateurs du projet. Certains projets contiennent donc les éléments nécessaires pour être identifiés comme projets « nés » de la Stratégie atlantique ; ils démontrent ainsi la viabilité de la Stratégie.

Remporter ces appels à projets est difficile car ce sont des appels de plus en plus compétitifs, qui exigent savoir-faire et expérience, et qui ne sont pas à la portée de tout un chacun. Dans ce contexte de forte concurrence, la recherche de financement amène à « faire entrer » des projets de Stratégie atlantique dans des appels qui ne la prévoient pas, tant et si bien qu'ils ne sont pas retenus. Ou encore à modifier les caractéristiques du projet pour les adapter aux exigences de l'appel, dénaturant par là même le caractère de Stratégie atlantique du projet ou mettant en péril la réalisation des objectifs initiaux, conformes aux priorités du Plan d'action de la Stratégie.

Les opérateurs sont satisfaits d'une part des événements organisés pour favoriser les rencontres et la mise en relation (Plateforme des parties prenantes atlantiques, événements nationaux et régionaux), événements auxquels ils participent avec plaisir. Cependant, il leur semblerait plus utile qu'ils soient plus fréquents et davantage ciblés sur des thèmes particuliers. D'autre part, ils souhaiteraient bénéficier d'un soutien institutionnel plus affirmé pour l'impulsion des projets.

Quand ils recherchent des financements, les acteurs de l'économie maritime se tournent peu vers les Fonds européens structurels et d'investissement (en particulier vers le FEDER et le FSE) gérés par les autorités nationales et régionales. Ces fonds sont en effet difficilement accessibles par les acteurs privés dans certaines régions et la Stratégie atlantique est peu ou pas mise en avant dans leurs Programmes opérationnels.

Comme indiqué plus haut, les Programmes opérationnels du FEDER et du FSE, dont peu prévoient la Stratégie atlantique, ne sont souvent pas accessibles directement, aux acteurs privés.

Le Programme opérationnel du Fonds européen pour les affaires maritimes et la pêche (FEAMP) organise, quant à lui, dans la plupart des régions, des appels à projets accessibles aux acteurs privés et propose des modalités d'exécution via des Groupes d'Action Locale de Pêche (GALP). Cependant, s'il est enclin, par son périmètre d'action, à financer des projets liés à la Stratégie atlantique, cette dernière n'est pas toujours favorisée et la mise en œuvre opérationnelle de ce fonds a pris beaucoup de retard.

Malgré la déception qui existe chez les opérateurs de l'économie maritime des régions atlantiques par rapport à la Stratégie atlantique, leurs témoignages mettent en exergue des éléments de valeur ajoutée :

- la Stratégie présente, pour certains, un intérêt pour relever des défis stratégiques de moyen et long termes à l'échelle atlantique,
- elle fournit un cadre général commun qui peut stimuler la coopération et créer de nouveaux contacts,
- elle permet une projection et une visibilité européennes/internationales des activités des acteurs, et le développement de réseaux au niveau européen,
- la possibilité de participer à des événements à caractère européen et approcher ce monde qui, pour certains acteurs, était méconnu,
- pour certains acteurs, les priorités de la Stratégie atlantique sont une motivation supplémentaire pour intégrer à leurs activités de nouveaux domaines et objectifs,
- le soutien aux organisations actives dans les affaires maritimes, qui voient leurs activités faire l'objet d'une reconnaissance européenne mais qui attendent une véritable impulsion, accompagnée de moyens efficaces, pour pouvoir les exercer.

PARTIE 2 :

Propositions sur les conditions de réussite de la mise en œuvre de la Stratégie atlantique

A. Identification des pistes d'amélioration et des points à corriger

L'amélioration du degré de connaissance actuel chez les opérateurs depuis le début des actions du Mécanisme d'assistance a été perceptible, mais elle nécessite la continuité des actions de diffusion et de sensibilisation, à la fois par ce Mécanisme et par d'autres instances comme les Régions, les États membres et la Commission européenne elle-même. Le Plan d'action atlantique bénéficie aujourd'hui d'une large diffusion dans les milieux institutionnels mais souffre d'un déficit d'information auprès des acteurs de l'économie maritime des régions atlantiques.

Le modèle actuel de mise en œuvre de la Stratégie atlantique repose sur le dynamisme des porteurs de projets individuels. C'est pourquoi, il nécessite une structure d'appui aux acteurs de l'économie maritime. Le succès de la Stratégie atlantique dépend de la mobilisation de ces derniers, de leur sensibilisation par rapport aux enjeux et défis de cette Stratégie et de la pertinence des informations dont ils disposent. Il faut donc poursuivre et renforcer les actions d'information et accroître les interactions et les échanges entre les acteurs locaux et leur structure d'appui.

Le Mécanisme d'assistance représente un soutien très important pour les porteurs de projets car la majorité des projets ou propositions qui lui sont soumis proviennent d'acteurs sans expérience et/ou sans ressources. Son accompagnement peut également, parfois, s'avérer insuffisant.

Il faut continuer à renforcer l'impact du Mécanisme d'assistance en croisant davantage les ressources informationnelles régionales et nationales concernant les différents programmes et fonds de financement européens et le montage de projets.

Les acteurs de l'économie maritime atlantique considèrent que la Stratégie atlantique apporte de la valeur ajoutée en ce sens qu'elle propose un cadre de travail commun, de dimension européenne, autour des questions maritimes, elle permet de mettre en contact les acteurs, etc. Cependant, ils n'identifient pas sa principale contribution, consistant à être une véritable locomotive de l'économie maritime atlantique et donc un moteur pour les projets relevant les défis dans ce secteur.

Les acteurs de l'économie maritime perçoivent la Stratégie atlantique comme peu ou pas utile car ils font une association directe entre leur projet et les fonds disponibles pour le mettre en œuvre ; ils n'ont pas le sentiment que cette Stratégie ait amélioré les possibilités d'obtention de financements pour leurs projets. Par ailleurs, ils ne constatent pas de modifications dans les procédures de présentation des projets européens/réponses à des appels à projets européens depuis la mise en œuvre de cette Stratégie.

Le financement est essentiel pour la réalisation des projets, et les acteurs sur le terrain y portent toute leur attention. Il est donc indispensable d'établir un lien plus clair et plus direct entre la Stratégie atlantique et les sources de financement possibles, et de compenser l'absence de financement spécifique à la Stratégie par des formules permettant aux opérateurs de percevoir explicitement les avantages de l'existence de cette Stratégie. Pour ce faire, il importe qu'elle développe sa capacité à donner une impulsion aux activités maritimes.

L'amélioration des possibilités de financement de la Stratégie atlantique doit intervenir dans toutes les modalités de financement européen. La gestion nationale et régionale des Fonds européens structurels et d'investissement doit intégrer la Stratégie atlantique, dans une bien plus large mesure, dans ses programmes opérationnels.

