

GRAND PROJET STATION T

Produits du terroir & vins

Promotion, prescription et commercialisation auprès des clientèles touristiques

Cas d'usage interfilières : tourisme • commerce • CHR • agriculture • viticulture



1. OBJECTIF DU CHALLENGE

Faire émerger une solution innovante pour promouvoir, prescrire et commercialiser les produits du terroir et les vins du territoire auprès de la clientèle touristique, notamment sur le Cap d'Agde.



2. PUBLICS VISÉS

Clientèles touristiques, plaisanciers, itinérants, fluvestres, CHR, commerces locaux, hébergeurs, plages privées, sites de loisirs, caves, domaines, producteurs et artisans.



3. PÉRIMÈTRE PRIORITAIRE

Station balnéaire du Cap d'Agde, avec extension possible vers l'ensemble des communes de l'Agglomération et les centralités commerciales du territoire.

4. EXEMPLES D'INNOVATIONS À EXPLORER



Plateforme locale de vente



Coffrets terroir & vins



Outil de prescription CHR



Parcours gourmand & viticole



Logistique mutualisée



Données & pilotage

5. CAS D'USAGE PILOTE PROPOSÉ

Tester, sur la saison estivale, un dispositif de promotion et de commercialisation des produits du terroir et vins locaux auprès des clientèles touristiques du Cap d'Agde, en mobilisant un panel de distributeurs et prescripteurs : CHR, commerces, hébergeurs, lieux touristiques et partenaires institutionnels.



Périmètre : Cap d'Agde, avec extension possible vers l'ensemble des communes de l'Agglomération



Durée indicative : 3 à 4 mois



Sortie attendue : bilan d'usage, modèle économique, conditions de déploiement et décision Go / No Go

6. CRITÈRES DE SÉLECTION



Pertinence territoriale



Simplicité d'usage



Potentiel commercial



Faisabilité opérationnelle



Modèle économique



Conformité



7. PARTENAIRES À MOBILISER

- Office de Tourisme Intercommunal
- Hérault Tourisme
- CCI Hérault / CMA Hérault
- Caves, domaines, producteurs
- CHR, commerces, hébergeurs, plages privées
- Blue Invest et communes



Ensemble, valorisons notre terroir et nos vins auprès des visiteurs du Cap d'Agde !

GRAND PROJET STATION T

Clubs & associations sportives

Organisation, coûts et diversification des revenus

Cas d'usage interfilières : sport • vie associative • entreprises • commerce • ville de demain



1. OBJECTIF DU CHALLENGE

Faire émerger une solution innovante pour aider les clubs sportifs du territoire à optimiser leur organisation, maîtriser leurs charges et développer de nouvelles ressources.



2. PUBLICS VISÉS

- Clubs sportifs
- Associations
- Dirigeants bénévoles
- Offices des sports
- Communes
- Entreprises & commerces



3. PÉRIMÈTRE PRIORITAIRE

Clubs volontaires de l'Agglomération, avec panel représentatif de disciplines et tailles de structures.

4. EXEMPLES D'INNOVATIONS À EXPLORER



Outils simples de gestion



Suivi adhérents & bénévoles



Tableaux de bord budgétaires



Sponsoring & mécénat



Services mutualisés



Billetterie / événements / boutique



Communication clubs-partenaires



Offres sport-santé / stages

5. CAS D'USAGE PILOTE PROPOSÉ

Tester, avec un panel de clubs volontaires de l'Agglomération, une solution légère de gestion et de développement permettant de structurer l'organisation, suivre les adhérents et bénévoles, piloter le budget et les partenariats, et expérimenter de nouveaux leviers de revenus.



