





Démarches d'innovations territoriales



***Marque territoriale
d'itinérance "Circuits"
avec stratégie de
développement
numérique***



Concept clé

Développement de l'itinérance /
Offre circuit :

- Douce (Vélos électriques/rando)
- Rivière (Sport nautique)
- Saint Jacques
- Patrimoine Bati
- Patrimoine gastronomique
- Sport nature

Avec Numérisation de l'offre

Clients ou système client

- Cibles privilégiées : Ados/Adultes
+ Touristes internationaux
- Hors saison : Cibler une clientèle
plus "régionale"

Impacts attendus

- Maximiser le potentiel touristique du territoire
- Professionaliser les acteurs (numérique, langues étrangères)
- Créer une synergie entre les acteurs du tourisme

Evolutions ou adaptations potentielles

- Intégrer de nouveaux modes de mobilité douce (Véhicules électriques, chevaux)
- Développer l'offre et les services en langue étrangère (Anglais, Espagnol)
- Mettre en place une politique événementielle

Facteurs clés de succès

- Etre labellisé Grand Site d'Occitanie
- Applis mobiles / Sites web de réservation
- Réseaux "d'Ambassadeurs"
- Offre packagée (Guide + hébergement)

Ressources

- Nouvel office de tourisme intercommunal
- Pool Tourisme (CCI / CDT et Département)
 - PETR
- Fonds innovations (Caisse des dépôts, Région)

Concept clé

Développement de l'itinérance /
Offre circuit :

- Douce (Vélos électriques/rando)
 - Rivière (Sport nautique)
 - Saint Jacques
 - Patrimoine Bati
 - Patrimoine gastronomique
 - Sport nature

Avec Numérisation de l'offre

Clients ou système client

- Cibles privilégiées : Ados/Adultes
+ *Touristes internationaux*
- *Hors saison : Cibler une clientèle plus "régionale"*

Facteurs clés de succès

- *Etre labellisé Grand Site d'Occitanie*
- *Applis mobiles / Sites web de réservation*
- *Réseaux "d'Ambassadeurs"*
- *Offre packagée (Guide + hébergement)*

Evolutions ou adaptations potentielles

- *Intégrer de nouveaux modes de mobilité douce (Véhicules électriques, chevaux)*
- *Développer l'offre et les services en langue étrangère (Anglais, Espagnol)*
- Mettre en place une politique événementielle

Ressources

- *Nouvel office de tourisme
intercommunal*
- *Pool Tourisme (CCI / CDT et
Département)*
 - *PETR*
- *Fonds innovations (Caisse des
dépôts, Région)*

Impacts attendus

- *Maximiser le potentiel touristique du territoire*
- *Professionaliser les acteurs (numérique, langues étrangères)*
- *Créer une synergie entre les acteurs du tourisme*



Plateforme de services aux entreprises

Concept Clé

Développement d'une plate-forme
de services pour les entreprises :

- Diagnostics besoins des entreprises
- Soirées des managers
- (Problématiques RH des entreprises)
- Réflexions prospectives
- Formations intra et inter entreprises
- Outils communs (Comité interentreprises, conciergerie, ressource, tiers lieu)

Clients ou Système client

- Les entreprises du territoire (et les salariés indirectement)

Impacts attendus

- Améliorer l'attractivité des entreprises du territoire (conditions de travail, image véhiculée)
- Moderniser les pratiques managériales
- Réduire les distorsions entre les offres proposées et le public en recherche d'emploi

Evolution ou adaptation potentielle

- Evolution en fonction des besoins exprimés par les entreprises
- Expérimenter de nouveaux modes de management (en impliquant les salariés)

Ressources

- ADEFPAT (Ingénierie sur le volet emploi/compétence)
- Région (Nouvelles politiques de l'emploi et des compétences)
- Démarches ou clubs existants : Club FACE / BNI / Associations de commerçants / Pôle d'inclusion sociale / Figeacteurs

Facteurs clés de succès

- Partir du besoin des entreprises (Les impliquées)
- Définir un positionnement optimal pour chaque acteur intervenant auprès des entreprises / Dépasser la logique de concurrence en segmentant l'offre d'accompagnement
- Rôle clé d'un animateur (facilitateur) pour fédérer et impulser les démarches collaboratives

