

LOURDES
AMBITION 2030

RELANCE du TOURISME LOURDAIS

COPIL Etape 2

5 juillet 2022



Sylvie Rouillon Valdiguié
196, Quai Lombard
31000 Toulouse



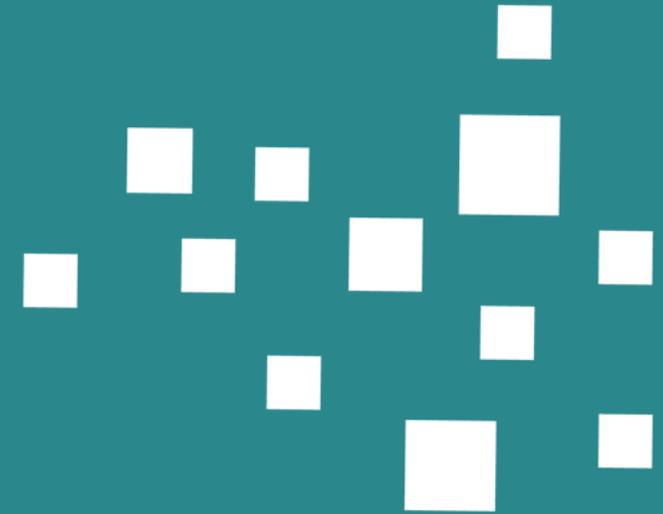
Jean François LORDAT
34 rue de Metz
31000 Toulouse



Nathalie DURAND DESHAYES
La Chevalerie
17700 Saint Pierre d'Amilly

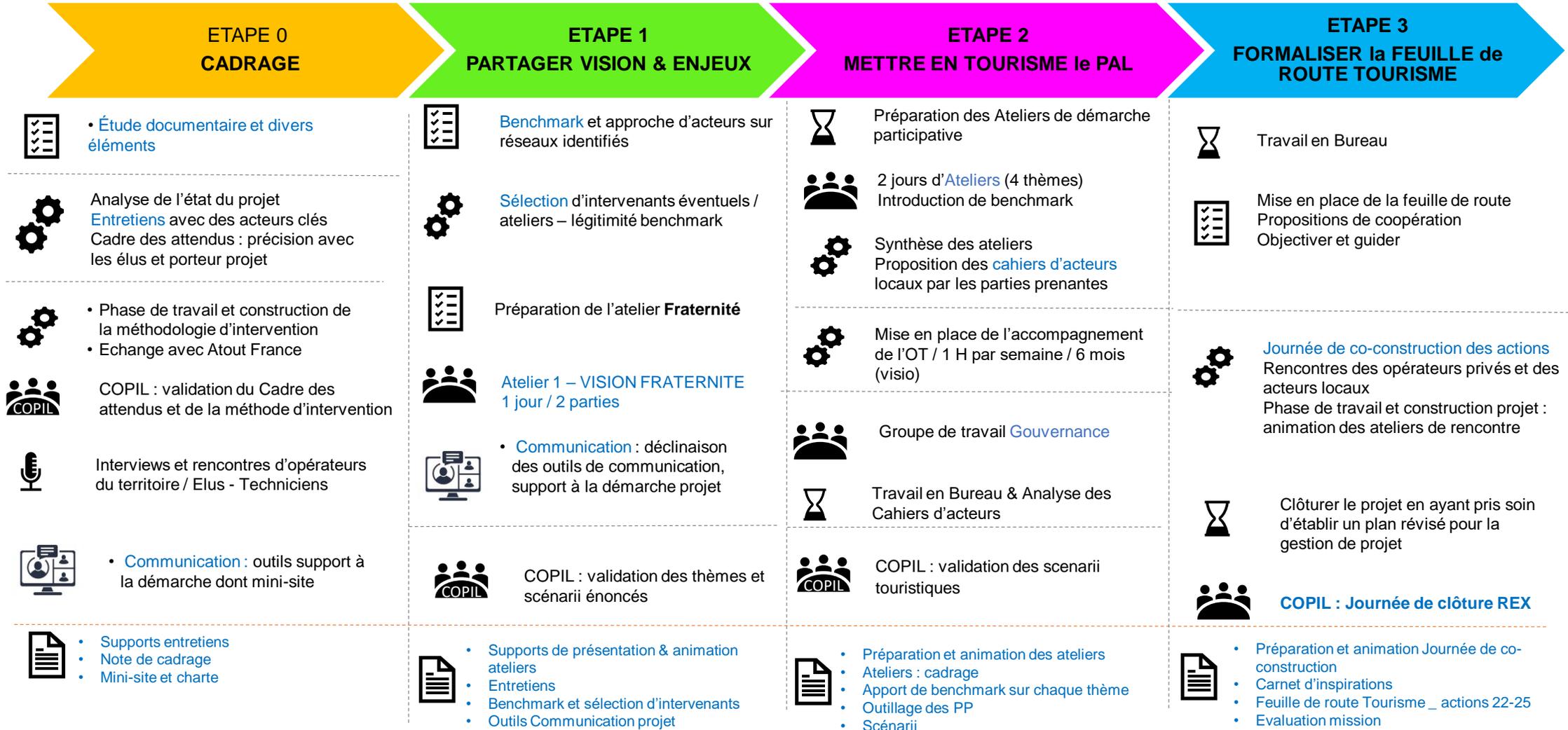


Ordre du jour



1. Contexte
2. Enseignements des ateliers des 23 et 28 juin 2022
3. Analyse synthétique
4. Recommandations
5. Programmation des étapes suivantes

Mission Lourdes



Présentation Mission

La mission s'inscrit inévitablement dans le cadre du **Plan d'Avenir pour Lourdes – PAL** et plus particulièrement de son ...

