

Atelier 2 « De la vision...à l'expérience touristique »

23 juin 2022

Compte-rendu

Présentation par le Groupement SR CONSEIL du cadre de la mission Atout France
Présentation de l'ordre du jour de l'atelier

AXE 1 : HAUT LIEU INTERNATIONAL DE LA SPIRITUALITE

Brisons la glace

Post-it – qualification des 4 concepts : Le jour de plus, Inclusion, Exemplarité, Internationalité de la destination.

	Faiblesses	Opportunités	Expressions
Un jour de plus	Stationnement	Développement / variété de l'offre/ attractivité / Lourdes et ses alentours	Curiosité / Envie / cultiver l'inattendu
Internationalité	Maitrise linguistique	Ouverture / s'adapter / valorisation de l'image	Diversité Freins sur les langues = accessibilité
Inclusion	Accessibilité Compromission : des choses à bouger avant l'inclusion / ce n'est pas une promesse naturelle ? si mais il y a des freins, ce n'est pas encore une évidence.	Intégration / harmonie / vivre ensemble Reste Aménagements	Promesse/peut nourrir le jour de plus Promesse qui doit être tenue (souhaitée) Le visiteur perçoit le pèlerin mais peut-il comprendre ?
Exemplarité	Exigence de tous Hospitalité Frein : le sanctuaire	Fierté / expériences inoubliables / modèle/ ambassadeur	Qualité de l'accueil rigueur : il faut être qualitatif Modèle ambassadeur Il faut fédérer autour

Parole d'experts

Thierry Gintrand – DG Destination Angers

« Positionnement + Investir dans la cohérence + créer des produits dans la cohérence »

Destination Angers : Un positionnement renouvelé pour valoriser le lien avec la nature / une stratégie de déploiement événementiel en lien/ des opérations créatrices d'image et accélératrice d'activités touristiques (Nature is Bike)

Christine Hoareau Beauval – spécialiste de l'urbanisme

« Faire dire au présent ce qui vient du passé et de l'histoire : créer un récit dans la durée »

Patrimoine augmenté et expériences patrimoniales amplifiées : Ecrire le récit commun pour une transmission partagée, poser le sens à donner au patrimoine et faire écho aux attendus du présent. Aménager et mixer les publics !

A retrouver sur <https://www.lourdes-ambition2030.com/>

ATELIER 1 – Dessiner les offres (3 groupes pluridisciplinaire)

Faciliter la médiation et la valorisation du patrimoine historique par des parcours amplifiés et des expériences augmentées.

Description OFFRE	Que mettre en place pour créer l'offre	Que mettre en place pour la promotion
Offre 1 : Enrichir le chemin de Bernadette Intégrer les produits remarquables Un parcours qui intègre l'histoire de Lourdes et des points remarquables naturels ou historiques	PAL : renovation du chemin en cours (signalétique, ebus, qualitative) Application numérique dédiée : chemin de progrès	Événementiel sur la déambulation Jeux découverte du parcours pour les familles et jeunes publics
Offre 2 : Histoire médiévale de la ville Musée Pyrénéen	Événementiel : accueil costume, animations "au temps de" Création originale d'un spectacle insitu Site privilégié : le château fort	Parrainage de personnalités A intégrer dans les estivales
Offre 2bis : Circuit les patrimoines Parcours pédagogiques et ludique accessible	Intégrer des récits (carrefour des religions) (voir Malte experience) En lien avec toutes les parties prenantes	

Faire vivre le patrimoine naturel et réenchanter le capital immatériel des Pyrénées

Description OFFRE	Que mettre en place pour créer l'offre	Que mettre en place pour la promotion
Offre 1 : Événement EAU VIVE Course de défi 2/5 jours Pratique activités eau vive Sensibilisation au milieu Défi Pêche : « Truite Athlon »	Prestataires sur plusieurs sites Associations - APPA Parc national PLVG Ligradou	S'appuyer sur les partenaires Gastronomie / table
Offre 2 : Lourdes au pied des pistes – carrefour du ski En lien avec Noël dans le sanctuaire : Noël des religions Camp de base du Père Noël	Desserte des stations Offre hiver à Lourdes Commercialisation de la pratique (loueurs, hébergeurs, transports, forfait) Qualifier l'offre hiver à Lourdes : restauration, marché, décoration...	