Périmètre : clubs volontaires de l'Agglomération, disciplines et tailles variées



Durée indicative : 3 à 6 mois



Sortie attendue : bilan d'usage, gains d'organisation, impact économique, conditions de déploiement et décision Go / No Go

6. CRITÈRES DE SÉLECTION

- ✓ Pertinence territoriale
- ✓ Simplicité d'usage
- ✓ Faisabilité opérationnelle
- ✓ Impact organisationnel
- ✓ Potentiel économique
- ✓ Capacité de mutualisation
- ✓ Conformité

7. PARTENAIRES À MOBILISER

- Clubs sportifs
- Offices des sports
- Communes
- CAHM / Station T
- Entreprises & sponsors
- Associations partenaires
- Ligues / comités / fédérations



Accès aux services du territoire

Mobilité douce, vélo et intermodalité

Cas d'usage interfilières : ville de demain • tourisme • commerce • sport / loisirs • mobilité



OBJECTIF DU CHALLENGE



Faire émerger une solution innovante permettant de faciliter l'accès aux services, activités, commerces, loisirs et équipements sans dépendance excessive à la voiture individuelle, notamment par la mobilité douce et le vélo.

PUBLICS VISÉS



Habitants, touristes, saisonniers, jeunes, familles, seniors, salariés, publics non motorisés, commerces, hébergeurs, sites de loisirs et gestionnaires d'équipements.

PÉRIMÈTRE PRIORITAIRE



Cap d'Agde, communes, centralités commerciales, plages, ports, équipements sportifs, pôles touristiques, zones d'emploi et sites de loisirs du territoire.

EXEMPLES D'INNOVATIONS À EXPLORER



Orientation vers les mobilités alternatives



Services vélo pour habitants, touristes et saisonniers



Accès aux commerces et centralités sans voiture



Accès aux plages, ports et loisirs en mobilité douce



Mobilité des saisonniers et salariés



Parcours touristiques bas carbone



Mobilités sur l'eau fleuve Hérault, canal du Midi, mer Méditerranée



Données et pilotage des mobilités de proximité

CAS D'USAGE PILOTE PROPOSÉ

Tester, sur un périmètre ciblé du territoire, une solution permettant de faciliter l'accès aux commerces, services, loisirs, plages, ports et équipements sans dépendance excessive à la voiture individuelle, en s'appuyant prioritairement sur la mobilité douce, le vélo, l'intermodalité et les mobilités sur l'eau (fleuve Hérault, canal du Midi, mer Méditerranée).



Périmètre : Cap d'Agde, centralités commerciales, plages, ports, équipements sportifs, pôles touristiques ou zones d'emploi.



Durée indicative : 3 à 6 mois, avec possibilité de test en période estivale



Sortie attendue : bilan d'usage, impact, modèle économique, conditions de déploiement et décision Go / No Go.

CRITÈRES DE SÉLECTION



Pertinence territoriale



Simplicité d'usage



Faisabilité opérationnelle



Impact mobilité



Valeur économique locale



Inclusivité



Modèle économique



Conformité



PARTENAIRES À MOBILISER

- Communes
- Office de Tourisme Intercommunal
- Hérault Tourisme
- CCI Hérault
- CMA Hérault
- Hébergeurs, campings, résidences
- Commerces et associations de commerçants
- Employeurs touristiques
- Acteurs vélo et mobilité
- Gestionnaires d'équipements, ports et sites de loisirs
- Blue Invest



Cœur de ville commerçant augmenté

Un dispositif innovant pour dynamiser les centre-villes
des 20 communes de l'Agglomération

Fréquentation • Consommation locale • Visibilité • Fidélisation • Performance commerciale
Cas d'usage interfilières : commerce • artisanat • ville de demain • événementiel • culture • tourisme



1. OBJECTIF DU CHALLENGE

Faire émerger une solution innovante d'action commerciale pour les fêtes de Noël 2026, capable de dynamiser la fréquentation, les achats et la visibilité des commerces de centre-ville dans les 20 communes de l'Agglomération.

Créer de l'animation, générer du trafic, fidéliser et mesurer les résultats.



2. PUBLICS VISÉS

Habitants, consommateurs locaux, visiteurs et touristes, commerçants, artisans, associations de commerçants, collectivités, offices de tourisme, familles, jeunes, entreprises, partenaires culturels et structures d'animation.