Axe 1 – une ambition partagée pour la destination Lourdes

Continuer – Consolider la position de leader du tourisme spirituel de Lourdes

Compléter – Faire de Lourdes la capitale de la fraternité

Diversifier – Faire de Lourdes, Cœur des Pyrénées, une destination culturelle, un centre de valorisation du pyrénéisme et un camp de base sportif et de pleine nature

Notre mission : **mettre en tourisme le PAL**

ATELIER « Destination 2030 »

Le Plan d'Avenir Lourdes - AXE 1 = une ambition partagée qui repose sur 3 piliers

1- Continuer l'accueil des pèlerins

afin que **Lourdes** consolide sa position de leader du **tourisme spirituel**.

2- Compléter le tourisme spirituel

afin de faire de **Lourdes** une destination d'expérience et de rencontre **entre les cultes et les cultures**.

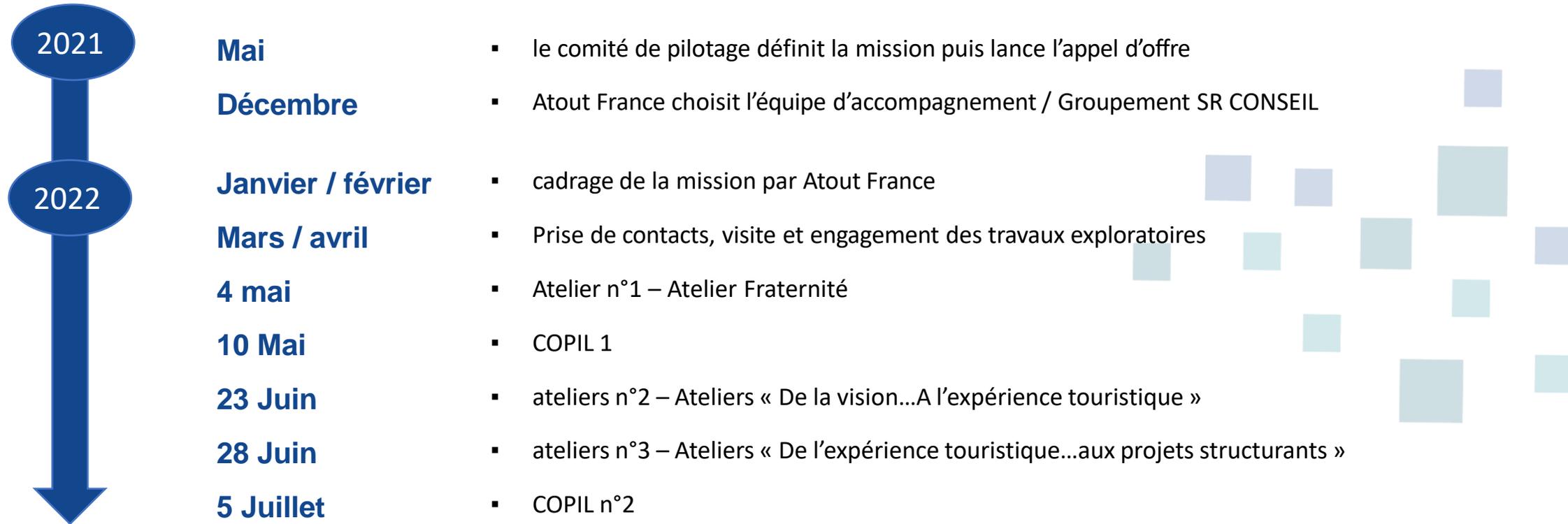
3- Diversifier les activités proposées

afin d'attirer à **Lourdes** un public qui y séjourne pour son **patrimoine culturel et naturel**, son **potentiel sportif** et son ancrage au cœur des **Pyrénées**.

Présentation Mission

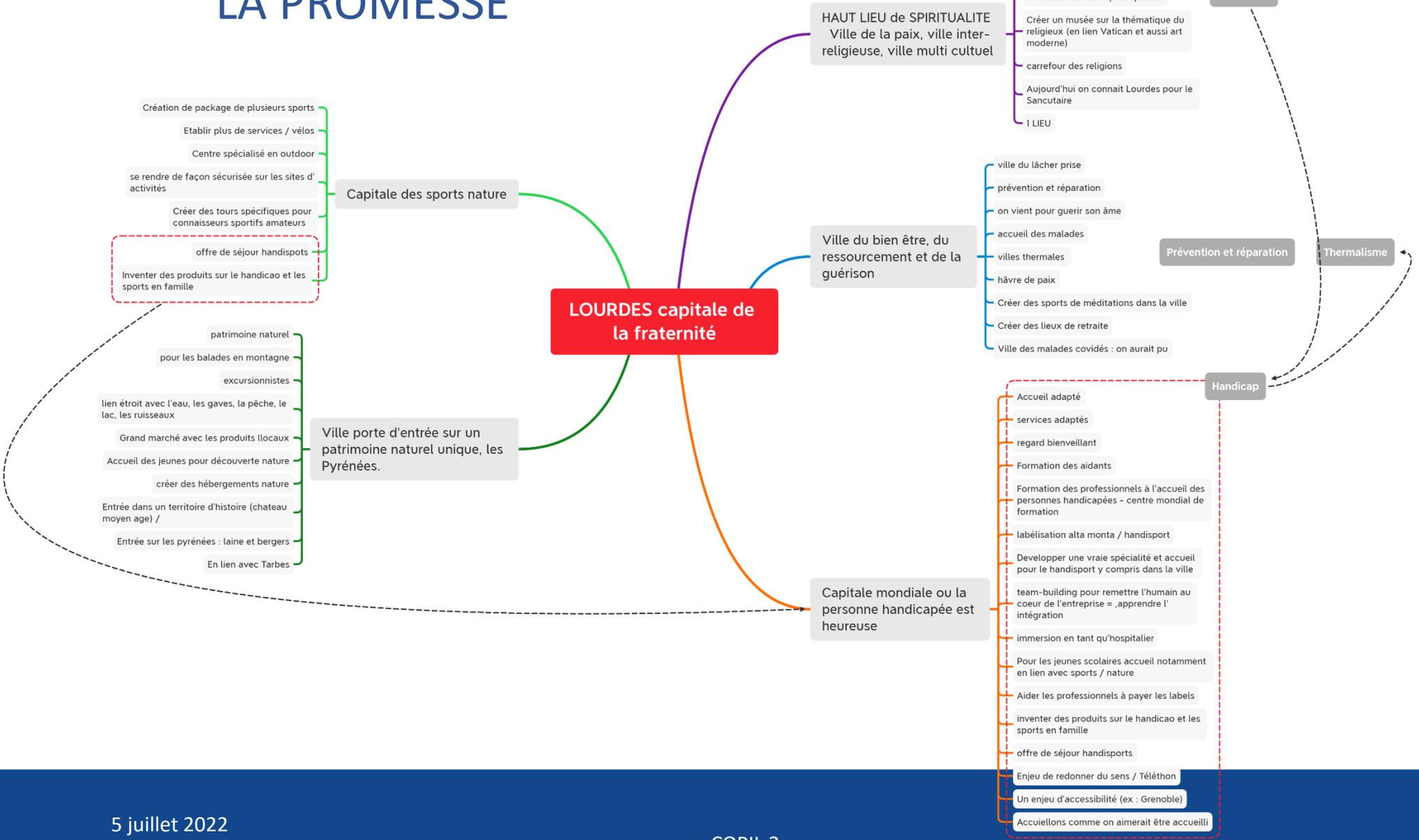
« Accompagner les acteurs du territoire sur le sujet de la diversification de l'offre et des clientèles »

