



RELANCE du TOURISME LOURDAIS

COPIL Etape 3

10 novembre 2022



Sylvie Rouillon Valdiguié
18% Quai Lombard
31000 Toulouse



Jean François LORDAT
34 rue de Metz
31000 Toulouse



Nathalie DURAND DESHAYES
La Chevalerie
17700 Saint Pierre d'Amilly



Ordre du jour

1. Remise en contexte
2. Inventer le tourisme de demain
3. Poursuivre l'acculturation
4. Manager la destination
5. Recommandations
6. Conclusion



1. CONTEXTE

- Les conditions du succès de la mission :
 - **Lever les freins** avec notamment une approche benchmark « illustrée »
 - **Accompagner au changement** avec une approche de concertation
 - Mettre le groupe de travail en accord sur le **sens** (ou les déclinaisons) **de la nouvelle ambition**
 - embarquer **toutes les parties prenantes** concernées sur des processus de travail favorisant l'intelligence collective (approche de la complexité) et aller vers la formalisation et la mise en œuvre.
- La méthode :
 1. S'assurer que les acteurs **s'approprient les enjeux de la diversification** sur le volet du développement touristique et que les orientations stratégiques soient **challengeées** au regard de benchmark.
 2. Qu'ils puissent formaliser les preuves de la vision et asseoir la diversification des clientèles à partir de **l'expérience client** et s'interroger sur la gouvernance de destination.
 3. Et enfin que la **feuille de route** soit **déployée** dans un plan d'actions opérationnelles qui définit les cibles prioritaires et secondaires.

CONDITION 1 : Partager vision et enjeux

Go mission : 15 mars 2022

Visite exploratoire : 1^{er} avril 2022

Un atelier en deux parties – 4 mai 2022

- ½ jour - Pour créer « continuité » et « complément » afin de consolider la position de leader du tourisme spirituel
- ½ jour - Pour créer de la « diversification » afin de construire « Lourdes cœur des Pyrénées »

Ateliers : 50 inscriptions / 40 en présence (Socio-pro + OT)

Apport de benchmark et qualification de la diversification.

Mise en place d'une **communication projet** : Un mini-site internet

www.lourdes-ambition2030.com

COPIL 1 : 10 mai 2022

(point faible : absence du département et HPTE, freins des hôteliers, sanctuaire en recul)



CONDITION 2 : Mise en tourisme du PLAN AVENIR LOURDES

Le point d'entrée : Formaliser les preuves de la vision et asseoir la diversification des clientèles puis définir les promesses possibles du territoire et accompagner vers le changement.

La matière : le PAL et l'atelier 1 - Vision FRATERNITE

La méthode : management expérientiel des destinations – établir les preuves

Atelier 1 – 23 juin : Haut lieu internationale de spiritualité (30 pax)

2 témoins

Atelier 2 – 23 juin : Destination inclusive & exemplaire (30 pax)

2 témoins

Atelier 3 – 28 juin : Hospitalité (hébergeurs – 30 pax)

3 témoins

Atelier 4 – 28 juin : Professionnels du tourisme (8 pax)

4 témoins (Pierre Torrente Univ Tse2 / T.Gintrand DG Destination Angers / O.Occelli DG Bordeaux / O.Amblard DG Charentes)

COPIL 2 : 5 juillet 2022

1 mois

ETAPE 2 METTRE EN TOURISME LE PAL



Préparation des Ateliers de démarche participative



2 jours d'**Ateliers** (4 thèmes)
Introduction de benchmark



Synthèse des ateliers
Proposition des **cahiers d'acteurs** locaux par les parties prenantes



Mise en place de l'accompagnement de l'OT / 1 H par semaine / 6 mois (visio)



Groupe de travail **Gouvernance**



Travail en Bureau & Analyse des Cahiers d'acteurs



COPIL : Schéma de développement touristique



- Préparation et animation des ateliers
- Ateliers : cadrage
- Apport de benchmark sur chaque thème
- Outillage des PP
- Scénarii

CONDITION 3 : Formaliser la Feuille de Route Tourisme

Note gouvernance : 1 note amendée 2 fois

08.09.22 rencontre avec Ville de Lourdes (DGS – 2 DGA + chef de cabinet)

