

ATELIER

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

LOURDES
AMBITION 2030

23 Juin 2022

Sylvie ROUILLON VALDIGUÉ
Consultante Stratégie & Management

Sylvie Rouillon Valdiguè
1bis, Quai Lombard
31000 Toulouse



Jean François LORDAT
34 rue de Metz
31000 Toulouse

ORIGAMY
Conseil - Stratégie - Accompagnement

Nathalie DURAND DESHAYES
La Chevalerie
17700 Saint Pierre d'Amilly



Introduction

Rappel des travaux préalables

Sylvie ROUILLON pour ATOUT France – Groupement SR CONSEIL

Présentation Mission

Mission Lourdes

ETAPE 0 CADRAGE



• Étude documentaire et divers éléments



Analyse de l'état du projet
Entretiens avec des acteurs clés
Cadre des attendus : précision avec les élus et porteur projet



• Phase de travail et construction de la méthodologie d'intervention
• Echange avec Atout France



COPIL : validation du Cadre des attendus et de la méthode d'intervention



Interviews et rencontres d'opérateurs du territoire / Elus - Techniciens



• **Communication** : outils support à la démarche dont mini-site



• Supports entretiens
• Note de cadrage
• Mini-site et charte

ETAPE 1 PARTAGER VISION & ENJEUX



Benchmark et approche d'acteurs sur réseaux identifiés



Sélection d'intervenants éventuels / ateliers – légitimité benchmark



Préparation de l'atelier **Fraternité**



Atelier 1 – VISION FRATERNITE
1 jour / 2 parties



• **Communication** : déclinaison des outils de communication, support à la démarche projet



COPIL : validation des thèmes et scénarii énoncés



• Supports de présentation & animation ateliers
• Entretiens
• Benchmark et sélection d'intervenants
• Outils Communication projet

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 : validation des scénarii touristiques



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

ETAPE 3 FORMALISER la FEUILLE de ROUTE TOURISME



Travail en Bureau



Mise en place de la feuille de route
Propositions de coopération
Objectiver et guider



Journée de co-construction des actions
Rencontres des opérateurs privés et des acteurs locaux
Phase de travail et construction projet : animation des ateliers de rencontre



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



COPIL : Journée de clôture REX

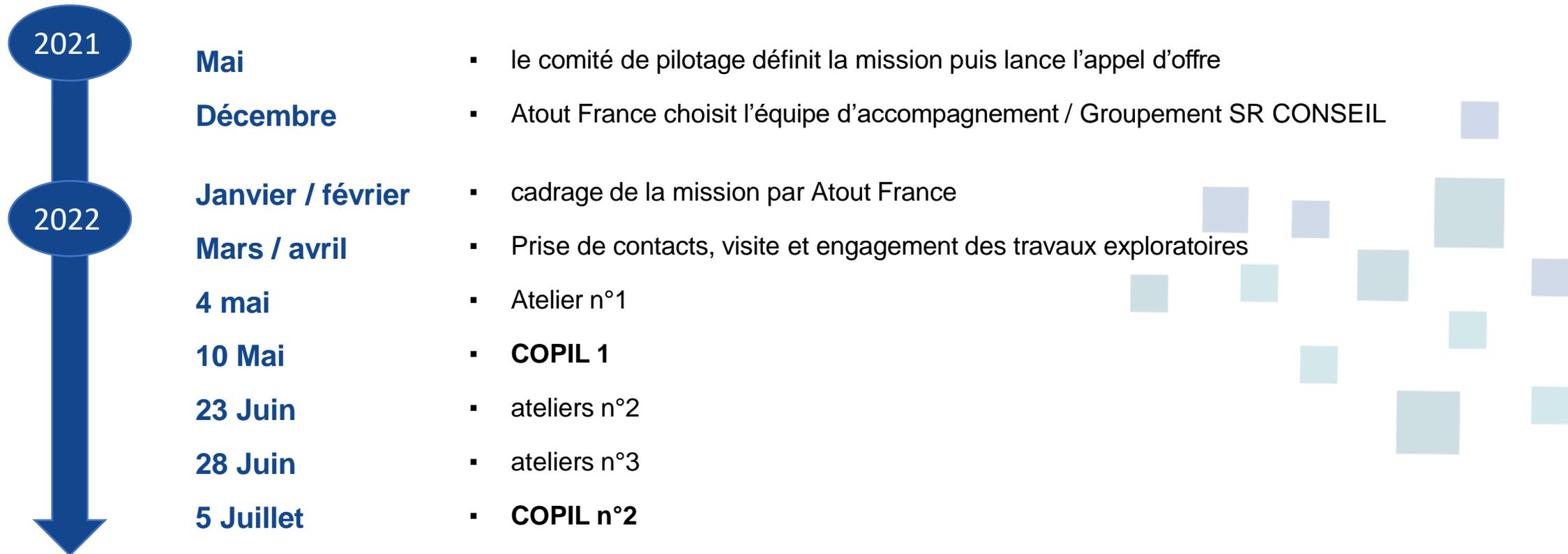


• Préparation et animation Journée de co-construction
• Carnet d'inspirations
• Feuille de route Tourisme _ actions 22-25
• Evaluation mission