- L'Etat et la Région Occitanie, dans le cadre du dispositif France Tourisme Ingénierie, ont confié à Atout France la mission



Atelier Fraternité

LA PROMESSE



1 Promesse à nourrir

Lourdes, capitale de la fraternité

2 Axes stratégiques, supports à des expériences touristiques différenciantes

Lourdes, destination mondiale, haut lieu de spiritualité

Lourdes, destination inclusive & exemplaire aidée par son territoire, les Pyrénées

Projets à explorer

Écrire une promesse différenciante

Objectif pour la stratégie touristique

Donner les preuves de la promesse (de la vision partagée) et qualifier l'expérience (vs les produits) pour favoriser le double enjeu du PAL :

- **Allongement des séjours** (+ 1 jour / allongement de la saison)
- **Diversification des clientèles** (Individuels et groupes « libres »)

Leviers transverses à tous les sujets :

- Lourdes « pépite » des Pyrénées (Lien Nature, terroir)
- L'excellence de l'hospitalité (dont la modélisation des hébergements)
- Les démarches d'attractivité
(dont la stratégie événementielle/congrès et la mise en marketing des offres)

Ordre du jour



1. Contexte
2. Enseignements des ateliers des 23 et 28 juin 2022
3. Analyse synthétique
4. Recommandations
5. Programmation des étapes suivantes

2. ATELIERS du 23 juin 2022

Objectifs :

- ✓ Consolider le positionnement stratégique retenu grâce aux axes proposés et leur portefeuille d'actions ?
- ✓ Identifier les projets clés pour nourrir la stratégie !



Comment ?

- ✓ En identifiant les **opportunités et les freins** de la revue de projets proposés par les ateliers
- ✓ En organisant le **portefeuille d'actions en orientations** puis en projets

2. ATELIERS du 23 juin 2022

| | 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 | Compromission : des choses à bouger avant l'inclusion | Intégration / harmonie / vivre ensemble Reste Aménagements | Promesse = peut nourrir le jour de plus mais 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 |

2. ATELIERS du 23 juin 2022

PAROLE D'EXPERTS

- **Thierry Gintrand** – DG Destination Angers

« **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 !

- **Catherine Masson** – Les enjeux RSE

La RSE au cœur 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 » sur Lourdes

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

2. ATELIERS du 23 juin 2022

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

2. ATELIERS du 23 juin 2022

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 |
|--|--|---|
| <p>Evénement EAU VIVE Course de défi 2/5 jours Pratique activités eau vive Sensibilisation au milieu Défi Pêche : « Truite Athlon »</p> | <p>Prestataires sur plusieurs sites Associations - APPA Parc national PLVG Ligradou</p> | <p>S'appuyer sur les partenaires Gastronomie / table</p> |
| <p>Lourdes au pied des pistes – carrefour du ski En lien avec Noël dans le sanctuaire : Noël des religions Camp de base du Père Noël</p> | <p>Desserte des stations Offre hiver à Lourdes Commercialisation de la pratique (loueurs, hébergeurs, transports, forfait) Qualifier l'offre hiver à Lourdes : restauration, marché, décoration...</p> | |
| <p>Récit circuit / mieux comprendre Lourdes</p> | <p>Parcours interactif ludique, pédagogique et accessible (visite guidée, film d'animation, activités...) Partenariat actif entre les parties prenantes</p> | <p>Packages SocioPro : eductour Habitants : renforcer le sentiment communauté Visiteurs : avec la communication via les prescripteurs et hébergeurs</p> |

2. ATELIERS du 23 juin 2022

| 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 |

2. ATELIERS du 23 juin 2022

Hospitalité pour tous garantie

| Description OFFRE | Que mettre en place pour créer l'offre | Que mettre en place pour la promotion |
|--|---|--|
| 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 |
| Journées multi-culturelles Festival de découverte des cultures du monde (artisanat, gastronomie, culture) | s'appuyer sur les jumelages ou associations locales | |