27.09.22 rencontre consolidation (Dga Agglomération + DGS Lourdes + cabinet)

08.09.22 + 25.10.22 + 04.11.22 Travaux avec OT de Lourdes (note et cadre de travail)

04.11.22 Travaux avec Dga Lourdes + cabinet sur Contractualisation Ville / OT

COPIL 3 : 10.11.22

Séminaire de partage : 16.11.2022 (préparation et réalisation)

Livraison du carnet d'inspiration

Evaluation de la mission avec AF FTI

3 mois

ETAPE 3 FORMALISER la FEUILLE de ROUTE TOURISME



Travail en Bureau



Manager la destination
Document cadre / gouvernance
Entretien en groupe restreint



Inventer le tourisme de demain
Formaliser la feuille de route
Mise en place de l'accompagnement
de l'OT / (visio ou rencontre physique)



Feuille de route Tourisme validée
Présentation de la démarche du
séminaire de partage



Poursuivre l'acculturation
Séminaire de partage
Livraison du cahier de tendance



Clôturer le projet en ayant pris soin
d'établir un plan révisé pour la
gestion de projet
REX avec AF



- Préparation et animation Journée de co-construction
- Carnet d'inspirations
- Feuille de route Tourisme _ actions 22-25
- Evaluation mission

Programmation Etape 3

3 POINTS ENGAGES

- ✓ Fixer le Cap / Inventer le tourisme de demain
- ✓ Poursuivre l'acculturation et la prise de conscience collective
- ✓ Animer et accompagner la destination / manager la destination

1/ Inventer le tourisme de demain

Formaliser une feuille de route reliant les orientations aux fiches actions avec un tableau de bord de suivi.

Accompagner l'OT : alignement des plans d'action, organisation des compétences, programme d'animation des acteurs:

Ecoute des collaborateurs OT

Réflexion sur les missions

Réalisation de la feuille de route Tourisme

Traduction opérationnelle : accompagner à l'élaboration du Plan d'action

2/ Poursuivre l'acculturation

Livraison d'un Cahier des tendances

Séminaire de partage de la feuille de route avec les acteurs : 16/11/2022

3/ Manager la destination

Animer la réflexion Ville / Agglo / OT autour de la Gouvernance touristique du territoire

Ordre du jour

1. Remise en contexte
2. Inventer le tourisme de demain
3. Poursuivre l'acculturation
4. Manager la destination
5. Recommandations
6. Conclusion



2. Inventer le tourisme de demain

Feuille de route Tourisme : Promesse



VILLE PORTE D'ENTRÉE SUR UN PATRIMOINE NATUREL UNIQUE, LES PYRÉNÉES

- Patrimoine naturel
- Pour les balades en montagne
- Excursionnistes
- Lien étroit avec l'eau, les gaves, la pêche, le lac, les ruisseaux
- Grand marché avec les produits locaux
- Accueil des jeunes pour découverte nature
- Entrée dans un territoire d'Histoire (château Moyen-Age)
- Entrée sur les Pyrénées : laine et bergers
- En lien avec Tarbes



CAPITALE DES SPORTS NATURE

- Création de packages de plusieurs sports
- Etablir plus de services/vélos
- Centre spécialisé en outdoor
- Se rendre de façon sécurisée sur les sites d'activités
- Créer des tours spécifiques pour connaisseurs sportifs et amateurs
- Offre de séjour handisport
- Inventer des produits sur le handicap et les sports en famille



CAPITALE MONDIALE OÙ LA PERSONNE HANDICAPÉE EST HEUREUSE

- Accueil adapté
- Services adaptés
- Regard bienveillant
- Formation des aidants
- Formation des professionnels à l'accueil des personnes handicapées - centre mondial de formation
- Labélisation Alta Monta / handisport
- Développer une vraie spécialité et accueil pour le handisport y compris dans la ville
- Team-building pour remettre l'humain au coeur de l'entreprise = apprendre l'intégration
- Immersion en tant qu'hospitalier
- Pour les jeunes scolaires, accueil notamment en lien avec sports / nature
- Aider les professionnels à payer les labels
- Inventer des produits sur le handicap et les sports en famille
- Offre de séjours handisport
- Redonner du sens / Téléthon
- Un enjeu d'accessibilité (ex : Grenoble)
- Accueillons comme on aimerait être accueilli