Présentation Mission

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

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



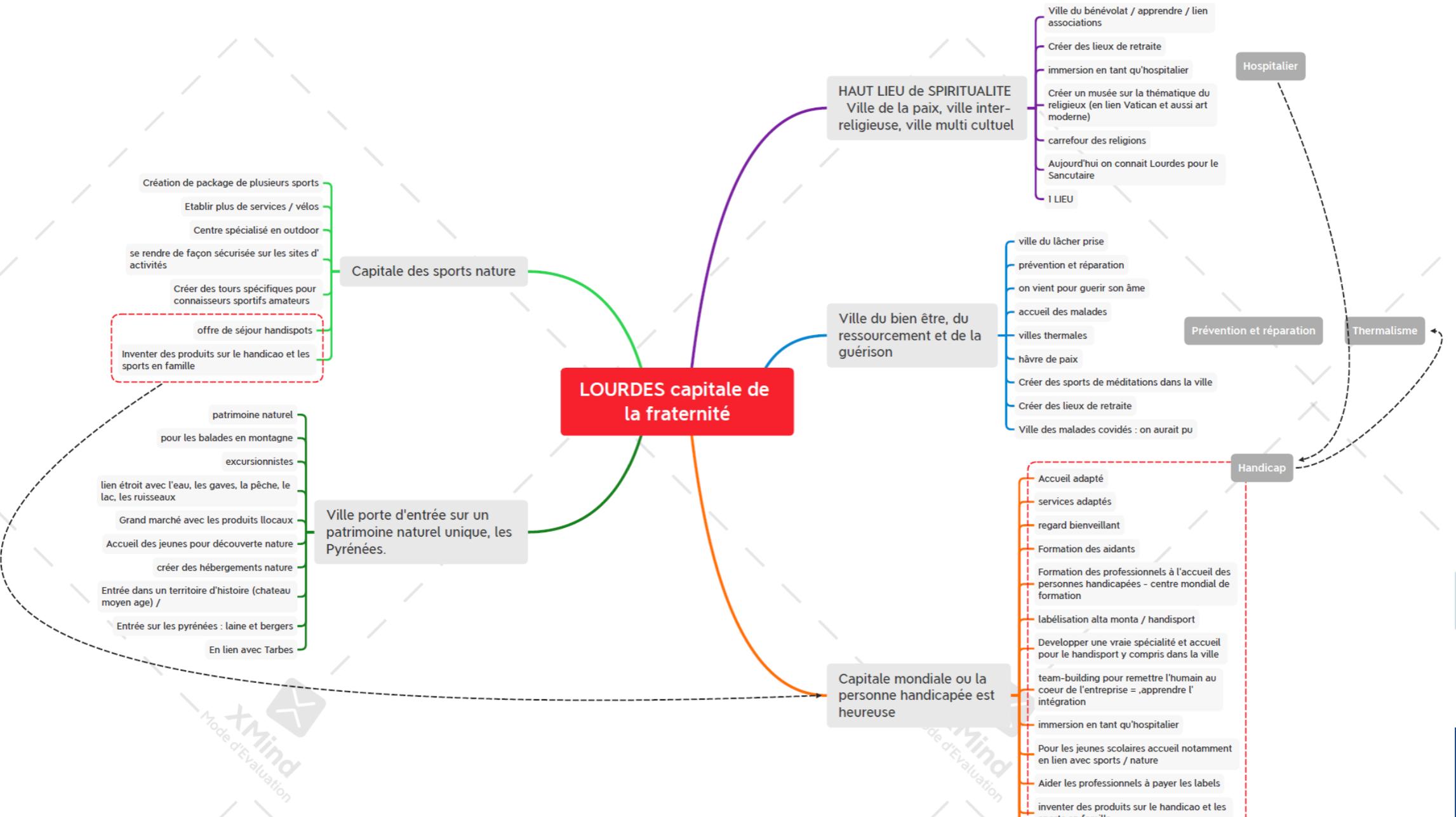
Accompagner les acteurs du territoire sur le sujet de la diversification de l'offre et des clientèles

Un **Mini Site projet** permet d'engager le dialogue et de laisser trace

<https://projet-destination-lourdes.jimdosite.com/>

www.lourdes-ambition2030.com

Une promesse différenciante issue de « l'atelier Fraternité »



Une promesse différenciante à qualifier

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)



ATELIERS du 23 JUIN 2022

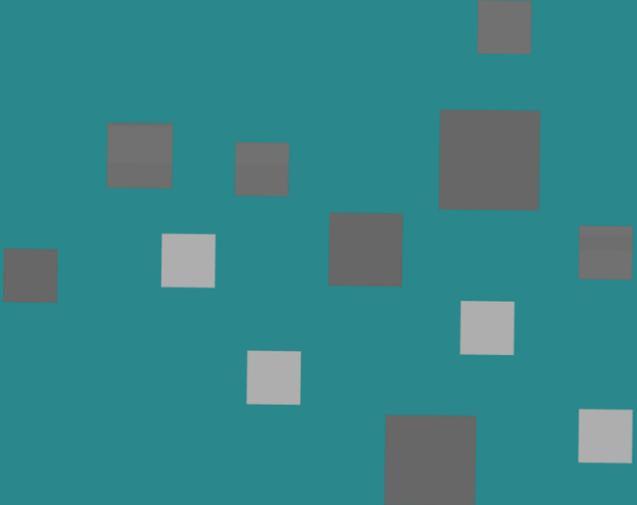
Une promesse différenciante forte de 2 positionnements complémentaires