Les porteurs de projets de cette Stratégie font principalement appel au Programme de Coopération Territoriale Espace Atlantique, modestement doté financièrement pour assumer la mise en œuvre de la Stratégie, ainsi qu'aux programmes gérés directement par la Commission européenne.

Les initiatives permettant une plus grande visibilité et une meilleure connaissance de la Stratégie atlantique (événements organisés, récompenses décernées à des projets atlantiques, etc) sont à souligner. Cependant, le vrai problème de la Stratégie persiste : le fossé se creuse entre les projets issus de la Stratégie et la Stratégie elle-même. Il est nécessaire, pour donner une existence et une réalité à la Stratégie, de mettre en place des mesures permettant de « fixer » ou « d'ancrer » ces projets comme étant des projets atlantiques. En effet, la consultation auprès des acteurs a pu mettre en lumière le fait que les porteurs de projets de la Stratégie n'avaient pas conscience de mettre en œuvre un projet « Stratégie atlantique » dans la mesure où, comme précisé auparavant, les acteurs développent leurs projets en sollicitant les programmes européens auxquels ils sont habitués et ce, dans des conditions identiques à celles qui existaient avant la Stratégie.

Cette Stratégie a donc besoin d'être comprise, intégrée et intériorisée par les acteurs et rendue visible tout au long du processus de conduite du projet.

Par exemple, l'identification des projets « Stratégie atlantique » dès leur entrée dans le circuit de financement permettrait, en plus de résoudre cette problématique, de communiquer sur des projets concrets et de capitaliser leurs résultats pour valoriser la Stratégie. Par la suite, d'autres modalités de reconnaissance pourraient être proposées. L'identification est d'ailleurs également essentielle pour l'évaluation et le suivi du Plan d'action.

Il incombe au Mécanisme d'assistance d'identifier les projets ou les propositions « Stratégie atlantique » car les acteurs locaux ne communiquent que très rarement leurs projets à cette structure de soutien.

Une reconnaissance des projets « a posteriori », c'est-à-dire une fois approuvés et financés via les différents fonds de financement européens, risque de donner une vision biaisée des résultats de la Stratégie atlantique. En effet, celle-ci présentera une série de projets liés à des thèmes maritimes, sans véritable lien avec la Stratégie et ne respectant pas forcément l'esprit de la Stratégie.

Comme la Stratégie est censée être un levier d'action, l'évaluation de sa mise en œuvre doit prendre en compte le niveau de réalisation des projets « Stratégie maritime ». Il apparaît donc indispensable d'identifier les projets qui sont effectivement issus de cette Stratégie et ne pas se contenter d'un listing de projets maritimes.

La proposition consistant à définir, au préalable, des critères d'identification des projets et à instaurer un label (permettant d'identifier les projets de la Stratégie atlantique et d'assurer la visibilité et la communication autour de ces projets) reste pleinement en vigueur.

La gouvernance de la mise en œuvre du Plan d'action de la Stratégie est relativement simple : les porteurs de projets individuels sont les protagonistes de la réalisation de ses objectifs. Ils souhaitent un renforcement de l'engagement et du leadership politique à tous les niveaux de gouvernance, des institutions européennes aux collectivités locales, en passant par les États et les Régions, pour donner une impulsion nouvelle à la Stratégie atlantique. Cela lui permettrait d'avoir un réel impact sur l'économie atlantique, de réaliser des projets de coopération, stratégiques et à plus forte valeur ajoutée pour relever des défis à l'échelle atlantique. Pour générer cette impulsion, les Régions sont des acteurs essentiels. Les associer à la gouvernance, tout en maintenant la simplicité de son architecture, pourrait bien nourrir cette dynamique.

→ FOCUS : Benchmark entre la Stratégie atlantique et la Stratégie de l'Union européenne pour la mer Baltique

Le groupe de travail a réalisé un benchmark entre la Stratégie atlantique et la Stratégie de l'Union européenne pour la mer Baltique afin d'identifier les bonnes pratiques à reproduire, mais aussi les risques à anticiper. Pour ce faire, il a auditionné quelques acteurs clés de cette Stratégie : un coordinateur suédois de la Stratégie représentant la société civile, une secrétaire exécutive de la Conférence des Régions Périphériques Maritimes et un représentant de la Direction générale de la Politique régionale et urbaine.

La Stratégie pour la mer Baltique, créée en 2009, est la première stratégie macrorégionale de l'Union européenne. Les Stratégies pour le Danube (2011), pour les régions Adriatique et Ionienne (2014) et pour la région Alpine (2015) ont été élaborées très peu de temps après. Elle a été construite à l'initiative des Etats membres pour relever les défis transnationaux, demandant des solutions, des actions et des efforts collectifs. Par conséquent, elle bénéficie d'une appropriation et d'un engagement politique fort de la part des Etats.

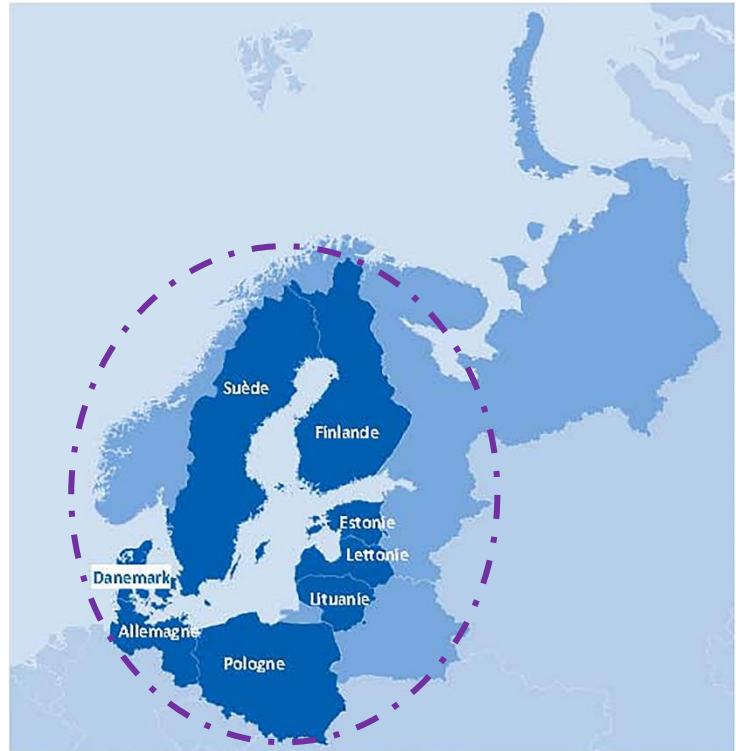
	Stratégie atlantique	Stratégie de l'Union européenne pour la mer Baltique
	Volet maritime de la Politique maritime intégrée portée par l'Union européenne depuis l'adoption le 14 décembre 2007 du « Livre bleu portant politique maritime de l'Union européenne » et la déclinaison de la Stratégie « croissance bleue » dans le bassin Atlantique.	Stratégie macrorégionale.
Adoption	La Stratégie atlantique a été adoptée par la Commission européenne en 2011. Le Plan d'action pour une stratégie maritime dans la région atlantique pour une croissance intelligente, durable et inclusive a été adopté en 2013.	La Stratégie de l'Union européenne pour la mer Baltique a été adoptée en juin 2009. Cette initiative a émané des Etats membres, en vue de trouver des solutions concertées et coordonnées pour faire face à la crise économique et aux dégradations écologiques.
Pilotage	Direction générale des Affaires maritimes et de la pêche (DG MARE).	Direction générale de la Politique régionale et urbaine (DG REGIO).
Etats membres	Cinq Etats membres : Portugal, Espagne, France, Royaume-Uni, Irlande.	Huit Etats membres : Suède, Finlande, Estonie, Lituanie, Lettonie, Pologne, Allemagne, Danemark + Association ponctuelle d'Etats hors Union européenne (Norvège, Russie, etc).