Une promesse différenciante : LOURDES, Capitale de la Fraternité



VILLE DU BIEN-ÊTRE, DU RESSOURCEMENT ET DE LA GUÉRISON

- Ville du lâcher-prise
- Prévention et réparation
- On vient pour guérir son âme
- Accueil des malades
- Villes thermales
- Hâvre de paix
- Créer des spots de médiation dans la ville
- Créer des lieux de retraite
- Ville des malades covidés : on aurait pu



HAUT LIEU DE SPIRITUALITÉ Ville de la paix, ville inter-religieuse, ville multiculturelle

- Ville du bénévolat / apprendre / lien associations
- Créer des lieux de retraite
- Immersion en tant qu'hospitalier
- créer un musée sur la thématique du religieux (en lien Vatican et art moderne)
- Carrefour des religions
- Aujourd'hui on connaît Lourdes pour le Sanctuaire
- 1 LIEU

2. Inventer le tourisme de demain

Feuille de route Tourisme : Ambition

UNE PROMESSE DIFFÉRENCIANTE :

LOURDES, CAPITALE DE LA FRATERNITÉ

AVEC DEUX AXES DE POSITIONNEMENT

**AXE 1 : LOURDES, DESTINATION MONDIALE, HAUT
LIEU DE LA SPIRITUALITÉ**

- Lourdes est 1 lieu, unique !
- Lourdes est inspirante (carrefour des religions, ville de paix, à réinventer)
- Lourdes est une destination internationale

**AXE 2 : LOURDES, DESTINATION INCLUSIVE &
EXEMPLAIRE AIDÉE PAR SON TERRITOIRE, LES
PYRÉNÉES**

- Lourdes c'est l'excellence de l'hospitalité
- De l'accueil des familles vers le bien-être et les sports ; le territoire des Pyrénées est un atout
- Une offre à inventer autour de la réparation et du handicap... Vers un cluster CARE (Recherches et innovation techniques pour la réparation / centre de formation / centre de congrès / accueil des aidants...)

2. Inventer le tourisme de demain

Feuille de route Tourisme : Ambition

- 1 : Conforter l'identité d'une ville de paix et d'ouverture / Spiritualité - Un carrefour **mondial** des religions**
- 2 : Communiquer une destination internationale d'excellence qui valorise ses marqueurs, le patrimoine et l'art de vivre dans les Pyrénées / Patrimoine et culture pyrénéenne**
- 3 : Devenir une destination attractive toute l'année / Événementiel et tourisme d'affaires**
- 4 : Faire émerger une destination exemplaire et inclusive autour du handicap, du « prendre soin » et de la réparation, en lien notamment avec le sport**
- 5 : Façonner une destination nature et sportive/ Camp de base sportif et de pleine nature / en lien avec Handisport et pour valoriser le bien-être**



2. Inventer le tourisme de demain

ECOUTE des COLLABORATEURS de l'OT...Ils nous ont dit !
Partage des enjeux et orientations pour l'avenir de l'OT

Nourrir la promesse posée , c'est :

- Mieux définir et partager le **sens** de la Fraternité
(ringard, « déjà vu », quelles preuves à la promesse, véhicule de quelles valeurs ?)
- Structurer des offres et renouveler les propositions et les services
(pauvreté des propositions aux visiteurs, pas de connaissances précises des besoins des clientèles, pas assez de points de contacts avec les pèlerins, le lien avec la « qualité » des espaces publics à interroger).
- Porter une attention particulière à la déclinaison marketing de la promesse
(vigilance sur les mots et leurs perceptions par le grand public capitale, fraternelle, handicap, religieux...)