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)

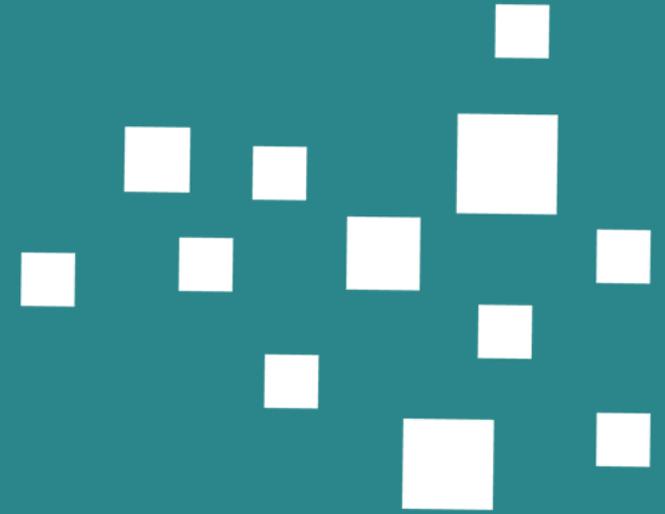
Axe 2 : Lourdes, destination inclusive & exemplaire aidée par son territoire, les Pyrénées

- Lourdes c'est l'excellence de l'hospitalité
- De l'accueil des familles vers le bien-être et les sport ; 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...)



Notre mission du jour ...de la promesse à la preuve !

Décliner la vision commune en « **expériences** » pour nos visiteurs afin d' **allonger les séjours** et de répondre aux **attentes des nouvelles** clientèles.



Déroulé de la journée du 23 juin 2022

ATELIER « De la vision... à l'expérience touristique »

- **9H/9H30 :**

Installation de la journée

- **9H30-10H :**

Partage des mots clés de la journée « se mettre d'accord sur le sens des promesses »

- **10H30 -12H30 :**

Axe 1 : Lourdes, destination mondiale, haut lieu de la spiritualité

- 2 paroles d'experts / 2 temps d'ateliers participatifs en 3 groupes / restitution

Pause déjeuner

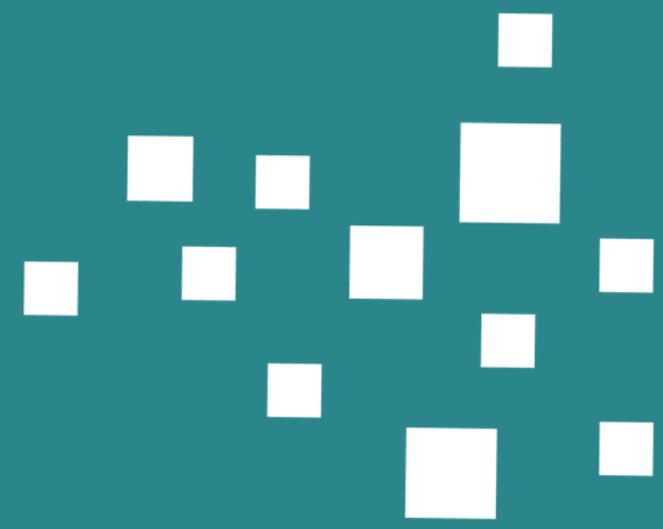
- **14H – 17H**

Axe 2 : Lourdes, destination inclusive & exemplaire

- 2 paroles d'experts / 2 temps d'ateliers participatifs en 3 groupes / restitution

. 17H : Intervention de Michel Gourinchas - Cognac International

Mot de conclusion



Éléments méthodologiques

ATELIER « De la vision... à l'expérience touristique »

Le parti-pris



l'approche expérientielle des preuves et la traduction concrète des **axes de la promesse différenciante**

L'animation



s'attachera à « agiter » les esprits pour orienter les questionnements, challenger les approches « classiques », identifier les freins ou les accélérateurs, recueillir des propositions concrètes **pour traduire la promesse touristique**

ATELIER « De la vision... à l'expérience touristique »

Les temps de co-construction



Un mix de postures pour progresser ensemble !

- **d'écoute active** permettant la reformulation déductive pour accompagner les agitations mentales collectives et progresser ensemble, la reformulation reflet pour identifier les idées clés, et la reformulation de synthèse pour clarifier et poser les actions
- **de questionnement mutuel** pour ouvrir les champs des possibles et encourager à éventuellement réorienter ses approches (clarifier, projeter, changer d'angle, orienter solutions ou actions)
- **de questions/réponses** posées par chacun pour progresser et transformer à chaque fois la réflexion en actions ou solutions (allers-retours entre le but , la réalisation et la performance des actions par exemple)

ATELIER « De la vision... à l'expérience touristique »

Les temps d'inspirations

15mn de prise de parole
d'experts !