<p>Objectifs</p>	<p>Ce Plan d'action vise à revitaliser l'économie marine et maritime dans la région atlantique en essayant de relever les défis que constituent la croissance, la réduction de l'empreinte carbone, l'utilisation durable des ressources naturelles marines, l'anticipation des catastrophes naturelles et leur gestion efficace.</p> <p>Il distingue quatre priorités essentielles :</p> <ul style="list-style-type: none"> - la promotion de l'esprit d'entreprise et de l'innovation ; - la protection, la sécurisation et la valorisation de l'environnement marin et côtier ; - l'amélioration de l'accessibilité et de la connectivité ; - la création d'un modèle de développement régional durable et propice à l'intégration sociale. 	<p>La Stratégie baltique souhaite répondre à quatre objectifs principaux :</p> <ul style="list-style-type: none"> - sauver la mer : promouvoir un environnement durable ; - accroître la prospérité de la région ; - connecter la région : développer et renforcer l'accessibilité et l'attractivité de la région ; - renforcer la sûreté et la sécurité de la région (comprenant la sécurité maritime et énergétique).
<p>Gouvernance</p>	<ul style="list-style-type: none"> - La DG MARE, assistée par le Mécanisme d'assistance (cabinet de consulting) disposant de points focaux dans chacun des pays membres. - La participation de la DG REGIO et de la DG RESEARCH. - Un « Atlantic Strategy Group » dédié, avec une présidence tournante tous les ans. Ce groupe est composé de représentants des cinq Etats membres et des institutions européennes. Il a pour mission de donner des impulsions politiques et de diriger le processus de mise en œuvre de la Stratégie. - La Plateforme des Parties prenantes de l'Atlantique. 	<p>Une gouvernance multiniveaux ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - la DG REGIO ; - une présidence « tournante » : le/la Président/e change chaque année ; - des coordinateurs nationaux, garants de l'engagement politique des Etats membres, en charge de la mise en œuvre de la Stratégie au niveau national ; - des coordinateurs thématiques en charge de la coordination des actions menées dans les domaines prioritaires au sein de chaque Etat membre ; - des coordinateurs d'actions horizontales ; - des organes régionaux fortement impliqués dans la mise en œuvre de la Stratégie ; - les points focaux.
<p>Fonctionnement</p>	<p>Règle des trois « non » :</p> <ul style="list-style-type: none"> - pas de nouvelles législations ; - pas de nouvelles structures ; - pas de nouveaux financements. <p>La mise en œuvre de la Stratégie reste le travail des porteurs de projets, avec le support du Mécanisme d'assistance.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Règle des trois « non » : des solutions ont été trouvées pour dépasser les contraintes établies par la règle des trois « non » grâce à une meilleure coordination des autorités de gestion, à la création de nouvelles synergies, au renforcement des coopérations et à la promotion d'une meilleure utilisation de la législation en vigueur, des structures en place et des sources de financements existantes. - Une volonté affirmée de renforcer les « capacités horizontales », d'accroître l'efficacité du recours au financement, de renforcer les réseaux d'élus politiques et de promouvoir l'engagement de la société civile. - La création des « Flagships projects », outil permettant la création et la visibilité de projets d'envergure.

<p>Financements</p>	<p>Il n'y a pas de réel financement dédié à la Stratégie atlantique. Il est possible de mobiliser plusieurs fonds :</p> <ul style="list-style-type: none"> - fonds européens structurels et d'investissement (FESI) : FEDER, FSE, FEAMP, FEADER ; - programmes thématiques européens : COSME, Horizon 2020, BONUS, LIFE, Creative Europe, Erasmus +, etc ; - aides, subventions, avances remboursables des collectivités territoriales, etc. 	<p>Il n'y a pas de réel financement dédié à la Stratégie de la mer Baltique. Comme pour toutes les Stratégies macrorégionales et de bassin maritime, plusieurs fonds sont mobilisables :</p> <ul style="list-style-type: none"> - fonds européens structurels et d'investissement (FESI) : FEDER, FSE, FEAMP, FEADER ; - programmes thématiques européens : COSME, Horizon 2020, BONUS, LIFE, Creative Europe, Erasmus +, etc <p>De surcroît, d'autres sources de financements ont pu être mobilisées pour la Stratégie baltique :</p> <ul style="list-style-type: none"> - fonds d'amorçage de la Stratégie de la mer Baltique ; - sources nationales, régionales, privées, soutien des institutions financières internationales, etc : dons, mécénats, bourses.
<p>Communication / Identification des projets</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les Conférences des Parties prenantes de l'atlantique, organisées par le Mécanisme d'assistance. - Les événements nationaux organisés par les points focaux du Mécanisme d'assistance avec l'appui des acteurs locaux. - Elaboration d'une identité visuelle du Mécanisme d'assistance. - Elaboration de brochures d'informations, avec des messages adaptés à chacun des groupes cibles aux niveaux européen, national, régional et local. - Un site web. - Des comptes sur divers réseaux sociaux : youtube, twitter, etc. - Le « Tag mer » mis en place par la Région Bretagne. 	<ul style="list-style-type: none"> - La valorisation des « Flagship projects ». - Les Forums annuels de la Baltique. - Elaboration d'une identité visuelle : un logo. - Elaboration de brochures d'informations, avec des messages adaptés à chacun des groupes cibles aux niveaux européen, national, régional et local. - Un site web. - Des comptes sur divers réseaux sociaux : youtube, twitter, etc. - Des conférences et des workshops.