2. ATELIERS du 23 juin 2022

Ressourcement

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

2. ATELIERS du 23 juin 2022

Cluster Care

| Description OFFRE | Que mettre en place pour créer l'offre | Que mettre en place pour la promotion |
|---|--|---|
| <p>Organiser le congrès des « aidants » en mixant les publics concernés et impliqués Soignants, patients, citoyens, universitaires</p> | <p>Caution scientifique/ ouverture aux citoyens/ activités dédiées Avoir des intervenants experts Mettre en place des activités « régénérantes », des échanges entre participants</p> | <p>Aller chercher des « Des ambassadeurs de la cause » (personnes célèbres) Tête d'affiche scientifique Médiatisation</p> |
| <p>Lourdes, terre de pratique du handisport développer l'accueil Pratique courante & Entraînement d'excellence</p> | <p>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</p> | <p>Avoir un ambassadeur Fédérer les acteurs</p> |

2. ATELIERS du 23 juin 2022

| 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 |

2. ATELIERS du 23 juin 2022

- ✓ **Le positionnement clé « Lourdes ville Fraternelle »** 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)
- ✓ **« Être une destination labellisée »** (Destination pour tous)
- ✓ **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)
- ✓ **Penser la capitale de la fraternité** comme un socle de reconnexion à soi-même, les autres et la nature

2. ATELIERS du 28 juin 2022

• **Matin : Hébergeurs**

9H00-9H15 : Partage des idées issues des ateliers amont

9H15-9H30 : **Intervention d'experts** sur les besoins actuels, les nouveaux challenges sur les standards attendus dans l'hébergement international
Cyrille Laporte Maître de conférence Université Toulouse 1 et Paul Pichon spécialiste du marketing des services hôtelier

9h30 – 10H00 : Etat des lieux de l'activité hébergement à Lourdes

10H00 -11H00 : Description des modèles économiques en place
Intervention : Jean LAHERRERE - « guide pratique pour impulser et coordonner l'action des hébergeurs »

11H00-12H30 : Partager le plan d'action pour le futur

• **Après-midi : Professionnels du Tourisme**

9H00-9H30 : **Intervention d'expert** : Une certaine vision des Pyrénées pour replacer Lourdes dans son rayonnement
Pierre Torrente – Directeur du Campus des métiers du tourisme pyrénéen

9h30 – 10H00 : Rapport d'étonnement « Promesse »

10H00 -11H00 : Paroles d'experts
Intervention : Thierry GINTRAND – Angers / Olivier OCCALLI – Bordeaux / Olivier AMBLARD – Charentes Tourisme

11H00-12H30 : Partager les projets



2. ATELIERS du 28 juin 2022 - Hébergeurs

PAROLES D'EXPERTS

- **Paul Pichon** – Maître de conférences, consultant marketing tourisme
- **Cyrille Laporte** – Maître de conférences, directeur de l'ISTHIA – Université Jean Jaurès Toulouse

De nouveaux standards internationaux et de nouveaux modèles pour l'hôtellerie /restauration : de l'auberge de jeunesse hostel, à l'hôtel engagé localement ou responsable en passant par les hébergements mixtes et l'intégration des travailleurs nomades, autant de nouveaux modèles à explorer. Une restauration thématique ou ouverte vers le food court, comment faire évoluer les modèles aux nouveaux comportements des consommateurs ?

- **Jean LAHERRERE**

Revenue Management et vision de destination : quels outils pour les exploitants d'hébergement pour comprendre et anticiper les évolutions des marchés et préserver leurs équilibres économiques ? Comment faire progresser le collectif, éviter les confrontations concurrentielles sur une même destination et piloter ensemble la qualité de services ?

2. ATELIERS du 28 juin 2022 - Hébergeurs

| POINTS FORTS | POINTS FAIBLES |
|--|--|
| <p>Diversité, capacité de l'offre Belle capacité d'accueil L'offre globale de Lourdes Offre d'hébergement complète et pour tous les budgets Diversité des types de chambre dans les hôtels Panel d'offres pour une clientèle diversifiée Capacité d'hébergement</p> | <p>Qualité Aller vers une démarche de qualité environnementale Qualité du centre ville sale et mal famé Hébergements à moderniser et rénover et à adapter pour les pèlerins fragiles Montée en qualité du parc ancien (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 des espaces communs</p> |
| <p>Accueil Familial Hébergement familial avec un accueil individualisé Accueil personnalisé et familial L'humain Accueil des visiteurs Hébergement adapté à un public fragile</p> | <p>Diversification 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</p> |
| <p>Confort et services Confort spa et services</p> | <p>Relation à la ville Transports en commun inadaptés Accueil à améliorer / ville (taxis, transports publics, commerces) Végétalisation voies vertes</p> |
| <p>Restauration en circuit court et fait maison</p> | <p>Communication publicité</p> |
| <p>Opportunités : Post covid : plus d'individuels</p> | <p>Trop de clés ? Savoir diversifier selon les clientèles</p> |

2. ATELIER du 28 juin 2022 - Hébergeurs

Les enseignements de la séquence :

- **Renouvellement nécessaire du parc d'hébergement** et éventuellement sa spécialisation
- Une concurrence exacerbée avec les **prix bas**
- **Mauvaise réputation de la restauration intégrée à l'hébergement**
- La **difficulté à appréhender** les critères de contribution à la satisfaction face aux cibles et aux nationalités
- Proposition de trop de **label** avec peu de résonance internationale : label de destination ?
- Difficulté à définir ce qu'est l'éco-responsabilité
- Difficulté à séparer la qualité de service et la qualité des locaux
- **Nécessité d'harmoniser les pratiques**, ou à minima d'avoir une vision d'ensemble pour éviter la confrontation et faire progresser le collectif et partager avec la destination.