Un mix

Les paroles d'experts se devront d'ouvrir des **perspectives** à chacun sur les sujets traités soit par une illustration, une expérience territoriale réussie ou exemplaire, soit par des benchmarks « inspirants ».

Les temps de restitution & regards croisés

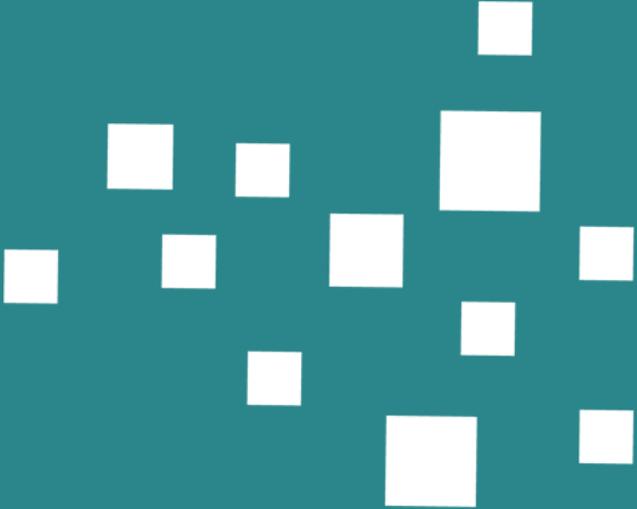


L'avis des experts

Les experts réagiront sur vos travaux produits à posteriori.

L'avis des professionnels et acteurs du tourisme : Construction « des cahiers d'acteurs »

Au-delà des restitutions des travaux en groupes, seront ouverts des cahiers d'acteurs (enrichis à posteriori par les absents) permettant la complétude et l'expression contradictoire de tous



Brisons la glace

Partageons la promesse!

ATELIER « De la vision... à l'expérience touristique »

Comment je qualifie ou je caractérise les 4 concepts suivants ?

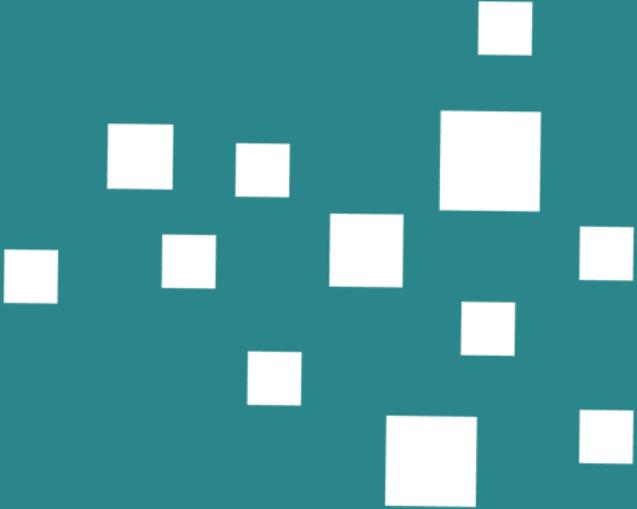
Le Jour de plus

Inclusion

Exemplarité

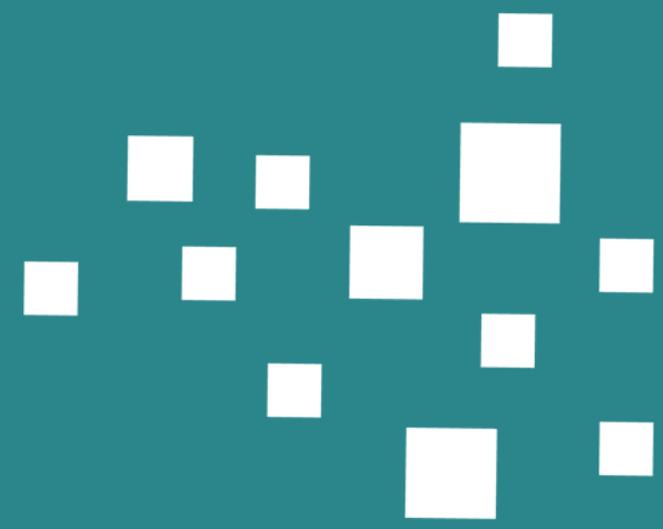
Internationalité
de la
Destination





Axe 1 : Lourdes, destination mondiale, haut lieu de la spiritualité

Inspirations Axe 1



Parole d'expert



Thierry GINTRAND

"Développer l'activité touristique grâce à un révélateur d'expériences : l'exemple de Nature is Bike"

Directeur Général de Destination Angers (SPL gestionnaire du palais des congrès, du parc des expositions, de l'office de tourisme communautaire et du convention bureau de l'Agglomération d'Angers)

Parole d'expert



**Christine HOAREAU- BEAUVAL -
« Le patrimoine et l'effet WAOUH »**

Fondatrice Le Visiteur d'Architecture

Consultante - Historienne, journaliste et conférencière, spécialiste de l'urbanisme et de l'architecture moderne et contemporaine.