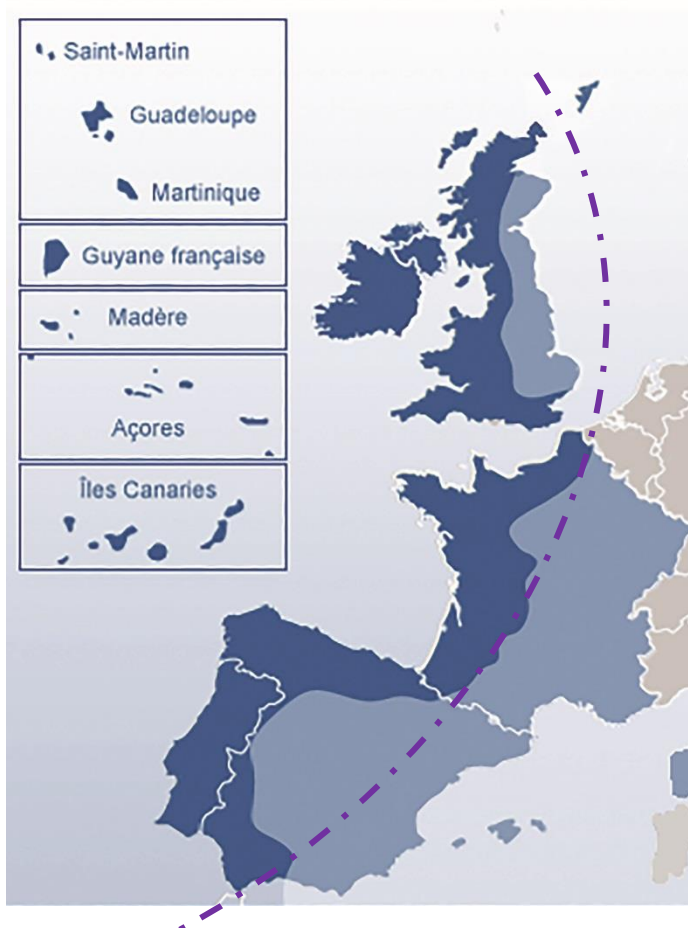
- **Pays concernés par la Stratégie de l'UE pour la mer Baltique**

→ Une organisation spatiale des pays en bassin maritime



- **Pays concernés par la Stratégie atlantique**

→ Une organisation spatiale de façade



A partir de la comparaison présentée dans le tableau ci-dessus, il est possible d'identifier les bonnes pratiques de la Stratégie de l'Union européenne pour la mer Baltique à adapter et à appliquer à la Stratégie atlantique, ainsi que les risques et les faiblesses à anticiper et à éviter :

- **Des initiatives pour une meilleure coordination entre les acteurs gestionnaires, pour établir les priorités d'action de la Stratégie et faciliter le recours au financement, afin de surmonter les contraintes de la règle des trois « non » (pas de nouvelles législations, pas de nouvelles structures, pas de nouveaux financements).** En effet, les acteurs de la Stratégie de l'Union européenne pour la mer Baltique ont pris acte, très tôt, de ces principes. De ce fait, ils se sont efforcés d'accroître l'efficacité du recours au financement, de créer des synergies efficaces entre tous les acteurs au profit d'une meilleure utilisation de la législation en vigueur et des structures en place.
- **Une forte implication des acteurs à tous les niveaux.** Afin de faciliter la création de ces synergies, la « Stratégie baltique » dispose d'une gouvernance « multiniveaux » comprenant une présidence « tournante » entre les Etats membres, des coordinateurs nationaux, garants de l'engagement politique des Etats, et des coordinateurs thématiques en charge de la coordination des actions horizontales dans leur domaine de compétence au sein de chaque Etat membre et entre les Etats membres. Ces coordinateurs sont désignés au sein des Ministères des Affaires étrangères, des bureaux des Premiers Ministres ou sont des personnes issues des autorités régionales, d'ONG ou de la société civile. Les autorités régionales et locales sont également fortement impliquées dans la promotion et la mise en œuvre de cette stratégie. Cette forme de gouvernance, tentaculaire, est un outil puissant pour créer de l'ouverture, favoriser la coopération et l'implication des acteurs à tous les niveaux, y compris de la société civile. La forte participation de la société civile est poussée par des actions transversales dédiées à cet objectif. Elle contribue également à un sentiment d'engagement conjoint et partagé de la part de l'ensemble des acteurs. Régulièrement, des réunions entre coordinateurs nationaux ou coordinateurs thématiques sont organisées afin de suivre, de manière fine, l'avancement du déploiement des actions en faveur de la Stratégie dans les territoires. La gouvernance est par ailleurs portée par un fort leadership politique.

La multitude d'acteurs, à différentes échelles, rend difficiles leur identification et la compréhension de leurs rôles. Il est donc essentiel d'avoir des organigrammes fonctionnels lisibles et actualisés.

- **Les « flagships » pour construire et valoriser les projets.** Un « flagship » ou « flagship project » (« projet phare ») est un outil de travail efficace, proposé par le Plan d'action de la Stratégie de la mer Baltique, pour favoriser le développement et la concrétisation de projets d'envergure qui abordent les défis dans les différents domaines prioritaires, et accroître leur visibilité et leur transparence. Le plus souvent, un « flagship » rassemble plusieurs projets contribuant à la mise en œuvre d'actions fortes en faveur d'un même objectif ou d'un même processus de développement.

Ses principes clés sont les suivants :

- répondre à des critères spécifiques, dont les principaux sont :
 - une contribution aux objectifs du Plan d'action,
 - un impact socio-éco-environnemental macrorégional important,
 - une coopération avec au moins trois pays,
 - une preuve de maturité : le cahier des charges du flagship doit être réalisable,
 - des financements disponibles.

Remarque : les critères sont nécessaires car ils rendent les flagships projects réalisables ;

- le point de départ est un défi commun,
- une évaluation est opérée à chaque niveau : européen, national, régional et local,
- une volonté affichée des coordinateurs politiques d'identifier les partenaires institutionnels et locaux et de coopérer avec eux,
- un travail d'ingénierie approfondi de recherche de financements pour multiplier les sources et les possibilités.

Les coordinateurs thématiques jouent un rôle essentiel dans la construction des flagships projects car ce sont eux qui vont accompagner le ou les acteurs dans le montage de leur projet (recherche de partenariats, de fonds disponibles, mise en contact, etc) puis se mettre en relation avec les Directions générales thématiques concernées de la Commission européenne.