2. ATELIER du 28 juin 2022 - Hébergeurs

Symétrie / Ville

Attente importante d'un « **geste d'engagement dans le changement** » du modèle régalien (occupation et animation des espaces publics, usages / mobilités, propreté, sécurité, requalification des espaces publics et modernisation des fonctionnalités de la ville).

Capacité de la ville à se transformer :

La ville doit apprendre à « aider à faire »

(cadrer mais ne pas interdire/ exemple des food trucks – Etablir le cahier des charges et savoir accompagner vers la diversification).

Besoin d'accélérateur pour le MICE / Congrès.

2. ATELIERS du 28 juin 2022 – Institutionnels tourisme

PAROLE D'EXPERTS

Introduction de Pierre TORRENTE

Une certaine vision des Pyrénées pour replacer Lourdes dans son rayonnement, montrer son excellence et inventer le tourisme de demain

Thierry GINTRAND – ANGERS

Décliner un positionnement en stratégie d'actions pour accroître la notoriété et développer l'activité touristique : la filière Vélo en Charentes - l'événementiel nature à Angers.

Olivier OCCELLI – BORDEAUX

Tourisme durable et jeu collectif dans une destination- destination Bordeaux : Coconstruire une feuille de route d'un tourisme durable et responsable avec les acteurs et les habitants sur les 3 piliers du tourisme de loisirs, du tourisme d'affaires et du tourisme de proximité. Vers des labellisations avec du collaboratif et de la transparence !

Olivier AMBLARD – CHARENTES Tourisme

Jouer collectif pour faire mieux et enrichir ses stratégies : l'exemple du contrat de Destination Côté Atlantique

2. ATELIERS du 28 juin 2022 – Institutionnels tourisme

Rapport d'étonnement « Promesse »

- ✓ Un questionnaire sur l'allongement autour des « ailes de saison »
- ✓ Cohabitation des publics : que faire des pèlerins si volonté de diversification
- ✓ (Limitation ? encadrement ? et seuil de tolérance de la destination)
- ✓ Nécessaire accompagnement à la compréhension du diagnostic, à la transition et à l'excellence de l'hospitalité.
- ✓ Nouvelle étude clientèle ? Plutôt une étude d'image

2. ATELIERS du 28 juin 2022 – Institutionnels tourisme

Evaluation de la capacité à faire de la destination

| | Freins du territoire | Accélérateurs du territoire |
|--------------------|---|---|
| CONSOLIDER | <p>Lourdes capitale de la fraternité rajoute de la complexité à la lisibilité du tourisme</p> <p>Image désuète de la destination</p> <p>Absence de lucidité de la destination</p> <p>Attention aux dénis</p> | <p>Un cap à fixer et à partager</p> <p>La compréhension de la mise en tourisme par tous</p> <p>Le partage du diagnostic de l'offre</p> <p>L'analyse de l'offre perçue et vécue</p> |
| COMPLETER | <p>Plutôt à redéfinir et restructurer</p> <p>Qualité des offres</p> <p>Absence de promotion des activités touristique par le sanctuaire</p> <p>Redéfinir avec qui et pour qui</p> <p>Temporalité nécessaire à la remise à niveau de l'offre</p> | |
| DIVERSIFIER | <p>La croyance commune que Lourdes est une destination religieuse</p> <p>La résistance au changement des acteurs</p> <p>La cohabitation des groupes et des individuels</p> <p>L'image de la destination</p> <p>Une destination perçue comme mono produit</p> <p>La diversification est possible si Lourdes s'inscrit dans le « cœur des Pyrénées » ce qui n'est pas le cas</p> <p>Mobilité</p> <p>La volonté, les RH et financières des acteurs</p> <p>L'incapacité actuelle d'un travail coordonné et concerté de tous les acteurs</p> | <p>Accompagner et acculturer pour diversifier</p> <p>Imaginer plusieurs temps : préparation du territoire et de mise en œuvre</p> <p>Nécessité de rentrer dans la logique de « grande agglomération »</p> <p>Mobilité des transports (entre stations et Lourdes comment irriguer les vallées / entre Aéroport et Ville et points d'intérêt)</p> <p>Revoir « gare du paradis »</p> |

2. ATELIERS du 28 juin 2022 – Institutionnels tourisme

La suite à donner aux avis des institutionnels du tourisme ? **(Une vision à partager)**

1/ Aider les acteurs à la prise de conscience du diagnostic

Partage de l'état des lieux

L'acculturation

2/ Fixer un CAP

Points de vigilance évoqués

Représentativité des socio-professionnels et notamment des hébergeurs

La nécessaire reprise de confiance entre l'institution et l'action publique

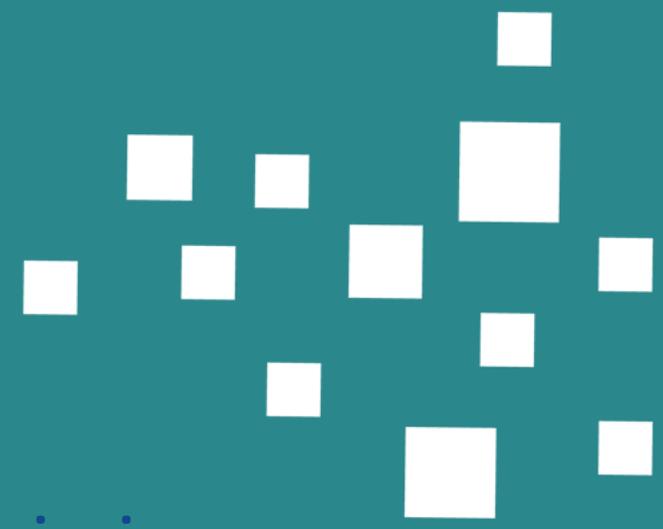
Le rôle, le périmètre des missions et la légitimité de l'OT (immobilisme) (qui fait quoi ?)