Elle apportera sa vision du renouvellement urbain et son expertise de la médiation touristique et culturelle.

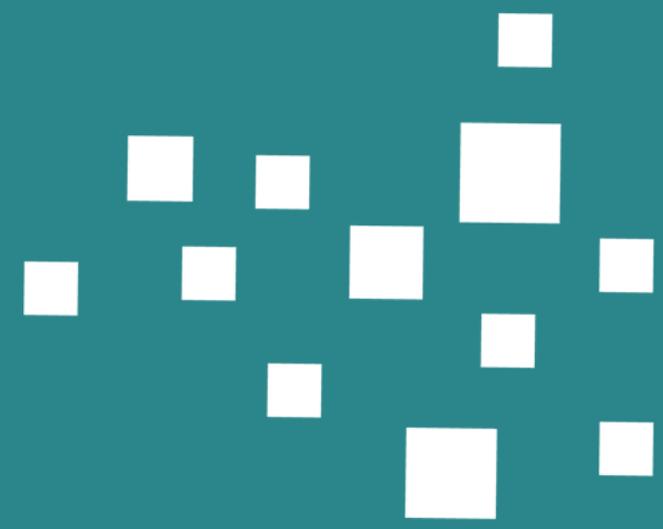
Lourdes, destination mondiale, haut lieu de la spiritualité

Objectifs :

Définir un portefeuille d'actions pour nourrir la promesse différenciante énoncée en identifiant les champs d'expériences nécessaires au regard des attentes des clientèles ciblées

Comment ?

En proposant des offres pour générer une expérience originale, différenciante et insolite, qui ait du sens pour les visiteurs cibles



Temps 1 : Dessiner les offres

Lourdes, destination mondiale, haut lieu de la spiritualité

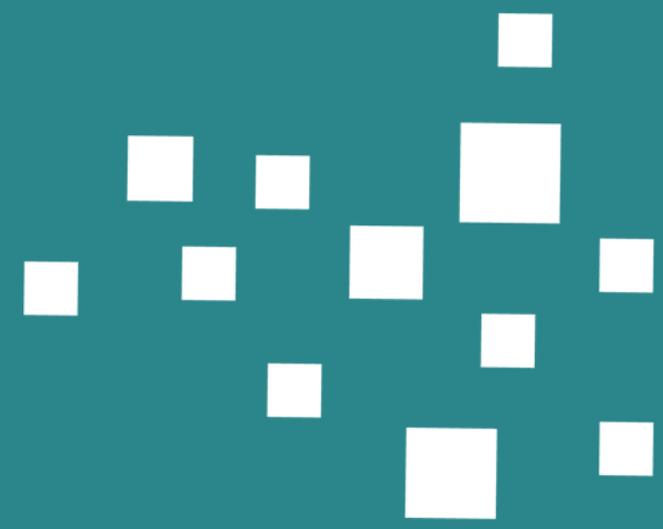
TEMPS 1 : Dessiner les offres (3 groupes pluri-disciplinaires)

- ✓ « Faciliter » la médiation et la valorisation du patrimoine historique par des parcours amplifiés et des expériences augmentées
- ✓ « Faire vivre » le patrimoine naturel et « réenchanter » le capital « immatériel » des Pyrénées
- ✓ « Donner à vivre » une ville multi-culturelle, ville de paix, carrefour des religions



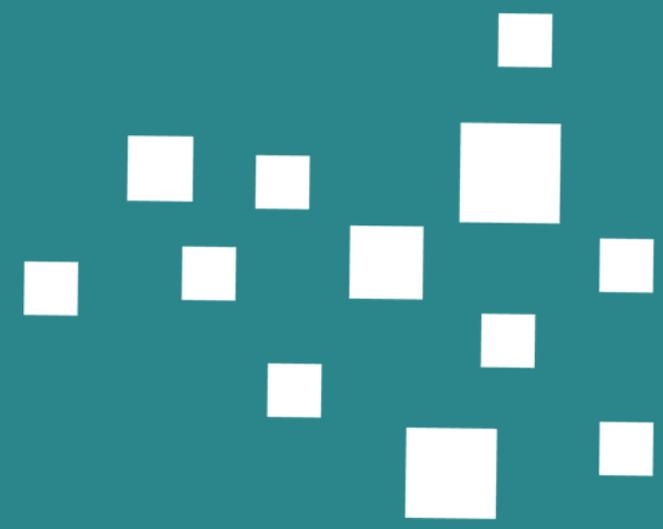
Atelier Fraternité : vos propositions d'actions