Donner à vivre une ville multiculturelle, ville de paix, carrefour des religions

Description OFFRE	Que mettre en place pour créer l'offre	Que mettre en place pour la promotion
Offre 1 : Récit circuit / mieux comprendre Lourdes	Parcours interactif ludique, pédagogique et accessible (visite guidée, film d'animation, activités...) Partenariat actif entre les parties prenantes	Packages SocioPro : eductour Habitants : renforcer le sentiment communauté Visiteurs : avec la communication via les prescripteurs et hébergeurs

ATELIER 1 – Synthèse quel projet pour quelle (s) cible(s) ?

Cote	OFFRES	CIBLE GROUPE FRANÇAIS	CIBLE INDIVIDUEL FRANÇAIS	CIBLE GROUPE ETRANGER	CIBLE INDIVIDUEL ETRANGER
2	Eau Vive (défis d'été)	X En temps 2	X Famille amis	X En temps 2	X
6	Lourdes au pied des pistes	X	X	X	X
1	Chemin de Bernadette	X	X	X	X
1	Musée Pyrénéen	X	X	X	X
5	Circuit Les patrimoines – mieux comprendre Lourdes	X Temps 1	X Temps 1	X Temps 2	X Temps 2

Les enseignements de la séquence :

- Le positionnement clés doit être décliné en actions concrètes sans dévier
- Faire sens et récit commun : les conditions de la transmission des atouts de Lourdes aux visiteurs
- Utiliser l'événementiel, comme support de médiation pour une expérience immersive et authentique et le numérique pour augmenter et rendre accessible les expériences à tous
- Remobiliser l'engagement de toutes les parties prenantes dans la réalisation du produit et sa prescription autour de projets structurants et identifier une revue de projets municipaux dédiés (lien avec l'aménagement et le portage de grands événements)

ATELIER 2 – Définir les offres adaptées pour chaque cible

OFFRE : Au pied des pistes / familles entre amis / Cible régionale

AXE1 Lourdes Haut lieu international de spiritualité - Expériences
OFFRE *LOURDES au pied des Pistes*

Choix de la Cible
*Famille / entre amis / jeunes et quadras
Regionale*

Organisation (Qui ? Parties prenantes ?)
Hotels / Restaurants (ouvert en hiver)

Moyens (Comment ?)
*TRANSPORT (Bus / mini Bus) navettes
régulières pour les stations. Choix des stations
OFFRE bien être "après ski" SPA/ GASTRONOMIE
ANIMATIONS de Noël : musées / spectacles.*

Lieux d'expérience (Où ?)
LOURDES et Stations

Temporalité (Quand ?)
Automne / Hiver

Accès à l'offre (Type de promotion souhaitable et de parcours client)
Package montagne / Ski / Culture / Gastronomie

Conditions de l'accueil (Critères de réussites de l'expérience ?)
*offre qualitative et adaptée pour l'hébergement
et le transport / Restaurants étoilés*

Cotation du risque
3 points rouge

OFFRE : Au pied des pistes / individuel étrangers

AXE1 Lourdes Haut lieu international de spiritualité - Expériences
OFFRE *LOURDES au pied des pistes*

Choix de la Cible
Individuel Etranger

Organisation (Qui ? Parties prenantes ?)
*NPY - Hautacam -
Hébergers - restaurants - Commerce de proximité -
Cité de Lourdes - Sanctuaire.*