Continuer à animer la démarche et à progresser dans le travail collectif

Progrès dans le travail collectif

Les moyens dédiés (RH)

Ordre du jour



1. Contexte - Point d'avancement de la mission
2. Enseignements des ateliers - 23 et 28 juin 2022
3. Analyse synthétique
4. Recommandations
5. Programmation des étapes suivantes

3. Analyse synthétique des ateliers

Propositions d'expériences par axe et capacité de les mettre en œuvre

AXE 1 – Lourdes destination mondiale, haut lieu de spiritualité

| Etape du développement / PAL | Description OFFRE | REFERENCE ACTIONS du PAL | Classement intérêt Socio-Professionnels | Regard des institutionnels T | Expression des freins / exclusion du projet |
|------------------------------|---|--------------------------|---|------------------------------|---|
| COMPLETER | Enrichir le chemin de Bernadette Intégrer les produits remarquables Un parcours qui intègre l'histoire de Lourdes et des points remarquables naturels ou historiques Ajouter des éléments multimédias | 5 22 23 | 1* | 4* | |
| DIVERSIFIER | Histoire médiévale de la ville Musée Pyrénéen | 5 | 1* | 3* | 4 |
| DIVERSIFIER | Circuit des patrimoines Mieux comprendre Lourdes Parcours pédagogiques et ludique Accessible | 5 24 | 5* | 5* | |
| CONSOLIDER | Musée multi-religieux (prêt de collections uniques et attractivité mondiale) | | | | 4 |

3. Analyse synthétique des ateliers

Propositions d'expériences par axe et capacité de les mettre en œuvre

AXE 1 – Lourdes destination mondiale, haut lieu de spiritualité

| Etape du développement / PAL | Description OFFRE | REFERENCE ACTIONS du PAL | Classement intérêt Socio-Professionnels | Regard des institutionnels T | Expression des freins / exclusion du projet |
|------------------------------|--|--------------------------|---|------------------------------|---|
| COMPLETER | En lien avec Noël dans le sanctuaire Noël des religions Camp de base du Père Noël Noël à Lourdes Animations autour de Noël | 11 | 1* | 2* | 2 |
| CONSOLIDER | Journées multi-culturelles Festival de découverte des cultures du monde (artisanat, gastronomie, culture) | 5 24 11 | 5* | 3* | |

3. Analyse synthétique des ateliers – propositions

Propositions d'expériences par axe et capacité de les mettre en œuvre

AXE 2 – Lourdes destination inclusive et exemplaire

| Etape du développement / PAL | Description OFFRE | REFERENCE ACTIONS du PAL | Classement intérêt Socio-Professionnels | Regard des institutionnels T | Expression des freins / exclusion du projet |
|------------------------------|---|--------------------------|---|------------------------------|---|
| COMPLETER | Eau et Nature connexion à la nature (prégance de l'eau) | | 1* | 1* | 1 |
| DIVERSIFIER | Evénement EAU VIVE Course de défi 2/5 jours Pratique activités eau vive Sensibilisation au milieu Défi Pêche : « Truite Athlon » | | 2* | 2* | |
| DIVERSIFIER | Lourdes capitale des sports nature Créer des produits adaptés pour tous les sports Vélo, rando, outdoor Centre d'interprétation Pyrénées | 30 31 77 | | 2* 3* | 1 |
| DIVERSIFIER | Lourdes au pied des pistes Carrefour du ski Desserte des stations – commercialisation de la pratique | 31 | 6* | 2* | 4 |

3. Analyse synthétique des ateliers

Propositions d'expériences par axe et capacité de les mettre en œuvre

AXE 2 – Lourdes destination inclusive et exemplaire

| Etape du développement / PAL | Description OFFRE | REFERENCE ACTIONS du PAL | Classement intérêt Socio-Professionnels | Regard des institutionnels T | Expression des freins / exclusion du projet |
|---------------------------------|---|--------------------------|---|------------------------------|---|
| COMPLETER | Organiser le congrès des « aidants » en mixant les publics concernés et impliqués Soignants, patients, citoyens, universitaires | 15 18 | 10* | 4* | 1 |
| DIVERSIFIER compléter | Lourdes, terre de pratique du handisport / développer l'accueil Pratique courante & Entraînement d'excellence | 16 | 3* | 6* | |
| DIVERSIFIER compléter | Découverte du sport adapté Olympiades locales (associations) Créer des produits tous sports Prolonger Terre de jeux 2024 | 16 30 | 1* | | |
| DIVERSIFIER | 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 Proposer des retraites spirituelles et créer l'offre par structures adaptées, en lien avec la création de spots autour de la ville | 3 | 3* | 1* | |



3. Analyse synthétique des ateliers

Propositions d'expériences par axe et capacité de les mettre en œuvre

Des « chantiers clés » pour le développement de la destination versus TOURISME

1/ Mettre en place un dispositif de coordination pour les hébergements - Ville et agglomération

(Action en lien avec 69-70 du PAL)

Club hôtelier à mettre en place (dialogue Ville/OT/hébergeurs) / établir un lien fort avec les élus
Schéma des hébergements marchands (en lien PLU) + animer + contrôler les permis de construire

Coordination pour la reconversion (69)

Coordination et animation autour des tarifs et de la commercialisation

Coordination autour des actions communes

2/ Accompagnement des hébergeurs sur les démarches qualité

(Actio 71 du PAL)

Labels et démarches qualité dans l'accueil

Formation des équipes à la connaissance de la destination

3. Analyse synthétique des ateliers – propositions

Propositions d'expériences par axe et capacité de les mettre en œuvre

Des « chantiers clés » pour le développement de la destination versus VILLE

1/ Accessibilité – Mobilité Ville (pour aller vers et hors les murs)

Monter des produits (surmesure) selon les actions ; aider les socio-professionnels et OT à organiser des produits clés en main (stationnements notamment)

2/ Etablir une réelle coordination entre animations et commerces

Lien fort à créer entre événementiel Ville, commerces et tourisme

3/ Sécurité, propreté...