ACTIVITES		3 ACTIONS				
Activités spirituelles	Spot de médiation / bien-être		Aménagement du Béout pour PMR	2	Be my Guide : application numérique et 1 guide pour découvrir	1
Hébergements	Accompagner les structures pour monter en qualité		Créer des hébergements insolites	3	Transformer les hôtels et en faire un concept : Hôtel insolite	
Restauration	Restaurant gastronomique du Béout		Halle food en centre ville	3	Restauration en plein air au Pic du Jer	
Activités culturelles et patrimoniales	Musée sur la thématique du religieux...mais Multi-religieux	1	Parcours Bernadette interactif	1	Noël à Lourdes enchanteur	1
Commerces et artisanat	Un quartier valorisant la production locale		Création d'une Zone franche d'exonération	1	Remodeler les entrées et sorties de ville	
Activités de loisirs et sportives	Lourdes capitale des sports nature	6	Salon du vélo + séminaires		Circulation sécurisée pour le vélo entre tous les sites majeurs	1



Temps 1 : Restitution - Priorisation





Temps 2 :

Définir les offres adaptées pour chaque cible

Atelier Fraternité : attentes des cibles

	Individuels Français	Individuels étrangers
Profils	Urbain, 40 ans 2 groupes : Zone régionale (3h de route) ou Nationale Hédoniste / simplicité	Famille et/ou couple, sénior actif. Croyant qui partage les valeurs de solidarité / de spiritualité / de nature.
Attentes	<ul style="list-style-type: none"> • Bien-être et lâcher prise. • Simplicité • Spiritualité du bien-être. • Restauration – choix / liberté / produits locaux. 	<ul style="list-style-type: none"> • une expérience spirituelle unique. • Un environnement naturel exceptionnel. Ressourcement. • des lieux d'exception (tables exceptionnelles par exemple) • Pratiquer des sports de montages. • Chercher un accueil / un lien social. • Transport facilité (aéroport)
Offres	<ul style="list-style-type: none"> • 2 à 7 jours – hébergement différent. • Avril-octobre + aile de saison = week end + vacances scolaires • Des Packages 	<ul style="list-style-type: none"> • Préparation en agence de voyage – • Offre packagée / pouvoir d'achat ++ • Résa en ligne. • Très court séjour = Intégrer Lourdes comme un incontournable d'un voyage en Europe. • Toute l'année / vacances étrangères différentes que la France.

Atelier Fraternité : attentes des cibles

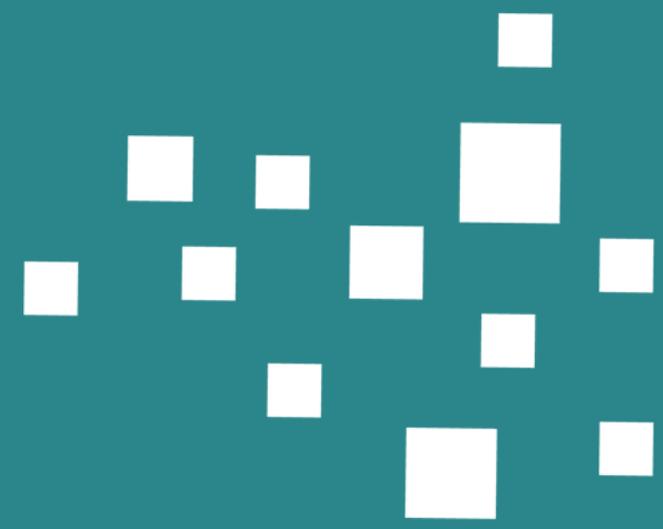
GRUPE FRANCAIS

<p>Profils</p> <ul style="list-style-type: none"> • Groupe nature / patrimoine • Groupes de jeunes. Les étudiants. • Tourisme caritatif / sportif 	<p>Groupe sportif et handisport. Groupes dans le cadre des compétitions sportives (JO / mondiaux)</p>
<p>Attentes</p> <ul style="list-style-type: none"> • les espaces patrimoniaux et naturels préservés / UNESCO. • Matériel & immatériel. • Hébergement agréé jeunesse et sport. 	<ul style="list-style-type: none"> • Valeur sport – nature – convivialité • Tout type d'hébergement. • Restauration adaptée • Labélisé : alta monta / handisport
<p>Offres</p> <ul style="list-style-type: none"> • Groupe monté par avance ou à contrario des package à proposer pour en faire des « groupes d'individualités » qui ne se connaissent pas. Ils se rencontrent. C'est aussi la fraternité • 4 à 6j • Saisonnalité. Vacances d'hiver. • Transport – s'appuyer sur le savoir-faire des autocaristes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Monter un package avec de l'optionnel • 4 à 6 j • Toute saison : trail / rando / vélo / ski • Très adapté vacances scolaires (février) • TO spécialisé sportif / fédération • S'appuyer sur les 2 jambes = fraternité =valide + non valide : Lourdes = les aidants / les handicapés.