2. Inventer le tourisme de demain

ECOUTE des COLLABORATEURS de l'OT...Ils nous ont dit !
Partage des enjeux et orientations pour l'avenir de l'OT

1/ La structuration des filières et de l'offre touristique

Co-créer et aller à la rencontre des professionnels

Faciliter les points de contacts avec les grands événements et les décideurs/organisateur des voyages groupes

Référent sur la filière vélo

Installer de nouveau rendez-vous événementiels

Diversifier les offres

Attirer les city breakers de l'Euro Région

Poser le tourisme « patrimonial et historique » (musée, espaces réceptifs..)

2/ Les sujets d'accueil et d'hospitalité

Être exemplaire

Destination pour tous

Savoir et maîtrise des sujets d'hospitalité pour en faire une valeur

Destination accessible pour tous

Enrichir l'attractivité de la destination

Opportunité du développement MICE

Répondre en termes d'offres et de services aux familles et « tribus »

Développement des lignes aériennes internationales

2. Inventer le tourisme de demain

ECOUTE des COLLABORATEURS de l'OT...Ils nous ont dit !

Partage des enjeux et orientations pour l'avenir de l'OT

3/ L'accompagnement et la professionnalisation des acteurs / la relation aux opérateurs

Fédérer l'éco systèmes local

Exemplarité et engagement de l'Office - certifications
Être référent sur les filières clés et les engagements chers de la destination
Organiser des temps de rencontres (forum)

Performer ensemble

Poser un cadre de partenariat avec les opérateurs (visibilité, actions de promotion partagées, formation)
Accompagner la sensibilisation, la compréhension des nouveaux modèles et asseoir un programme de professionnalisation adapté
Partager des outils, des données et des indicateurs

4/ La notoriété de la destination, les stratégies de communication et la mise en marché de la destination

Comprendre nos clients et mieux définir nos prospects

Etude de clientèle
Portrait de territoire - Plateforme de marque partagée
Conquérir de nouveaux marchés
Stratégie numérique et de promotion formalisée
Structurer des produits expérientiels pour donner à vivre les atouts naturels de la destination
Redéfinir les outils de commercialisation et le marketing direct

Installer des collaborations vertueuses et inventer des partenariats innovants

Réseau d'ambassadeurs
Plan d'actions partenariat et co-financé avec les grands acteurs et les territoires de proximité

2. Inventer le tourisme de demain

ECOUTE des COLLABORATEURS de l'OT...Ils nous ont dit !
Partage des enjeux et orientations pour l'avenir de l'OT

« Dessiner notre office de demain »

Un lieu de rencontres, de mixité des publics, ouvert sur la destination, exemplaire, tourné vers le futur, porteur de l'identité de Lourdes ... l'espace actuel ne véhicule pas ce positionnement !

Un outil de valorisation, de médiation ... l'office n'est pas aujourd'hui reconnu par les institutions et les acteurs !

Une équipe reconnue, experte et référente pour les publics et les prestataires et qui est locomotive pour tous ... l'équipe ne transmet pas assez ses connaissances et ses expertises et doit montrer sa légitimité !



2. Inventer le tourisme de demain

Feuille de route Tourisme : 7 axes stratégiques

AXE 1

INSTALLER UN MANAGEMENT DE DESTINATION OPTIMISÉ POUR ENGAGER UNE ALLIANCE DES TERRITOIRES

Gouvernance territoriale du tourisme réinventée
(organisation cohérente et comprise par tous)
Positionnement de l'outil Office de Tourisme de Lourdes
Instaurer le dialogue avec les autres EPCI
Engager des coopérations et conventionnements avec les acteurs majeurs (Sanctuaires, aéroport..)
Mettre en place un schéma de développement touristique
Créer un comité d'acteurs (animation de l'écosystème local)

AXE 2

STRUCTURER LE MARKETING DE DESTINATION POUR ACCROÎTRE L'ATTRACTIVITÉ GLOBALE

Etablir le portrait identitaire du territoire en association acteurs touristiques et habitants
Consolider les cibles et travailler sur un marketing segmenté par clientèles
Développer une politique de marque territoriale
Installer un marketing expérientiel

AXE 3

STRUCTURER, COMPLÉTER ET DIVERSIFIER LES OFFRES

Nourrir la promesse par des offres et des expériences alignées sur la promesse ou de nouvelles offres
Utiliser l'événementiel
Positionner l'OT comme un référent sur les filières clés