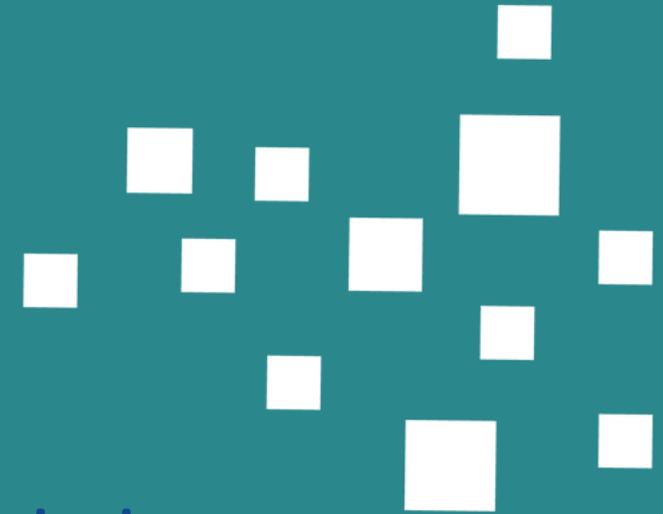
Un travail coordonné sur les 4 secteurs prioritaires de la Ville pour donner rapidement une impression de mieux faire, mieux être. (périmètre du label pour tous ?) (actions 37, 38, 44, 45, 47, 48, 58 PAL)

4/ Requalification des espaces urbains

Evaluation de la 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 | 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 sale 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. **Contexte** - Point d'avancement de la mission
2. **Enseignements des ateliers** - 23 et 28 juin 2022
3. **Analyse synthétique**
4. **Recommandations**
5. **Programmation des étapes suivantes**

4. Préconisation / recommandations

3 ETAPES MAJEURES A ENGAGER

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



4. Préconisation / recommandations

Animer et accompagner la destination

- ✓ **Mieux identifier le « qui fait quoi »** au sein des instances touristiques et mettre en place une organisation cohérente, claire et transparente, comprise par tous.
- ✓ Aligner les plans d'actions de chaque institution et échelle territoriale pour un **management de la destination optimisée.**
- ✓ Créer des **coopérations et alliances vertueuses** pour le pilotage des actions.
- ✓ Engager la Ville / Agglomération sur un pilotage technique et transverse (Notamment **Labels** et **Schéma des hébergements marchands**)

4. Préconisation / recommandations

Poursuivre l'acculturation et la prise de conscience collective

- ✓ **Faire mieux partager** : garder une dynamique d'ateliers transverses Ville / socio professionnels, animer et mettre en place les outils
- ✓ **Exemplarité de l'action de la ville** : avoir des élus face aux problématiques à investir, annoncer un planning, rendre compte.
- ✓ **Chaque acteur à sa place** : le rôle de l'OT doit être consolidé et affirmé sur les champs de l'animation et l'accompagnement.

4. Préconisation / recommandations

Fixer le CAP – Lourdes, capitale de la fraternité

Lourdes, destination mondiale, haut lieu de spiritualité

Lourdes, destination inclusive & exemplaire aidée par son territoire, au cœur des Pyrénées

- ✓ **Poser les Orientations stratégiques**

- ✓ **Feuille de route en 3 axes :**
 - Structuration
 - Attractivité
 - Performance

- ✓ **Répartir les ressources aux projets et fixer les temporalités (CT-MT)**



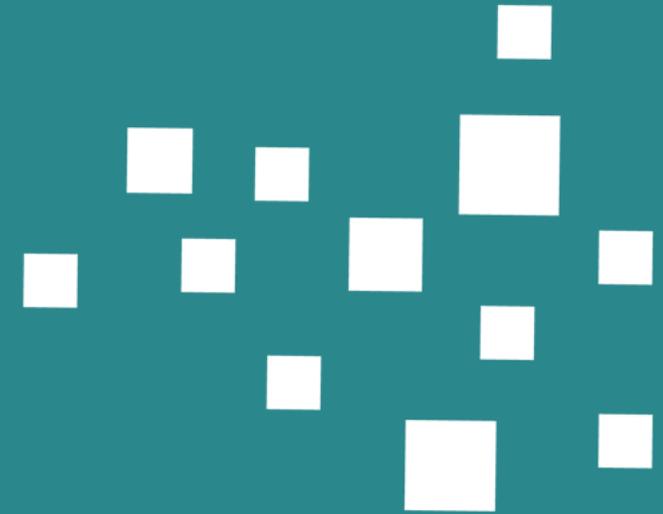
4. Préconisation / recommandations

Fixer le CAP

Poser les Orientations stratégiques

- 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 sport/ Camp de base sportif et de pleine nature / en lien avec Handisport et pour valoriser le bien-être**

Ordre du jour



1. Contexte
2. Enseignements des ateliers des 23 et 28 juin 2022
3. Analyse synthétique
4. Recommandations
5. Programmation des étapes suivantes