Concept Clé

*Développement d'une plate-forme
de services pour les entreprises :*

- *Diagnostics besoins des entreprises*
 - *Soirées des managers*
- (*Problématiques RH des entreprises*)
 - *Réflexions prospectives*
 - *Formations intra et inter entreprises*
 - *Outils communs (Comité interentreprises, consiergerie, ressourcerie, tiers lieu)*

Clients ou Sytème client

*- Les entreprises du territoire
(et les salariés indirectement)*

Facteurs clés de succès

- *Partir du besoin des entreprises (Les impliquées)*
- *Définir un positionnement optimal pour chaque acteur intervenant auprès des entreprises / Dépasser la logique de concurrence en segmentant l'offre d'accompagnement*
- *Rôle clé d'un animateur (facilitateur) pour fédérer et impulser les démarches collaboratives*

Evolution ou adaptation potentielle

- Evolution en fonction des besoins exprimés par les entreprises
- Expérimenter de nouveaux modes de management (en impliquant les salariés)

-

Ressources

- ADEFPAT (*Ingénierie sur le volet emploi/compétence*)
- Région (*Nouvelles politiques de l'emploi et des compétences*)
- Démarches ou clubs existants :
Club FACE / BNI / Associations de commerçants / Pôle d'inclusion sociale / Figeacteurs

Impacts attendus

- *Améliorer l'attractivité des entreprises du territoire (conditions de travail, image véhiculée)*
- *Moderniser les pratiques managériales*
- *Réduire les distorsions entre les offres proposées et le public en recherche d'emploi*



Structuration d'un pôle d'excellence territoriale Agroalimentaire

Trois démarches



*Campus des métiers
Agroalimentaire*



*Plateforme
valorisation des
produits locaux*



*Valorisation de la
matière organique/
économie circulaire*

Concept Clé

Structuration d'un campus des métiers et des qualifications sur l'agroalimentaire :

- **Formation** (initiale et continue)
- **R&D et innovation** (Partenariats laboratoires/entreprises et développements de nouveaux produits services)
- **Insertion**

Clients / Cibles

- Entreprises
- Laboratoires
- Salariés
- Etudiants

Impacts attendus

- Montée en compétences et employabilité des actifs
- Innovations organisationnelles, produits, services
- L'attractivité du territoire (étudiants, actifs, entreprises) autour d'un domaine d'activité moteur

Evolutions ou adaptations potentielles

Partenariat entre abbatoir de villefranche de Rouergue et lycée Beauregard

Ressources

- Appel à projet national / Rectorat
- Région
- Lycée Beauregard (accord pour se positionner comme chef de file)
- Abbatoir de Villefranche de Rouergue (acteur public)

Facteurs clés de succès

- Implication des entreprises du territoire
- Entente et synergie entre établissements de formation et de recherche
- Echelle de positionnement cohérente : "Domaine d'activité stratégique/territoire/partenariats"
- Complémentarité par rapport à d'autres initiatives de l'amateur urbaine locale

Concept Clé

Structuration d'un campus des
métiers et des qualifications sur
l'agroalimentaire :

- **Formation** (*initiale et continue*)
- **R&D et innovation** (*Partenariats
laboratoires/entreprises et développements de
nouveaux produits services*)
- **Insertion**

Clients / Cibles

- Entreprises
- Laboratoires
- Salariés
- Etudiants

Facteurs clés de succès

- Implication des entreprises du territoire
 - Entente et synergie entre établissements de formation et de recherche
 - Echelle de positionnement cohérente : "Domaine d'activité stratégique/territoire/partenariats"
- Complémentarité par rapport à d'autres initiatives de l'amature urbaine locale

Evolutions ou adaptations potentielles

Partenariat entre abbatoir de villefranche
de Rouergue et lycée Beauregard

Ressources

- Appel à projet national / Rectorat
 - Région
 - Lycée Beauregard
(accord pour se positionner
comme chef de file)
- Abbatoir de Villefranche de
Rouergue (acteur public)