Moyens (Comment ?)
*Offre packagée - Coordination.
Temporalité de l'offre sur Lourdes : l'after-piste
animations & menus gourmands a.p. 15H/16H et
soir. Une programmation commune avec le Sanctuaire.*

Lieux d'expérience (Où ?)
Diagramme : Lourdes (Matin) - Pistes (Midi) - Tignes (16H) - Lourdes (Soirée)

Temporalité (Quand ?)
*Décembre - Janvier - Février
A phase avec les calendriers vacances / Europe / étranger /*

Accès à l'offre (Type de promotion souhaitable et de parcours client)
*Lourdes carrefour des pistes - Attractivité de l'offre par
la gastronomie (Halls gourmands : concept soirée 11/20euros)
Utilisation (Quai St Jean).*

Conditions de l'accueil (Critères de réussites de l'expérience ?)
*- Accès - Robilité - Information - Lourdes
- Traductions*

Cotation du risque
3 points rouge

OFFRE : Au pied des pistes / groupes Etrangers

AXE 1 Lourdes Haut lieu international de spiritualité - Expériences
OFFRE *Lourdes au pied des pistes*

Choix de la Cible *Groupes étrangers*

Organisation (Qui ? Parties prenantes ?)
 - Hébergeurs - Sanctuaire - Tourneurs CRT / APTÉ
 - aéroport - Ville / OT - prescripteurs - agences & TO
 - transporteurs - Restaurateurs / commerçants - N.P.Y - Stations
 - certaines activités hivernales

Moyens (Comment ?)
 - créer des animations - Lourdes étape d'un circuit
 - créer une offre de séjour packagé - Lourdes étape d'un circuit
 - marketing "Lourdes destination d'hiver" - Lourdes camp de base
 - Structures d'offre hivernal (Skis, raquette, chien de brousse, luges, motos, piste expérimentation, ...)

Lieux d'expérience (Où ?)
 - Lourdes camp de base d'hébergement
 - Rayonnement territorial sur les vallées & les stations

Temporalité (Quand ?)
 - vacances de Noël - début de combe / Vacances espagnoles
 - vacances de février

Accès à l'offre (Type de promotion souhaitable et de parcours client)
 - Événementiel "Nuits de la gresse"
 - Travailler les cibles des lignes aériennes de l'aéroport TLF

Conditions de l'accueil (Critères de réussites de l'expérience ?)
 - avoir de la neige (!)
 - qualifier Lourdes de destination "Hiver" (promo/com/marketing)
 - adapter la décoration de la ville, l'offre restaurant

Cotation du risque
6 points rouge

OFFRE : Circuit patrimoine / groupes et individuels tous âges

de spiritualité - Expériences
OFFRE *Circuit PATRIMOINE*

Choix de la Cible
*Groupes et individuels.
Tous âges.*

Organisation (Qui ? Parties prenantes ?)
O.T Hoteliers / Commerçants

Moyens (Comment ?)
*MUSEES interactifs, audioguide
Téléthonnements / guides,
Spectacles / animations de mus.*

Lieux d'expérience (Où ?)
LOURDES ET EXTERIEURS.

Temporalité (Quand ?)
TOUTE L'ANNEE.

Accès à l'offre (Type de promotion souhaitable et de parcours client)
*Création de parcours en fonction de cibles
Thèmes / spirituel / culturel / gastro / nature*

Conditions de l'accueil (Critères de réussites de l'expérience ?)
*Offres qualitatives et quantitatives.
avec une offre de mobilité pour tous.*

Cotation du risque
1 point rouge

OFFRE : Parcours interactif comprendre Lourdes / Clientèle française individuelle

AXE 1 Lourdes Haut lieu international de spiritualité - Expériences
OFFRE *PARCOURS INTERACTIF : Compréhension Lourdes*

Choix de la Cible
CLIENTELE FRANÇAISE INDIVIDUELLE

Organisation (Qui ? Parties prenantes ?)
Tous types d'acteurs : logements adaptés, transport, sites de visites
Commerces, entreprises ouvertes à la visite, associations, particuliers
Médiation et panel d'habitants contrastés du site