5. Programmation des étapes suivantes

3 ETAPES MAJEURES A ENGAGER

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

3 ETAPES MAJEURES A ENGAGER

1/ Manager la destination

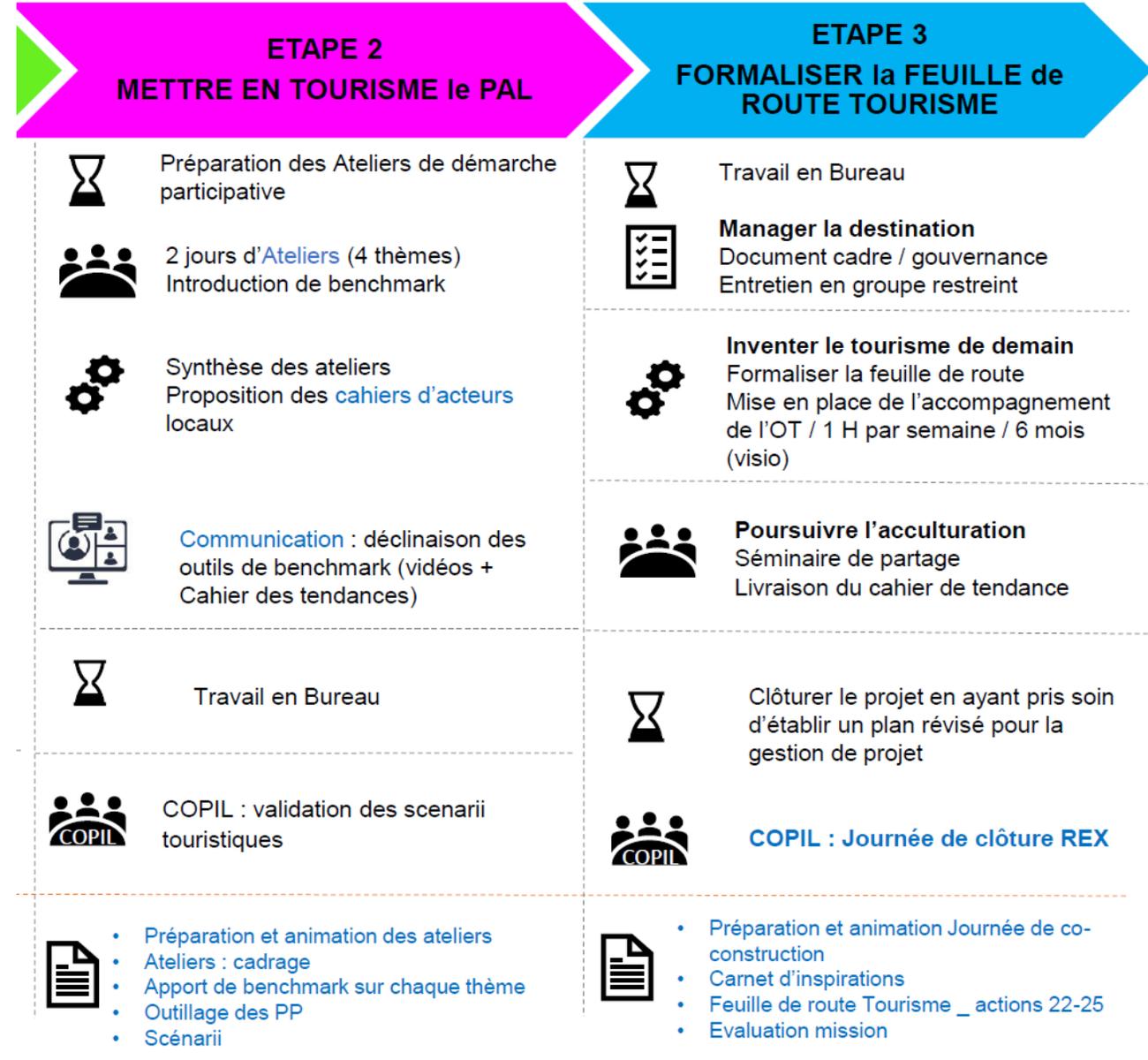
Document cadre pour des propositions de gouvernance
Entretien en groupe restreint : direction Ville + OT
Propositions finalisées en lien direction OT

2/ Inventer le tourisme de demain

Formaliser une feuille de route reliant les orientations aux fiches actions du PAL avec un tableau de bord de suivi (avec OT et Agglo)
Accompagner l'OT : alignement des plans d'action, organisation des compétences, programme d'animation des acteurs

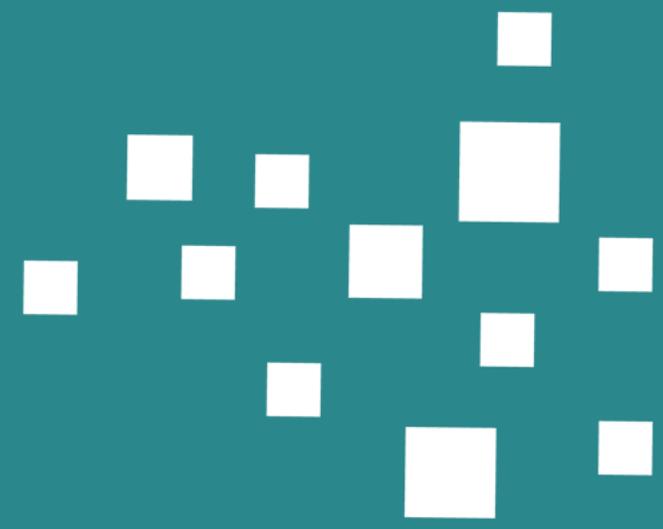
3/ Poursuivre l'acculturation

Finaliser un cahier des tendances
Etablir des « cahiers d'acteurs » = remarques aux propositions de la feuille de route
Séminaire de partage des acteurs



} 4 jours déplacés en étape 3





www.lourdes-ambition2030.com

| | | |
|---|---|---|
|  <p>Sylvie ROUILLON VALDIGUIÉ Consultante Stratégie & Management</p> |  <p>Jean François LORDAT 34 rue de Metz 31000 Toulouse</p> |  <p>Nathalie DURAND DESHAYES La Chevalerie 17700 Saint Pierre d'Amilly</p> |
|---|---|---|



ATOUT
FRANCE
Agence de développement
touristique de la France