3. PÉRIMÈTRE PRIORITAIRE

20 communes de l'Agglomération Hérault Méditerranée avec un focus sur les cœurs de ville et centralités commerciales pendant la période de Noël 2026 (fin novembre à fin décembre).

4. EXEMPLES D'INNOVATIONS À EXPLORER



Plateforme locale (Noël/offres, événements, bons plans)



Programme de fidélité inter-commerces



Parcours découverte & chasse au trésor digitale



Bons d'achat digitaux / geo localisés



Réseau d'animations coordonné



Campagnes drive-to-store ciblées



Tableau de bord de pilotage en temps réel



Expériences immersives (AR / QR code)



Implication citoyenne et participative

5. CAS D'USAGE PILOTE PROPOSÉ

Tester, sur un ou plusieurs cœurs de ville, un dispositif intégré d'action commerciale de Noël combinant : offres, animations, fidélité, communication locale et pilotage des flux.



Périètre : 1 à 5 communes pilotes puis déploiement sur les 20 communes



Durée indicative : de fin novembre 2026 à début janvier 2027



Sortie attendue : bilan d'usage, impact commercial, répliquabilité et conditions de déploiement à l'échelle de l'Agglomération

6. CRITÈRES DE SÉLECTION



Pertinence territoriale



Simplicité d'usage



Impact commercial



Faisabilité opérationnelle



Mesure des résultats



Mobilisation collective



Modèle économique



Conformité RGPD / sécurité



7. PARTENAIRES À MOBILISER

- CAHM / Station T
- Gigamed
- Offices de commerce & unions
- CCI Hérault
- CMA Hérault
- Offices de Tourisme Intercommunal
- Communes et services
- Associations de commerçants
- Propriétaires de locaux
- Partenaires culturels et événementiels



Ensemble, dynamisons nos centre-villes à Noël 2026 !



Plateforme RH territoriale pour les travailleurs saisonniers

Recrutement • Formation • Intégration • Mobilité • Logement • Services

Cas d'usage interfilières : tourisme • commerce • nautisme • sport / loisirs • agriculture • ville de demain



1

OBJECTIF DU CHALLENGE



Faire émerger une solution innovante pour faciliter le recrutement, la formation, l'intégration et la fidélisation des travailleurs saisonniers sur le territoire.



PUBLICS VISÉS

Employeurs touristiques, CHR / campings, commerces, nautisme & loisirs, agriculture / viticulture, jeunes & demandeurs d'emploi, travailleurs saisonniers, partenaires emploi-formation.



PÉRIMÈTRE PRIORITAIRE

Agglomération Hérault Méditerranée, zones touristiques, centralités commerciales, ports, campings, sites de loisirs et zones d'emploi.

4. EXEMPLES D'INNOVATIONS À EXPLORER



Plateforme
RH territoriale



Vivier de
candidats



Modules courts
de formation



Bourse
logement



Pass
mobilité



Pass
saisonnier



Avantages
commerces &
services



Tableau de bord
territorial

5

CAS D'USAGE PILOTE PROPOSÉ

Tester, sur la saison ou en pré-saison, une solution intégrée permettant de mieux recruter, former, intégrer et fidéliser les travailleurs saisonniers, en articulant emploi, logement, mobilité et services au quotidien.



Périmètre : l'Agglomération Hérault Méditerranée, principaux pôles d'emploi saisonnier



Durée indicative : 3 à 6 mois



Sortie attendue : bilan d'usage, impact RH, conditions de déploiement, modèle économique et décisions Go / No Go

6

CRITÈRES DE SÉLECTION

- ✓ Pertinence territoriale
- ✓ Simplicité d'usage
- ✓ Faisabilité opérationnelle
- ✓ Impact RH
- ✓ Capacité de mobilisation
- ✓ Modèle économique
- ✓ Conformité

7

PARTENAIRES À MOBILISER



- Employeurs touristiques
- Hébergeurs / campings
- Commerces
- OTI / Hérault Tourisme
- France Travail / Mission Locale
- Partenaires emploi-formation
- Campus des métiers / organismes de formation
- Communes
- CAHM / Station T