2. Inventer le tourisme de demain

Feuille de route Tourisme : 7 axes stratégiques

AXE 4

ACCROITRE LA PERFORMANCE DES OPÉRATEURS DE LA DESTINATION

Développer et animer un programme de professionnalisation des acteurs de la destination et mettre en place des programmes d'accompagnement novateurs
Renforcer la qualité de l'hospitalité
Engager la destination sur des labels (Destination pour tous, labels qualité tourisme...)
Etablir un schéma des hébergements marchands (observatoire, animation..) en lien avec le PLUI

AXE 5

EVALUER LA PERFORMANCE DE LA DESTINATION

Mettre les places les outils de recueil et de mesure et les partager
Etablir les indicateurs de performance

AXE 6

REPENSER LE MODÈLE DE L'OT DU RÉCEPTIF À LA COMMERCIALISATION – PROMOUVOIR LA DESTINATION

Repenser les missions face aux nouveaux éléments de contexte
Définir le plan d'action de l'OT pour 2023-2025

AXE 7

POSITIONNER LA DESTINATION SUR LE TOURISME D'AFFAIRES

Etablir la stratégie pour développer des activités MICE (en lien avec les hôteliers)
Installer l'activité Tourisme d'Affaires en lien avec une stratégie événementielle
Définir la gouvernance, les moyens, les dispositifs d'accompagnement, les budgets ainsi que l'organisation en capacité de servir l'ambition fixée

2. Inventer le tourisme de demain

ORIENTATIONS STRATEGIQUES DU **PLAN D' ACTIONS OT** 2023 -2025

AXE 1

ACCROITRE L'ATTRACTIVITE DE LA DESTINATION

- A. Fédérer autour d'une marque partagée et porteuse de sens, et d'engagements pour un tourisme durable, innovant et responsable
- B. Travailler à la performance de l'économie touristique et à la création de valeur ajoutée pour les opérateurs touristiques
- C. Valoriser les filières touristiques clés (portage spécifique)

AXE 2

DYNAMISER LE SEJOUR DES VISITEURS

- A. Enrichir et diversifier l'offre touristique avec un souci d'allongement de séjours et de saison grâce à des produits renouvelés et expérientiels (élaborer des itinéraires et les scénariser). Investir la dynamique MICE.
- B. Repenser les outils de promotion (print et digital) dans une stratégie globale incluant une distribution large depuis la valorisation de la destination jusqu'à la mise en marché des offres

2. Inventer le tourisme de demain

ORIENTATIONS STRATEGIQUES DU PLAN D' ACTIONS OT 2023 -2025

AXE 3

**ENGAGER UNE STRATEGIE DE PROMOTION CIBLEE
POUR GAGNER DES PARTS DE MARCHES EN FRANCE,
EN EUROPE, ET A L'INTERNATIONAL**

A- Déployer une stratégie marketing segmentée et multicanale

B- Définir un plan d'actions de promotion partenarial avec les acteurs majeurs de la destination et les territoires de proximité (notamment sur l'international)

AXE 4

**OPTIMISER LES ORGANISATIONS, LES OUTILS DE
PARTAGE ET D'EVALUATION POUR UN OFFICE DE
TOURISME EXEMPLAIRE ET NOVATEUR**

A- Engager une démarche d'accueil exemplaire pour faire de l'Office de Tourisme un outil novateur de diffusion d'information, de conseil et de développement de valeurs pour les partenaires tout en étant pionnier sur l'articulation conseil humain/ digital/éditions et catalyseur des bonnes pratiques d'un tourisme accessible à tous, responsable et durable.