Atelier Fraternité : attentes des cibles

GROUPE ETRANGER

Profils	<ul style="list-style-type: none"> • Séminaire d'entreprise • Retraite spirituelle via l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe Cycliste amateur • Amérique du Nord / Asie / Europe
Attentes	<ul style="list-style-type: none"> • Ils viennent chercher le dépaysement. • Remettre l'humain au cœur de l'esprit d'équipe. • Ils ne viennent pas pour le religieux • Immersion en tant qu'hospitalier pour se connecter au réel 	<ul style="list-style-type: none"> • Ils viennent pour la découverte des Pyrénées (effet Tour de France) • Avec services plus réservés aux sportifs (Restauration spécialement conçue pour les sportifs. Diététique) • Avion ou Bus
Offres	<ul style="list-style-type: none"> • Clé en main. • 3j – 2 nuits. • Soit faire du classique. • Ou du bootcamp / convivial / authentique. Tipi – tente. • Séjour toute l'année – en hiver comme en été. • Avion ou Bus 	<ul style="list-style-type: none"> • Clé en main = TO ou agence spécialisées. • 5j – 4 nuits > Ils font plusieurs spots dans le cadre d'un grand séjour. • Hôtel – 4 étoiles • Juillet principalement TDF – mais aussi toute la période où il n'y a pas de neige

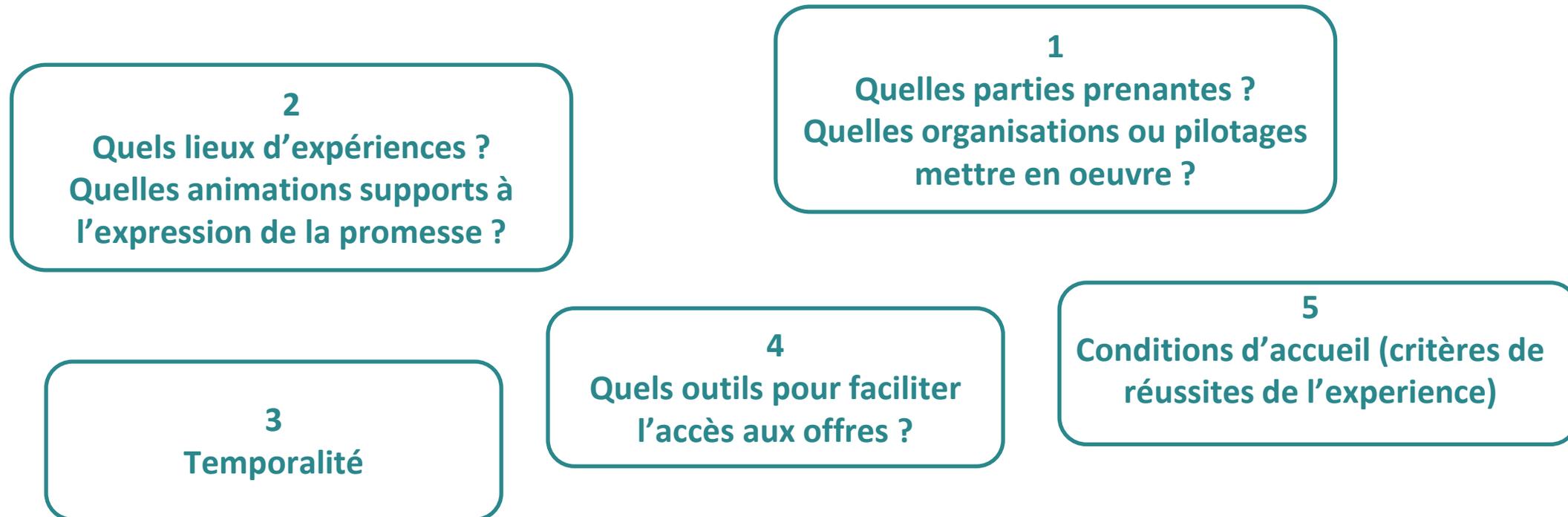


Temps 2 :

Définir comment optimiser l'expérience
touristique

Lourdes, destination mondiale, haut lieu de la spiritualité

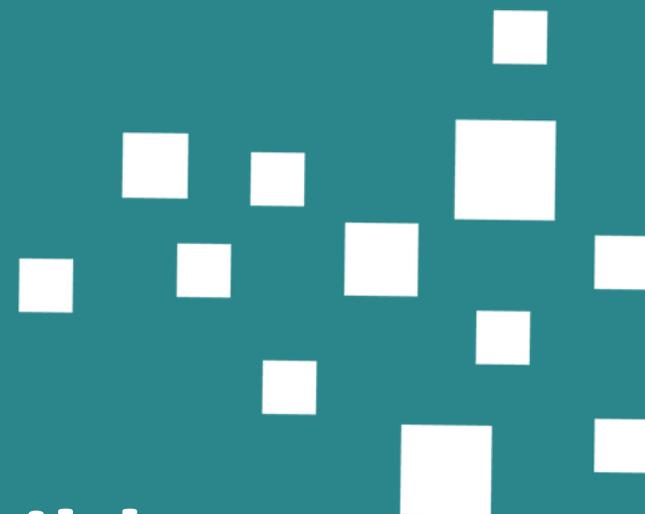
TEMPS 2 : Pour chaque offre, définir comment optimiser l'expérience touristique en fonction des clientèles cibles !