- **La création de fonds d’amorçage pour impulser des projets.** Les porteurs de projets s’inscrivant dans la Stratégie de l’Union européenne pour la mer Baltique peuvent mobiliser les mêmes fonds que pour la Stratégie atlantique (Fonds européens structurels et d’investissement FEDER, FSE, FEAMP, FEADER, programmes thématiques européens COSME, Horizon 2020, BONUS, LIFE, Erasmus +, Creative Europe, aides, subventions, avances remboursables des collectivités territoriales, etc). Toutefois, les acteurs de la Stratégie baltique ont trouvé des solutions, grâce à une forte coordination et coopération, permettant de canaliser les financements nécessaires à leurs projets. De plus, ils ont la possibilité de bénéficier de fonds supplémentaires, ne provenant pas de l’Union européenne, tels que :
 - quatre fonds d’amorçage, plafonnés à 50 000 € chacun pour une durée comprise entre 12 et 18 mois, provenant du Conseil des Etats de la mer Baltique, du Conseil des Ministres nordique, du Programme Interreg transnational de la mer Baltique et de l’Institut suédois. Ces financements permettent l’amorçage et le développement des projets (réalisation d’études de faisabilité, développement de partenariats, etc),
 - des dons et des mécénats.

Le point de départ d’un projet doit être son ambition et ses plus-values et non ses possibilités de financement. C’est pourquoi, il importe, pour les acteurs de la Stratégie atlantique :

- de promouvoir efficacement ses ambitions,
 - de faciliter la recherche de financement : permettre une meilleure articulation et coordination entre, d’une part, les fonds structurels et d’investissement européens existants, et d’autre part, les financements nationaux et régionaux, de politiques transversales et transfrontalières.
- **Un renforcement de l’identité visuelle.** En matière de communication, la Stratégie atlantique pourrait, comme la Stratégie pour la mer Baltique, construire une identité visuelle forte (un logo) à apposer, a priori, sur tous les projets répondant aux objectifs du Plan d’action et accroître sa visibilité grâce aux réseaux sociaux tels que facebook, youtube ou twitter et aux brochures d’informations adaptées à chacun des acteurs.

Au-delà de la création d’un logo, c’est son usage qui le rend efficace ; il doit être systématiquement utilisé et valorisé avec conviction par les acteurs.

La Stratégie de l’Union européenne pour la mer Baltique, en tant que Stratégie macrorégionale, porte une ambition politique couvrant un périmètre d’actions plus large que la Stratégie atlantique, avec des objectifs concrets dans des domaines considérés comme étant prioritaires et qui dépassent le domaine purement maritime auquel se borne la Stratégie atlantique.



B. Préconisations pour une meilleure appropriation de la Stratégie atlantique : enjeux phares, objectifs et actions à mettre en œuvre

Un enjeu phare : positionner la Stratégie atlantique comme un cadre stratégique opérationnel et efficace de réflexion et d'action

A son lancement, la Stratégie atlantique a reçu un accueil enthousiaste, tant de la part des milieux institutionnels que des acteurs du secteur privé de l'économie maritime des régions atlantiques. Sa mise en œuvre, quant à elle, est un processus de longue haleine qui exige une appropriation du fonctionnement de la Stratégie de la part de tous les acteurs et un changement de regard sur cette Stratégie, et qui suppose aussi de créer des synergies entre ces différents acteurs (institutions européennes, États membres, Régions, opérateurs privés, etc). Une plus grande coopération et une meilleure coordination entre tous les acteurs permettront ainsi un déploiement plus efficace de cette Stratégie et ce, malgré les règles existantes et le seul recours aux fonds européens existants.

Un engagement politique fort est essentiel ; il va en effet permettre de mobiliser les ressources nécessaires, d'impulser la volonté de coopérer, de rechercher des solutions innovantes et de susciter la confiance des acteurs privés.

La coopération doit donc prendre une nouvelle dimension pour aboutir à des solutions communes et des actions stratégiques, pour relever les défis de la Stratégie atlantique et apporter une valeur ajoutée à l'ensemble du bassin maritime.

1. Raviver l'intérêt des acteurs de l'économie maritime pour la Stratégie atlantique

La déception des acteurs de l'économie maritime à l'égard de la Stratégie atlantique, expliquée notamment par un manque de perception de son utilité, menace sa raison d'être et son existence même.

Pour réussir la mise en œuvre de cette Stratégie, il importe d'exprimer et d'explicitier clairement ses ambitions, ses objectifs et ses enjeux pour nourrir son appropriation par tous les acteurs (relais institutionnels à différentes échelles, porteurs de projets, etc) et mobiliser tous les moyens nécessaires à son déploiement.

Il est impératif de pouvoir démontrer à ces acteurs que la Stratégie est bénéfique pour l'économie maritime atlantique et qu'il existe des ressources et un accompagnement pour sa mise en œuvre. Cela pourrait se traduire, par exemple, par l'introduction d'éléments distinctifs « Stratégie atlantique » dans la procédure de présentation des projets, par une amélioration des possibilités de financement de ces projets et par le fait de générer des opportunités de développement des projets de plus large portée à caractère atlantique et stratégique.

→ Intégrer des critères spécifiques à la Stratégie atlantique dans les phases d'analyse et de recherche de financements européens (appels à projets européens), en complément des critères déjà existants

Lors de la présentation des projets s'inscrivant dans le cadre de la Stratégie atlantique pour solliciter des fonds européens, il est nécessaire que le lien entre le projet et la Stratégie soit mis en évidence et permette de le différencier dans la procédure d'analyse.

Cela doit permettre, pour les porteurs de projets, de faire perdurer la relation entre le projet et les objectifs répondant au Plan d'action atlantique et, pour les projets « Stratégie atlantique », de bénéficier d'un mode opératoire propre.

L'inscription formelle du projet dans l'une des priorités du Plan d'action atlantique, par exemple lors de l'établissement des formulaires de participation aux fonds concernés (ce que certains porteurs de projets font déjà spontanément), pourrait être l'un des éléments distinctifs créés. L'identification des projets « Stratégie atlantique » par les autorités de gestion en serait facilitée.

→ Améliorer les possibilités de financement pour les porteurs de projets de la Stratégie atlantique

La Stratégie atlantique ne bénéficie pas d'une enveloppe budgétaire propre. Sa concrétisation dépend donc d'une utilisation plus efficiente et plus efficace des fonds de l'Union européenne et d'un alignement de ces fonds sur les priorités du Plan d'action de la Stratégie, ce qui, pour l'instant, n'a été réalisé que très partiellement.

Cet effort en faveur d'une utilisation plus efficace et coordonnée des sources de financement doit porter sur tous les fonds et programmes européens susceptibles de servir la Stratégie : les Fonds européens structurels et d'investissement, gérés par les États membres et les Régions, les Fonds de coopération territoriale, les fonds et programmes gérés directement par la Commission européenne qui sont (avec le Programme Interreg Espace Atlantique) ceux auxquels ont recours l'immense majorité des acteurs de l'économie maritime des régions atlantiques.