B - Faire de l'observation une clé de voute de la stratégie de développement touristique

Ordre du jour

1. Remise en contexte
2. Inventer le tourisme de demain
3. Poursuivre l'acculturation
4. Manager la destination
5. Recommandations
6. Conclusion



2. Inventer le tourisme de demain

MISSIONS de l'OT

MISSIONS DE L'OFFICE DE TOURISME

Mission	Projets clés	Cibles
1 Accueil et information des publics	Renouveler le Schéma d'Accueil et D'Information Touristique Accompagner, structurer et animer la labellisation Destination pour tous, Tourisme Durable ou toutes démarches Qualité ou RSE - le lien avec la valorisation du patrimoine (rôle de médiateur) Structurer le rôle de Comptoir des loisirs et le lien aux habitants Développer la consommation de produits touristiques -	Visiteurs touristiques et excursionnistes Population nomade et résidents Prestataires et leurs personnels Ville et EPCs du parcours clients
2 Mise en œuvre de la politique publique touristique sur le territoire	Installer un comité d'acteurs élargi aux sujets de la culture, du sport, du loisir et de l'événementiel Élaborer un schéma directeur du tourisme au périmètre géographique élargi (conventions sur périmètre intercommunautaire) Élaborer un guide d'actions partenariats avec les opérateurs et les « institutionnels » acteurs du tourisme - Poser des conventions d'objectifs avec les opérateurs clés : Ville de Lourdes sur les services associés au tourisme et à destination des habitants (comptoir des loisirs) / Sanctuaire (promotion internationale, offres packages, participation aux événements majeurs...) Participer et contribuer à l'ensemble des travaux des acteurs territoriaux (représentativité) et pilotage ou collaboration sur actions structurantes (cf contrats cadres)-Piloter le Contrat Grand Site.	Opérateurs et grands acteurs du territoire privés associatifs et « politiques » Focus : Comité des acteurs . Composé d'acteurs majeurs de la destination (Sanctuaire, hébergeurs...), il est élargi à tous les marqueurs forts (grands événements, culture, sport, aéroport...) et aux offres contributives (loisirs, commerces). Il est garant d'une représentativité plus large que les syndicats, associe les acteurs institutionnels (CCI...) et se réunit trois fois par an pour partager, s'informer, se rencontrer, faire le bilan des actions et mettre en perspective les orientations fixées

Novembre 2022

2. Inventer le tourisme de demain

MISSIONS de l'OT

Mission	Projets clés	Cibles
3 Structuration et mise en marché de l'offre	Développer ou créer des outils efficaces de commercialisation animer la place de marché Développer une stratégie numérique au service de la promotion des produits Assembler et valoriser, distribuer les offres et commercialiser les produits d'appel (citycard) en direct et auprès des intermédiaires (actions BtoB) Etre en capacité de faire une offre d'exploitation et de commercialisation d'équipements touristiques majeurs pour la destination et notamment en lien avec l'événementiel et le tourisme d'affaires (gestion d'équipements) Mettre en place une dynamique de commercialisation du territoire sur le segment MICE. Nommer des référents filières (vélo, Destination durable...)	Touriste et excursionnistes Tours Opérateurs Habitants Prestataires locaux Organisateurs professionnels de manifestations
4 Accompagnement à la performance de la destination et des opérateurs	Faire vivre et animer un Schéma « qualité » à l'échelle de la destination (accessibilité, durable, accueil vélo, qualité tourisme...) Élaborer un guide du partenariat incluant des modules de sensibilisation/ formation et information auprès des opérateurs avec des items de professionnalisation et d'acculturation aux nouveaux modèles touristiques. Structurer et planifier un programme et des offres Coordonner les opérateurs et aider à la compréhension de la destination	Prestataires touristiques, loisirs et événementiels

Novembre 2022

2. Inventer le tourisme de demain

MISSIONS de l'OT

Mission	Projets clés	Cibles
7 Ingénierie touristique	Construire un schéma d'itinérance et d'expériences touristiques à l'échelle d'un périmètre élargi Co rédiger le volet « tourisme » de la politique de la Ville (aménagements, mobilité, sécurité, ...) Accueillir et analyser les projets touristiques- Accompagner les porteurs de projets (rôle de facilitateur) Créer et développer des produits touristiques et produire ou co-produire de l'événementiel territorial / Créer des produits "expérientiels" donnant à vivre le territoire	Ville et agglomération Porteurs de projets Opérateurs touristiques locaux Visiteurs de destination
8 Promotion de la Destination	Elaborer une stratégie numérique avec une politique de contenus Déployer et animer un plan média multicanal Définir une stratégie de promotion segmentée par marchés (salons, éducateurs, RP...) avec une politique de contenus on et offline repensée (supports Diffuser la marque territoriale et animer la plateforme de marque Développer un réseau d'ambassadeurs locaux en partenariat avec la Ville	Actions BtoB, BtoC (consommateurs/touristes et intermédiaires- groupes et individuels)
9 Veille et gestion des données	Créer un outil de partage de données des visiteurs Mesurer les retombées économiques des actions et poser les actions correctives Poser une grille d'indicateurs partagés sur les fréquentations des outils et des sites Mener des études de clientèles	Institutions touristiques Opérateurs touristiques de la destination