Moyens (Comment ?)
- Film d'animation - petit train
- Guides
- Itinéraire modulable

Lieux d'expérience (Où ?)
Dans toute la ville avec un lieu capital "porte d'entrée" du circuit

Temporalité (Quand ?)
Toute l'année avec accent sur aires de saison

Accès à l'offre (Type de promotion souhaitable et de parcours client)
Site Web dédié "Lourdes Expérience"
+ Canaux d'info existants : Ex. programmes TV, site OT...

Conditions de l'accueil (Critères de réussites de l'expérience ?)
INTERSECTION
MODULARITE DE L'OFFRE

Cotation du risque
0 point rouge

AXE 2 : DESTINATION INCLUSIVE ET EXEMPLAIRE

Parole d'experts

Catherine Masson – Les enjeux RSE

La RSE au coeur de la promesse territoriale : pour s'adapter au nouveau monde, ré-interroger son identité, puiser toutes les ressources supports à être différenciant.

Palmino Paolucci – Président « En casa »

L'inclusion du quotidien dans la destination : Accessibilité pour tous, intégration des jeunes, lieux ou temps de convivialité et de mixité inter-culturelle et inter-générationnelle.

A retrouver sur <https://www.lourdes-ambition2030.com/>

ATELIER 3 – Dessiner les offres (3 groupes pluridisciplinaire)

Hospitalité pour tous garantie

Description OFFRE	Que mettre en place pour créer l'offre	Que mettre en place pour la promotion
Offre 1 : Découverte du sport adapté créer un rendez-vous annuel	Olympiades locales qui impliquent les associations et le public de proximité pour devenir un rendez-vous de référence	Prolonger Terre de jeux 2024 / personnalités
Offre 2 : journées multi-culturelles Festival de découverte des cultures du monde (artisanat, gastronomie, culture)	s'appuyer sur les jumelages ou associations locales	

Ressourcement

Description OFFRE	Que mettre en place pour créer l'offre	Que mettre en place pour la promotion
Offre 1 : Proposer des activités en lien avec le « bien être du corps, de l'esprit et du coeur » Offre dans une optique « altruiste »	Synergie des acteurs : thermes/ sport et santé, activités sportives Penser alimentation : circuits-cours Apprendre à prendre soin des autres Proposer des retraites spirituelles et créer l'offre par des structures d'accueil adaptées	
Offre 2 : Eau et Nature connexion à la nature (prégnance de l'eau)	Aménagement des bords de lac Végétalisation de la ville et points d'eau dans la ville	Jeunesse +

Cluster CARE

Description OFFRE	Que mettre en place pour créer l'offre	Que mettre en place pour la promotion
Offre 1 : Organiser le congrès des « aidants » en mixant les publics concernés et impliqués Soignants, patients, citoyens, universitaires	Caution scientifique/ ouverture aux citoyens/ activités dédiées Avoir des intervenants experts Mettre en place des activités « régénérantes », des échanges entre participants	Aller chercher des « Des ambassadeurs de la cause » (personnes célèbres) Tête d'affiche scientifique Médiatisation
Offre 2 : Lourdes, terre de pratique du handisport / développer l'accueil Pratique courante & Entraînement d'excellence	Améliorer les infrastructures de pratiques sportives avec l'accessibilité Attirer les entreprises pour venir faire de la R&D à Lourdes Associer les fédérations nationales Handisports et créer des rencontres ou événements spécifiques S'appuyer sur l'offre locale existante Créer des événements dédiés	Avoir un ambassadeur Fédérer les acteurs