Ces efforts devraient se concrétiser comme suit :

- En ce qui concerne les Fonds Structurels et d'Investissement :
 - La révision de la politique de cohésion devrait davantage prendre en compte les stratégies macrorégionales et les stratégies de bassin maritime dans les programmes opérationnels. Si ces stratégies, ou plus largement si l'économie bleue, étaient choisies comme objectif thématique, cette intégration serait facilitée.
 - L'engagement politique des États membres et des Régions en faveur de la Stratégie atlantique doit s'exprimer dans l'ensemble des politiques sectorielles mises en œuvre par les instances de gouvernance aux différentes échelles territoriales et, particulièrement, par les autorités de gestion des programmes opérationnels du FEDER et du FSE et les départements sectoriels qui organisent des appels à projets inscrits dans ces programmes opérationnels. La Stratégie doit être intégrée dans les programmes opérationnels et des mesures en faveur de son financement doivent être adoptées, telles que la réservation d'une partie des financements pour les projets atlantiques, des taux de cofinancement plus élevés, des appels spécifiques, etc.
 - Concernant le Fonds européen pour les affaires maritimes et la pêche (FEAMP), à gestion décentralisée, il est nécessaire de dépasser l'inertie de la gestion traditionnelle des programmes dédiés exclusivement à la pêche et l'utiliser plus efficacement au profit de la Stratégie atlantique.

- Les actions des autorités de gestion de chaque fonds devraient être coordonnées pour faciliter le financement des projets de la Stratégie. Ceci, couplé à l'activation de l'article 70 du règlement du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013 portant sur les dispositions communes¹, qui autorise l'utilisation de fonds en dehors de la zone géographique de couverture du Programme Opérationnel concerné, permettrait de financer des projets de coopération interrégionale et transnationale et de satisfaire les demandes de projets qui s'adressent, aujourd'hui, à un programme Interreg Espace Atlantique débordé.
- Le Programme Interreg de Coopération Territoriale Espace Atlantique est aujourd'hui la principale référence en matière de financement pour les acteurs désireux de déployer des projets s'inscrivant dans la Stratégie atlantique.
 - Ce programme de coopération doit être maintenu lors de la révision de la politique de cohésion et son enveloppe budgétaire renforcée car, aujourd'hui, les fonds de ce programme ne peuvent financer qu'un faible nombre de projets et ce, indépendamment de leur lien avec la Stratégie atlantique.
 - La contribution financière de ce programme à la Stratégie atlantique peut être accrue en alignant ses axes d'action sur les priorités de la Stratégie et en accordant une préférence aux projets relevant du Plan d'action atlantique.
 - Il peut également fournir, comme les programmes de coopération transnationale des zones géographiques d'autres Stratégies, un fonds d'amorçage (« *seed funding* ») dédié à la préparation des projets ou au financement de structures d'appui à la mise en œuvre.
- Les programmes gérés directement par la Commission européenne sont, avec le Programme Interreg Espace Atlantique, les plus sollicités par les porteurs de projets de la Stratégie atlantique, sans que ces Programmes aient, pour autant, intégré particulièrement la Stratégie atlantique en appliquant, par exemple, des critères d'éligibilité ou de sélection spécifiques. Il est proposé :
 - une implication accrue de la part de la Commission européenne pour mettre en œuvre le Plan d'action atlantique, à travers la mise en œuvre des fonds qu'elle gère directement (principalement Horizon 2020, LIFE+, COSME et éléments du Fonds européen pour les affaires maritimes et la pêche), et permettre aux programmes de gestion directe de contribuer au financement des projets de la Stratégie atlantique,
 - que la DG MARE, en tant que gestionnaire d'une partie du Fonds européen pour les affaires maritimes et la pêche, prévoit une ligne de financement dédiée aux projets de la Stratégie atlantique,
 - la promotion d'un programme de R&D dans les domaines prévus par le Plan d'action atlantique, avec la participation du financement du programme H2020 en application de l'article 185 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE)².
- Enfin, il est important que les États membres recherchent activement des structures ou des organismes prêts à faire des dons, du mécénat ou toutes contributions permettant d'avoir des fonds d'amorçage (« *seed funding* ») pour les projets en lien avec la Stratégie atlantique.

¹ Règlement (UE) n° 1303/2013 du Parlement européen et du Conseil du 17 décembre 2013 portant dispositions communes relatives au Fonds européen de développement régional, au Fonds social européen, au Fonds de cohésion, au Fonds européen agricole pour le développement rural et au Fonds européen pour les affaires maritimes et la pêche, portant dispositions générales applicables au Fonds européen de développement régional, au Fonds social européen, au Fonds de cohésion et au Fonds européen pour les affaires maritimes et la pêche, et abrogeant le règlement (CE) n° 1083/2006 du Conseil.

² Article 185 du TFUE : participation à des programmes de recherche et de développement.

→ Renforcer les conditions de développement des projets de portée atlantique et stratégique

Il convient de favoriser les occasions de développer des projets stratégiques, d'envergure transnationale, pour répondre aux défis qui se posent à l'échelle atlantique. En effet, pour les acteurs de l'économie maritime, une Stratégie atlantique qui parvient seulement à développer des projets nationaux ou régionaux dans le cadre de ses programmes opérationnels (FESI), sans mobiliser la coopération, ne constitue pas un progrès par rapport à la situation antérieure au déploiement de la Stratégie.

La promotion des forums de discussion entre acteurs de l'économie maritime de la façade atlantique sur des thématiques précises est une demande récurrente des acteurs. La Plateforme des parties prenantes de l'Atlantique est, aujourd'hui, un cadre approprié pour favoriser les réflexions stratégiques sur les actions à mener et créer des partenariats entre acteurs. Il faudrait toutefois que ces rencontres entre les parties prenantes, d'envergure européenne, soient plus fréquentes que celles de la Plateforme des parties prenantes (qui a lieu une fois par an), et focalisées sur des thématiques précises (priorités du Plan d'action atlantique, ingénieries de projets spécifiques, etc).

2. Une gouvernance renforcée capable de dynamiser la mise en œuvre de la Stratégie atlantique, de créer des synergies et de générer des projets emblématiques à l'échelle atlantique

La seule instance de gouvernance créée dans le cadre de la Stratégie est l'Atlantic Strategy Group, qui encourage l'impulsion politique nécessaire et les décisions stratégiques, et coordonne la mise en œuvre du Plan d'action atlantique avec les États membres (à l'aide des points focaux). Toutefois, il n'est pas prévu d'instance pour assumer le déploiement à proprement parler de la Stratégie sur le territoire. Les porteurs de projet de l'économie maritime atlantique endossent donc toute la responsabilité de sa mise en œuvre, construisant des projets selon leurs capacités, leurs agendas et leurs idées. Il est nécessaire d'impulser un nouvel élan, européen et transnational, à la Stratégie atlantique, en mettant en place une gouvernance capable de donner plus de force au processus de mise en œuvre et d'inciter la création de projets stratégiques.