Impacts attendus

- Montée en compétences et employabilité des actifs
- Innovations organisationnelles, produits, services
- L'attractivité du territoire (étudiants, actifs, entreprises) autour d'un domaine d'activité moteur

Concept clé

Plateforme de valorisation des produits locaux :

- Produits locaux agroalimentaire
- Produits touristiques (*Visite des structures agricoles*)
- Numérisation de l'offre (*réservations en ligne*) + Logistique

Clients/Système client

- Consommateurs urbain de proximité (Toulouse/Montauban/Montpellier)
- Touristes

Impacts attendus

- Revitaliser les petites exploitations agricoles
- Développer une économie de proximité
- Créer du lien entre les acteurs de la filière (coopérative)
- Valoriser le territoire des produits locaux

Evolutions ou adaptations

- Etre en resilience continue par rapport aux nouveaux modes de consommation
- Organiser des week-end thématiques pour accueillir les touristes sur les structures agricoles

Ressources

- Filières organisées (Veau d'Aveyron, réseaux de producteurs)

Facteurs clés de succès

- Créer une coopérative entre producteurs
- Mettre l'accent sur la qualité du produit et sa traçabilité
- Construire un "réseau client"
- Fidéliser la clientèle (échanges, visites guidées des installations agricoles..)

Concept clé

Plateforme de valorisation des
produits locaux :

- Produits locaux agroalimentaire
- Produits touristiques (*Visite des strcutures agricoles*)
- Numérisation de l'offre (*réservations en ligne*) + *Logistique*

Clients/Système client

- Consommateurs urbain de proximité (Toulouse/Montauban/Montpellier)
- Touristes

Facteurs clés de succès

- Créer une coopérative entre producteurs
- Mettre l'accent sur la qualité du produit et sa traçabilité
- Construire un "réseau client"
- Fidéliser la clientèle (échanges, visites guidées des installations agricoles..)

Evolutions ou adaptations

- Etre en resilience continue par rapport aux nouveaux modes de consommation
 - Organiser des week-end thématiques pour accueillir les touristes sur les structures agricoles

Ressources

- Filières organisées (Veau d'Aveyron, réseaux de producteurs)

-

Impacts attendus

- Revitaliser les petites exploitations agricoles
- Développer une économie de proximité
- Créer du lien entre les acteurs de la filière (coopérative)
- Valoriser le territoire des produits locaux

Concept clé

Démarche de valorisation de la matière organique (Lien avec l'économie circulaire)

- Valorisation énergétique (Méthanisation)
- Valorisation non énergétique (Textile, cosmétique)
- Développement d'autres énergies renouvelables

Client/Système client

- Entreprises de l'agroalimentaire (Abattoir)
- Agriculteurs
- Citoyens

Impacts attendus

- Aller vers une meilleure autonomie énergétique du territoire
- Trouver de nouvelles voies de valorisation de la matière organique

Evolutions ou adaptations potentielles

- Création de services nouveaux le long de la chaîne de valeur

Facteurs clés de succès

- Trouver le bon modèle économique

Ressources

- Projet méthaniseur à Montbazens
- Abattoir de Villefranche de Rouergue et autres industriels agro
- Acteurs autour du projet VALOS (dormant)
- Chambre d'Agriculture (Bois, énergie)
- Coopératives

Concept clé

Démarche de valorisation de la
matière organique (Lien avec
l'économie circulaire)

- *Valorisation énergétique (Méthanisation)*
- *Valorisation non énergétique (Textile,
cosmétique)*
- *Développement d'autres énergies
renouvelables*

Client/Système client

- Entreprises de l'agroalimentaire
(Abattoir)
- Agriculteurs
- Citoyens

Facteurs clés de succès

- Trouver le bon modèle économique

Evolutions ou adaptations potentielles

- Création de services nouveaux le long de la chaine de valeur

Ressources

- Projet méthaniseur à Montbazens
- Abattoir de Villefranche de Rouergue et autres industriels agro
- Acteurs autour du projet VALOS (dormant)
- Chambre d'Agriculture (Bois, énergie)
- Coopératives

Impacts attendus

- Aller vers une meilleure autonomie énergétique du territoire
- Trouver de nouvelles voies de valorisation de la matière organique