Cote	OFFRES	CIBLE GROUPE FRANÇAIS	CIBLE INDIVIDUEL FRANÇAIS	CIBLE GROUPE ETRANGER	CIBLE INDIVIDUEL ETRANGER
3	Bien être du corps et du coeur		X La base 1		
	Retraite spirituelle		X		(X)
	Eau Nature...Lac (pour tous)		X		X
1	Offre adaptée Destination pour tous Animation événements (scolaires)	X	X	X	X
	Destination multi-culturelle	Jeunes asso locales	X Temps 1	X Temp 2	X Temps 2
10	Organiser le congrès des aidants	X	X	X	X
3	Terre de pratique du handisport	X	X	X	X

ATELIER 4 – Définir les offres adaptées pour chaque cible

OFFRE : Congrès des aidants/ aidants, accompagnants, chercheurs internationaux, grand public

AXE 2 Lourdes, destination inclusive et exemplaire - Expériences
OFFRE - Congrès des aidants

Choix de la Cible
Aidants, professionnels du soin, social, accompagnant
Grand public (asso, fondation) Chercheurs...

Organisation (Qui ? Parties prenantes ?)
Ville - Sanctuaire - Hébergement, structures d'accueil
Séminaire (ex: Adapa, foyer)...

Moyens (Comment ?)
Utilisation futur auditorium
Équipements adaptés pour ateliers, réunions...

Lieux d'expérience (Où ?)
Ville - Sanctuaire - sites techniques de visite
Hébergement...

Temporalité (Quand ?)
Hors saison (- d'activités / hôtels disponibles)
Début / fin.

Accès à l'offre (Type de promotion souhaitable et de parcours client)
Média - Réseau sociaux E-mailing (réseau inter-
national médecins; professionnels)

Conditions de l'accueil (Critères de réussites de l'expérience ?)
Qualité infrastructure pour public et intervenant
Que ce soit interactif, échanges favorisés.
Offre "package"

Condition de l'accueil de la Jeunesse
Faire un focus sur les jeunes aidants et
proposer des activités dédiées.

Cotation du risque
0 point rouge

OFFRE : Congrès des aidants/ aidants, familles...

AXE 2 Lourdes, destination inclusive et exemplaire - Expériences
OFFRE - CONGRES DES AIDANTS

Choix de la Cible
Aidants - famille Conjoint(e) - Enfants...
Professionnels // Professionnels intervenants
Hébergement / Jeunes

Organisation (Qui ? Parties prenantes ?)
Associations de soins - Professionnels médicaux Hospitalités
Institutionnelles - Laboratoires - Prestataires d'activités sportives
Autour du réseau

Moyens (Comment ?)
Structure d'accueil modulable
Temps de séminaire / ateliers / Conférences plénières / Temps
Exposants - Prestataire événementiel

Lieux d'expérience (Où ?)
Palais des Congrès / Auditorium
Lieux "hors-lieu" pour tps d'activités

Temporalité (Quand ?)
Congrès ouvert au printemps (fin)
Durée : 2 jours de congrès + 1 jour d'activités

Accès à l'offre (Type de promotion souhaitable et de parcours client)
Associations
Milieu médical - professionnels de santé - Création d'un
Autour des familles // package d'insertion
via professionnel

Conditions de l'accueil (Critères de réussites de l'expérience ?)
Qualité des prestations "Que les aidants se sentent aidés"
Qualité des contenus

Condition de l'accueil de la Jeunesse
Formation aux jeunes (Ouvrir Hébergement) - Cours de formation

ATTENTION : QUID DES AIDES ?

