

LOURDES

AMBITION 2030

Étape 3

Formaliser la feuille de route Tourisme du PAL

ATELIERS COLLABORATEURS OFFICE DE TOURISME DE LOURDES

Compte Rendu du Vendredi 4 novembre



ENJEU DE LA SÉQUENCE : PARTAGE DES ENJEUX ET ORIENTATIONS POUR L'AVENIR DE L'OFFICE



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...)



ANALYSER LES OPPORTUNITÉS POUR REPENSER LE MODÈLE DE L'OFFICE DE DEMAIN

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

Etre 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

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 et ses offres

Comprendre nos clients et mieux définir nos prospects

- Étude 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



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 !