Novembre 2022

3. Poursuivre l'acculturation

Séminaire de partage du 16 novembre 2022

Présentation aux socio-professionnels et agents de l'Office de Tourisme les conclusions des travaux :

- Feuille de route tourisme
- Plan d'actions de l'Office de Tourisme 2023

.....**Préfiguration du Comité d'acteurs à établir**

3. Poursuivre l'acculturation

Cahier de tendance



Sommaire

PARTIE 1 - Inspirations Benchmark

Ville Culturelle et spirituelle	P.5
Ville de patrimoine	P.9
Ville d'accueil & humaine	P.15
Territoires & RSO	P.18

PARTIE 2 – Bonnes pratiques

Restauration	P.24
Hôtellerie	P.30
Economie	P.38

PARTIE 3 – Les bonnes idées

Bonnes idées	P.44
--------------	------

PARTIE 4 – Paroles d'Experts

Christine Hoarau-Beauval	P.63
Catherine Masson	P.65
Palmino Paollucci	P.67
Michel Gourinchas	P.68
Paul Pichon – Cyrille Laporte	P.69
Jean Laherrere	P.70
Pierre Torrente	P.71
Thierry Gintrand	P.72
Olivier Occelli	P.73
Olivier Amblard	P.74

Ordre du jour

1. Remise en contexte
2. Inventer le tourisme de demain
3. Poursuivre l'acculturation
4. Manager la destination
5. Recommandations
6. Conclusion



4. Manager la destination

A. RECONFIGURER L'ORGANISATION DE DESTINATION

Engager l'alliance des territoires pour nourrir la promesse :

Lourdes doit prouver son appartenance aux Pyrénées

- ✓ Augmenter la relation Ville-Montagne
- ✓ Construire une véritable offre de destination et d'expériences
- ✓ Développer une politique de marque territoriale partagée

Etablir des organisations efficaces

- ✓ Mettre fin à l'éparpillement de l'action des différents Offices de Tourisme
- ✓ S'accorder sur l'organisation pour le tourisme d'affaires avec l'agglomération
- ✓ Acter l'engagement Ville / Sanctuaire dans une convention tripartite



4. Manager la destination

B. IDENTIFIER LE BON SCENARIO

Scénario 1 : un seul Office de Tourisme pour tout le territoire

- ✓ Avec transfert à l'agglomération pour une alliance favorable aux projets MICE
- ✓ Sans transfert à l'agglomération mais pour servir les EPCI sous conventionnement

Scénario 2 : un outil intégré Tourisme Loisirs – Tourisme d'affaires, événementiel

- ✓ Elargissement du périmètre d'action à une destination cohérente selon les missions
- ✓ Rationalisation des moyens
- ✓ Harmonisation des pratiques et des stratégies
- ✓ Développement coordonné du tourisme dans toutes ses composantes