Cotation du risque
0 point rouge

OFFRE : Congrès des aidants/ Groupe étrangers

AXE 2 Lourdes, destination inclusive et exemplaire - Expériences
OFFRE *Congrès/Sanctuaires (Groupe étrangers)*

Choix de la Cible *AIDANTS (internationaux) (groupe étrangers)*

Organisation (Qui? Parties prenantes?) *Transporteurs (air/fer/voite)
TO - *Hôteliers et restaurateurs / Traiteurs - Sanctuaires, interprètes*

Moyens (Comment?) *Communication, Médiation, Associations, Ev. professionnels, Institutions publiques (mairie, département, DASS...)*

Lieux d'expérience (Où?) *(Nouveau P.D.C/Auditorium -> avec incursion sur le terrain
Hôtels / Sanctuaires au besoin.*

Temporalité (Quand?) *Hors Saison - Automne/Hiver/Printemps (pour prolonger la saison)*

Accès à l'offre (Type de promotion souhaitable et de parcours client)
- fichiers sanctuaires, hôtels - OT - Réseaux Sociaux, Site Web Ville + Site Web de l'événement

Conditions de l'accueil (Critères de réussites de l'expérience?)
- Qualité globale de l'expérience - Transport, Transfert, Hébergement, restauration et activités loisirs autour de l'événement

Condition de l'accueil de la Jeunesse
- Aménager un côté festif (concert, etc... partage) et/ou sportif pour les participants + jeunes, une "Locomotive"

Cotation du risque
4 points rouge

OFFRE : Congrès des aidants/ Individuels étrangers

AXE 2 Lourdes, destination inclusive et exemplaire - Expériences
OFFRE *Congrès pour les aidants*

Choix de la Cible *INDIV ETRANGER*

Organisation (Qui? Parties prenantes?)
*Institutionnel (ville, Dpt - Région)
Fédéral - Asso (national) - Sanctuaire (Bureau Médical)*

Moyens (Comment?) *OFFRE CONGRES
TARIFS spécifiques congrès (Héberg. Resta. Transport)*

Lieux d'expérience (Où?) *AUDITORIUM (LOURDES) - SANCTUAIRE*

Temporalité (Quand?) *SAISON*

Accès à l'offre (Type de promotion souhaitable et de parcours client)
*-> découverte de l'aidant gérant
-> prise en avant de la relation aidant - soigné*

Conditions de l'accueil (Critères de réussites de l'expérience?) *existant*
*-> Hébergement adapté
-> Compétences linguistiques*

Condition de l'accueil de la Jeunesse
-> Fraternité = temps d'échanges x Accueil

Cotation du risque
0 point rouge

OFFRE : JMJ/ Accueil de groupes étrangers

et exemplaire - Expériences
OFFRE *Accueil des groupes étrangers*

Choix de la Cible *JMJ*

Organisation (Qui ? Parties prenantes ?) *Tout les socio-prof. + les Sauchains + Institutionnels nationaux, régionaux, locaux + Vatican*

Moyens (Comment ?) *Rencontre Sa Sainteté + M. L'AVIT*

Lieux d'expérience (Où ?) *Tout Lourdes*

Temporalité (Quand ?) *Prochaine visite papale en lien avec les JMJ - et inauguration du Bist. Repramale (L) suite au clip. de ven.*

Accès à l'offre (Type de promotion souhaitable et de parcours client)
Hyper médiatisation de l'évènement

Conditions de l'accueil (Critères de réussites de l'expérience ?)
Hôtels + Campings - Côté St Pierre → au top + Structures relais (Scouts, etc...)

Condition de l'accueil de la Jeunesse
Evènement spécialement dédié à la jeunesse.

Cotation du risque
3 points rouge

OFFRE : Découverte des sports adaptés/ Clubs, Associations, départements

AXE 2 Lourdes, destination inclusive
et exemplaire - Expériences
OFFRE *Découverte du sport adapté*

Choix de la Cible
Clubs, Associations, scolaires

Organisation (Qui ? Parties prenantes ?)
Ville - Département - Associations

Moyens (Comment ?)
*Mettre à disposition lieux adaptés / Sports
Encadrement formés - Prêt de matériel (sports, grands équipements adaptés)*

Lieux d'expérience (Où ?)
Equipements sportifs, espaces publics et naturels

Temporalité (Quand ?)
Vacances scolaires (printemps, automne) ou week-end

Accès à l'offre (Type de promotion souhaitable et de parcours client)
Réseaux sociaux - Presse spécialisée. Affiliés / Fédération Clubs / Commerces sportifs