Pour cela, les propositions suivantes sont formulées :

- Renforcer la composante politique de l'organe de gouvernance (Atlantic Strategy Group), en reprenant le profil politique du Leadership Group. Pour rappel, l'Atlantic Strategy Group est issu de l'unification du Steering Group et du Leadership Group.
- Intégrer, au sein de l'Atlantic Strategy Group, des représentants des régions atlantiques, acteurs de premier ordre dans le déploiement de la Stratégie et dont l'implication dans la gouvernance est essentielle pour accroître l'opérationnalité de la Stratégie. Cette intégration doit tenir compte de la nécessité, pour l'Atlantic Strategy Group, d'avoir une dimension opérationnelle.
- Dans le schéma de gouvernance, intégrer l'aspect opérationnel de la mise en œuvre de la Stratégie, en développant la capacité d'impulsion d'actions et de projets, grâce aux mécanismes existants des stratégies macrorégionales. Au regard de la complexité des mécanismes de certaines stratégies macrorégionales, il est proposé, dans un premier temps, de créer un groupe thématique (qui pourrait correspondre à l'une des priorités du Plan d'action atlantique ou à l'un de ses sous-groupes). Celui-ci serait coordonné par l'un des États membres et composé de représentants des cinq États membres. Il constituerait un cadre de gouvernance multiniveaux pour l'identification et la définition des actions à mener.

Cette concertation sur les actions à mener permettra de développer des projets emblématiques ou flagships, c'est-à-dire des projets ou des processus d'actions à forte valeur stratégique.

L'on pourra ainsi entrer dans une nouvelle ère du déploiement de la Stratégie atlantique qui permettra, outre la mise en œuvre de projets nés spontanément des opérateurs de l'économie maritime atlantique, de faire émerger des projets d'intérêt général, qui fédèreront les acteurs au-delà de leurs problématiques de marché.

- Il est proposé que la Plateforme des parties prenantes atlantiques participe également de manière plus active à ce processus de gouvernance renforcée grâce, notamment, à la création de groupes de travail thématiques et à l'accroissement de la fréquence des rencontres. En effet, cette Plateforme permet d'encourager le dialogue et les synergies entre des acteurs du même secteur, de consolider les réseaux d'acteurs qui travaillent en conformité avec les orientations du Plan d'action atlantique, d'instaurer un cadre commun de travail et de favoriser la coopération transnationale. Une plus grande participation de cette Plateforme permettrait de renforcer ces actions mais, aussi, de proposer une analyse scientifique et économique, complémentaire à l'analyse l'institutionnelle, des besoins d'actions dans les différents domaines thématiques du Plan d'action, de renforcer l'articulation des projets et de favoriser la création de flagships, le tout, dans un processus participatif et multiniveaux. En outre, cette Plateforme constituerait un moyen d'impliquer davantage le secteur privé (et donc l'entreprise) dans la mise en œuvre de la Stratégie.
- Une amélioration de l'utilisation des travaux complémentaires d'organisations régionales existantes. La gouvernance de la Stratégie doit rechercher des synergies et des complémentarités avec les structures de coopération régionale existantes dans le territoire concerné par la Stratégie.
- Intégrer, au Plan d'action atlantique, des actions horizontales ; par exemple, créer une action dédiée à la formation des acteurs (notamment ceux du secteur privé et de la société civile), pour promouvoir leur implication dans la mise en œuvre de la Stratégie.

→ Une pérennisation et un renforcement de l'action de la structure d'appui, (aujourd'hui le Mécanisme d'assistance), en tant que facilitateur du déploiement de la Stratégie pour l'ensemble des acteurs

L'actuel Mécanisme d'assistance est indispensable comme structure d'accompagnement des acteurs de l'économie maritime des régions atlantiques, dans un contexte où les parties prenantes sont les moteurs de la mise en œuvre de la Stratégie et en l'absence de toute instance de gouvernance dédiée spécifiquement à cette mise en œuvre.

Pour être efficace et pertinent, cet accompagnement proposé par le Mécanisme d'assistance doit être adapté aux différents types d'acteurs/porteurs de projets, en fonction de leurs niveaux d'engagement et de connaissance du fonctionnement de la Stratégie et des sources de financements potentiellement mobilisables. Pour cela, il doit approfondir son travail d'identification des acteurs clés et de leur rôle dans le déploiement de la Stratégie sur le territoire.

Au-delà du fait qu'il constitue l'unique élément spécifique de la Stratégie atlantique, c'est un appui essentiel pour les acteurs sans « expérience européenne » et sans ressources.

Selon les différents témoignages, il serait intéressant que le Mécanisme d'assistance développe une information active sur la Stratégie atlantique et fasse un suivi qualitatif des projets : qu'il identifie les projets ayant abouti/n'ayant pas abouti ; qu'il valorise les bonnes pratiques à reproduire, les facteurs clés du succès ; qu'il identifie les menaces potentielles, les failles et les écueils à éviter, mais aussi les difficultés rencontrées et les solutions apportées.

Pour accroître l'efficacité des actions de ce Mécanisme d'assistance, il doit articuler davantage son travail avec :

- les organisations sectorielles et professionnelles existantes dans les régions atlantiques, pour permettre une meilleure diffusion de l'information et une prise de conscience de plus grande envergure,
- les ressources locales « de conseils » en matière de financements européens et d'accompagnement dans la présentation et la soumission des dossiers,
- les réseaux existants, pour renforcer l'interaction entre les acteurs.

L'évolution des missions des structures de gouvernance vers une plus grande implication dans la mise en œuvre opérationnelle de la Stratégie atlantique nécessite une structure d'appui ; le Mécanisme d'assistance actuel devrait renforcer ses actions et réorienter quelque peu ses fonctions.

3. Une visibilité forte de la Stratégie atlantique au service de sa mise en œuvre

Développer un marketing « Stratégie atlantique » et donner de la visibilité à une Stratégie mal connue, voire méconnue, de certains de ses destinataires, et dont les projets restent dispersés et « invisibles » dans l'ensemble des fonds de financement européen, sont des défis prioritaires.