Capacité de la destination à porter des projets de développement

Structuration	PAL	Qualification	PAL	Mise en marché	PAL	Organisation	PAL
Accès à tous (PAL AXE 2)	22 35	Destination pour Tous : labels et faire adhérer (hôteliers)	4 25 26	Positionnement non partagé Récit commun et faire sens		Revue des projets municipaux dédiés et identifiés, planifiés et présentés	
Relation à la ville Transports en commun inadaptés Accueil à améliorer / ville (taxis, transports publics, commerces) Végétalisation voies vertes	13	Augmentation des expériences par le numérique		Cible jeunes A travailler	8	Organisation de toutes les parties prenantes dans une logique d'efficacité et de compétences	12 11
Diversification des hébergements Manque d'hébergement adaptés aux jeunes et aux individuels Salle de restauration unique (mixte groupe et individuels) Compétences accueil des individuels à acquérir Adaptabilité structurelle aux différentes clientèles Sortir de la dépendance totale du Sanctuaire	30	Qualité hébergements Aller vers une démarche de qualité environnementale Qualité du centre vieille ville et mal famé Hébergements à moderniser et rénover et à adapter pour les pèlerins fragiles Montée en qualité du parc anciens (déco matériaux) Offre clientèle affaires Continuer la rénovation de l'offre Embellir les lieux d'accueil et de convivialité pour les clients Modernisation et confort des chambres ainsi que les espaces communes	69 71	Marketing de destination : prescription de la destination par les acteurs non faite		Mettre en place une nouvelle gouvernance de ville pour animer les socio-professionnels.	

Ordre du jour

1. Remise en contexte
2. Inventer le tourisme de demain
3. Poursuivre l'acculturation
4. Manager la destination
5. Recommandations
6. Conclusion



5. RECOMMANDATIONS

Les suites souhaitables pour l'Office de Tourisme

Une montée en compétences de l'OT qui doit s'effectuer...

- Appropriation de nouveaux territoires (ingénierie touristique à déployer)
- Introduction de l'OT dans les réseaux de professionnels / formation + acculturation + groupes de travail (ADN – ATOUT France)
- Compétences à acquérir sur le Tourisme d'affaires

Un management de la qualité à mettre en place...

- S'engager sur « Destination pour tous » de manière forte
- S'engager, en soutenant les professionnels, sur le chemin des labélisations
- Observer, évaluer et mettre en place les outils adaptés au partage des informations
- Avec la Ville s'attaquer aux points noirs de l'accueil (PAL)

La nécessité d'accroître l'attractivité globale de la destination...

Et notamment fédérer autour d'une marque partagée et porteuse de sens

5. RECOMMANDATIONS

Les soutiens qui semblent nécessaires

1/ Soutenir l'action de l'OT

- **Suivi de la mise en œuvre des plans d'action** / Revue tous les mois (10 jours en 2023)
- **Construire le cadre pour l'animation du collectif des socio-professionnels** : élaboration d'un programme et animation des temps partagés (Rencontres 1/2 journée 3 fois/an)
- Soutenir le contrat de destination sur la promotion internationale (aide à élargir les partenariats pour les actions)

2/ Aider à la mise en place d'une structuration touristique

- **Etude des clientèles** (et notamment autre que tourisme culturel)
- **Portrait identitaire** puis travail sur la **marque territoriale**
- Etablir un schéma de développement touristique
- Mettre en place une prestation d'observatoire hôtelier pour favoriser les échanges entre professionnels (en lien CCI ?)
- Schéma des hébergements marchands (Post Diag) et animation des hôteliers par un professionnel qualifié pour faire évoluer les mentalités.

3/ Tourisme d'Affaires

- Mettre en place un groupe de travail avec les hôtelier sur le MICE (soutien et professionnalisation de l'OT sur le segment)
- Etablir le périmètre de travail (Lourdes-Tarbes) pour le tourisme d'affaires et définir les objectifs
- Aider le territoire à installer une **stratégie pour « remplir » l'auditorium et son plan d'actions**

3. RECOMMANDATIONS



Ordre du jour

1. Remise en contexte
2. Inventer le tourisme de demain
3. Poursuivre l'acculturation
4. Manager la destination
5. Recommandations
6. Conclusion



6. CONCLUSION

Les apports tangibles de la mission

- Apprentissage du partage (socio-professionnels)
- Compréhension d'un travail « autrement » pour l'OT, en lien avec les socio-professionnels (OT se saisit de son rôle d'animation) et de la nécessité de reprendre en main sa mission
- L'impact du benchmark « vivant »
- Convention OT/Ville révisée et « ouverte »
- Hôteliers : vers une véritable instance de pilotage dont l'objectif a été posé et partagé.



Merci à vous

www.lourdes-ambition2030.com