Conditions de l'accueil (Critères de réussites de l'expérience ?)
Programmation sport, convivialité, échanges

Condition de l'accueil de la Jeunesse
Nouveautés, innovation, challenge défi sportif, dépassement

Cotation du risque
0 point rouge

OFFRE : Ressourcement bien-être/ Individuels étranger

Choix de la Cible	indiv. étranger
Organisation (Qui ? Parties prenantes ?)	Hébergement, produits culinaires, thèmes, produits locaux, Activités (sportives)
Moyens (Comment ?)	transport (pauvreté locale ?), produits combinés, sélection d'itinéraires gourmands, décoration, savoir-faire local
Lieux d'expérience (Où ?)	Monts de Lourdes, cols de Lourdes, châteaux et vallées voisines, Pic du Jox
Temporalité (Quand ?)	Février/mars / octobre/Novembre (plus calme pour ce bassin).
Accès à l'offre (Type de promotion souhaitable et de parcours client)	photos/vidéos / 100 cibles / Influenceurs.
Conditions de l'accueil (Critères de réussites de l'expérience ?)	petite structure / Hôtel / Hébergement insolite
Condition de l'accueil de la Jeunesse	Wifi gratuit / Accès facilité au réseau (tablette internet)

Cotation du risque
4 points rouge

Les enseignements de la séquence :

- « Être une destination labellisée »
- Identifier la cible jeunesse dans les outils de promotion et les propositions
- Installer des « rencontres » de référence pour nourrir l'image de destination inclusive (rencontres professionnelles, rencontres sportives, rassemblement de communautés scientifiques ou des acteurs (les aidants))
- Penser la capitale de la fraternité comme un socle de déconnexion à soi-même, les autres et la nature

Intervention en clôture de Michel Gourinchas – ex Maire de Cognac

L'internationalité d'une destination : fruit d'une volonté politique et d'investissements privés, la place des habitants et une ré-appropriation par tous des espaces et lieux d'expériences, des dossiers ou démarches structurantes pour « embarquer » toutes les parties prenantes

Pour finaliser la journée : partage des impressions

Les IRRITANTS	Les BONS POINTS
<p>Trop faible représentativité ou participation de certains acteurs. Mauvaise Com et pas de lien avec le Sanctuaire = beaucoup de ras le bol. Mobilisation des sociopro limitée (en nombre). Blocage = immobilisme ou même hostilité d'une certaine population lourdaise (y compris les sociopro) devant toute proposition de changement...Enervant ! Le peu de concorde entre les acteurs économiques. 1 plan Marshall est à mettre en œuvre au niveau des structures. Des idées on en a mais difficiles à imaginer. Décourageant !! Pas de diagnostic de l'offre existante. Travailler sur la cible pèlerins pour faire évoluer leurs séjours à Lourdes et leurs manières de consommer les pèlerinages. Certains acteurs de la destination Infrastructures et aménagements de la ville !! L'aboutissement de tout ça ! La finalité : est-ce que ces idées vont être mises en place ?</p>	<p>Prise en compte (enfin) de la nécessité de faire bouger les lignes à Lourdes. Volonté commune de s'ouvrir sur de nouvelles activités à proposer et sur autre chose que les pèlerinages. Méthodologie de travail. La mise en place des ateliers de réflexion. Congrès des aidants (3) = nouvelle image de la ville. Événementiel, congrès Des échanges dynamiques avec les différents sociopro (mais peu de participation). Importance de la relation dans le soin Inviter les jeunes La diversité des atouts de la destination Sports adaptés = pour diversifier Végétaliser la ville. Autisme et Lourdes = tout à créer !! Structures d'accompagnement pour tous ces jeunes et leurs familles ; organiser des séminaires avec des médecins pour diffuser sur cette maladie mal connue.</p>