➔ Une communication ciblée et efficace sur les enjeux de la Stratégie atlantique à destination des acteurs

- Une mobilisation active des porteurs de projets ou des partenaires potentiels de la Stratégie atlantique exige que soient identifiés, précisément, les différents acteurs cibles de cette Stratégie, dans leurs diversités de profils et d'attentes, afin d'élaborer des plans de communication adaptés à chaque public. De plus, il importe de poursuivre et d'optimiser l'utilisation de différents canaux : site internet, facebook, twitter, etc.
- Parallèlement à la communication dirigée vers les acteurs « cibles » de l'économie maritime, il est important de communiquer à un niveau plus général sur la Stratégie atlantique ; sensibiliser la population aux enjeux et potentialités de l'espace atlantique, aux intérêts de l'économie maritime et à la valeur ajoutée de la Stratégie.
- Indépendamment de l'existence actuelle d'une structure d'appui chargée de la communication de la Stratégie, la DG MARE, les Etats membres et les Régions peuvent réaliser leurs propres actions de communication et ce, si possible, de manière coordonnée. Par exemple, l'organisation de journées d'informations en régions ou à Bruxelles et de conférences ou de workshops à l'occasion d'événements en lien avec la maritimité, les stratégies macrorégionales ou de bassin maritime, peuvent grandement contribuer à la diffusion de l'information et à la compréhension de ce que recouvre la Stratégie atlantique.
- Le site internet d'informations sur la Stratégie et les opportunités de financement proposés par la structure d'appui (le Mécanisme d'assistance) présentent des marges de progrès pour être reconnus comme étant un outil de première ligne. Il serait important de pouvoir proposer une veille informationnelle qualitative et stratégique sur la Stratégie atlantique et son application sur le terrain. Un lien d'accès sur le site de la DG MARE rendrait, par exemple, le site d'information sur la Stratégie atlantique plus visible et plus accessible ; il serait davantage visité.

→ Permettre la visibilité et le suivi des projets de la Stratégie, grâce à l'instauration de dispositifs d'identification

Il est nécessaire d'établir un dispositif d'identification des projets en lien avec la Stratégie atlantique et financés par les programmes européens. Il faudrait ensuite pouvoir suivre ces projets tout au long de leur conduite afin d'identifier, de manière fine, les actions générées par la Stratégie, et d'évaluer la façon dont elles permettent de répondre aux objectifs de la Stratégie.

Cela nécessite :

- L'identification des projets inspirés par la Stratégie, susceptibles d'être financés par les Fonds européens structurels et d'investissement, les Programmes de coopération territoriale ou les Fonds gérés directement par la Commission, de sorte que les projets « Stratégie atlantique » soient « rattachés » à cette Stratégie.
- L'établissement de critères communs pour identifier les projets de manière équitable, indépendamment du fait que le projet sollicite un Fonds européen structurel et d'investissement, un programme de coopération territoriale ou un Fonds géré par la Commission.
- L'instauration, à court terme, d'un « Tag » (une étiquette « Stratégie atlantique ») d'identification des projets à adosser, a priori, par les autorités de gestion, aux projets et aux initiatives qui répondent aux objectifs du Plan d'action atlantique, pour les lier à la Stratégie.
- L'évolution de ce « Tag » vers un « label », à moyen terme, et au fur et à mesure que progressera la mise en œuvre d'une gouvernance horizontale. Ce « label » ne caractérisera pas simplement le projet, il supposera une reconnaissance de la part de la structure de gouvernance et fera l'objet d'initiatives pour faciliter le financement du projet labellisé.
- L'identification du projet à la Stratégie dès son démarrage, pour éviter le risque d'identification a posteriori qui considère comme des projets de « Stratégie atlantique » tous les projets dès lors qu'ils sont maritimes et atlantiques, même s'ils sont apparus en marge de celle-ci.
- La fixation d'objectifs et l'élaboration d'indicateurs pour mesurer l'avancement de la mise en œuvre de la Stratégie et la réalisation des objectifs du Plan d'action.

→ La promotion de la Stratégie atlantique, à travers les projets développés, les résultats apportés et la valeur ajoutée qui en découle

- L'identification des projets de la Stratégie atlantique permet de développer un marketing « Stratégie atlantique », tant à court terme avec le Tag « Stratégie atlantique » qui donne une visibilité à ces projets, qu'à moyen et long termes, avec la possibilité de recourir à la labellisation « Stratégie atlantique ». Cette dernière accroît la visibilité des projets, leur reconnaît des mérites particuliers dans le cadre du déploiement de la Stratégie et identifie les flagships ou projets emblématiques de plus grande valeur stratégique pour l'ensemble de la façade atlantique.
- Proposer et diffuser des exemples de cas concrets permettent une communication plus puissante, qui démontre les plus-values de la Stratégie et l'intérêt pour les différents types d'acteurs de promouvoir cette Stratégie et de s'y inscrire.
- Développer, au sein de groupes thématiques, des projets prospectifs d'intérêt général pour les acteurs et/ou les filières clés.

Les considérations et propositions de ce rapport du RTA ont pour but l'amélioration des points faibles détectés dans le fonctionnement, l'opérationnalité et l'efficacité de la Stratégie atlantique, à la lumière des témoignages des acteurs de l'économie maritime atlantique qui ont pu s'exprimer lors des consultations menées.

Cependant, le RTA rappelle que cette Stratégie atlantique est la seule stratégie, dans l'Union européenne, qui soit uniquement maritime. Il estime par conséquent qu'elle doit constituer la préfiguration d'un cadre de coopération intégré plus étendu et plus puissant, et non son point final.

En effet, les défis et les potentialités de l'Espace Atlantique vont au-delà de la seule croissance bleue. Une stratégie de dimension macrorégionale permettra d'aborder de plus amples problématiques, dans une conception complète du développement régional et de la cohésion territoriale, comprenant tant les enjeux spécifiques de la façade maritime que ceux des territoires qui y sont connectés. Elle semble constituer un cadre plus approprié pour donner aux régions de l'Espace Atlantique les mêmes chances que d'autres régions en Europe pour affronter les défis qu'elles partagent³. Une telle stratégie permettra également une plus grande adhésion des acteurs institutionnels comme des acteurs socio-économiques, qui pourront alors s'y impliquer avec une meilleure coordination, clé de son succès.

Sans pouvoir à ce stade connaître l'issue des négociations entre l'Union européenne et le Royaume-Uni, il est évident que le Brexit aura des conséquences pour l'Espace Atlantique et ses régions. Ces dernières doivent se mettre en situation de suivre de très près les négociations relatives aux futures relations entre le Royaume-Uni et l'Union européenne, afin d'anticiper et de réagir. Il est en effet absolument essentiel de maintenir et développer les coopérations dans cet Espace Atlantique, entre les régions.

³ Sa situation économique a connu, à cause de la crise, une dégradation générale, avec une diminution du PIB de l'ensemble de l'Espace Atlantique : ses régions ont, pour la plupart, un PIB par habitant en-dessous de la moyenne de l'Union européenne, quelques-unes ont même un PIB en dessous de 75%. L'indice de compétitivité régionale est plus faible dans l'Espace atlantique qu'en Europe Occidentale.