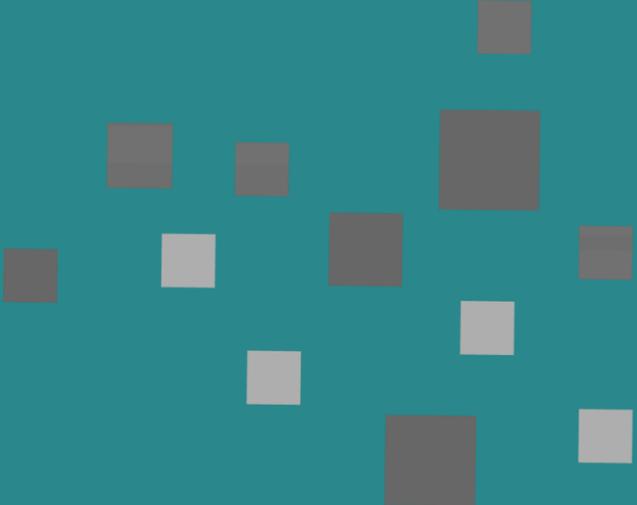


Temps 2 : Restitution des offres/cibles

Carnet d'acteurs

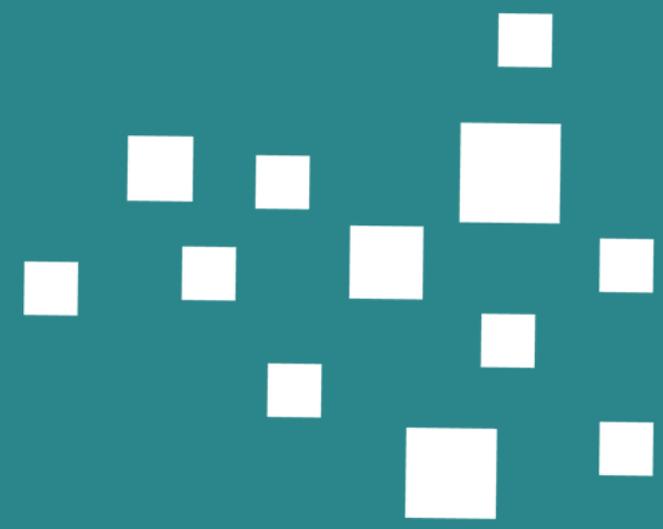
Coup de coeur & Alertes





Pause Déjeuner

Retour 14H00 !



Axe 2

Destination inclusive & exemplaire

Lourdes, destination inclusive & exemplaire

Objectifs :

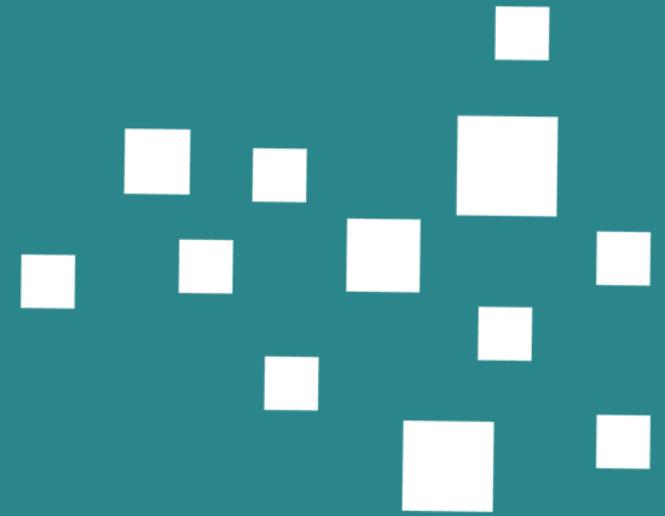
Définir un portefeuille d'actions pour nourrir la promesse différenciante énoncée en identifiant les champs d'expériences ou revue de projets

Comment ?

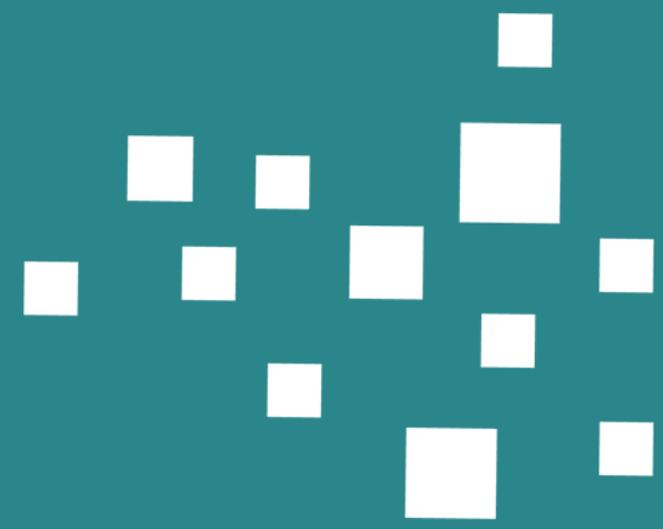
Poser des actions ou des projets pour concevoir un séjour transformationnel et faire de Lourdes un lieu d'hospitalité pour tous, une promesse garantie et réellement vécue !

Rappel des mots clés

Le sens donné et partagé ...



Inspirations Axe 2



Parole d'expert



Catherine MASSON

« les enjeux RSE au coeur de la promesse territoriale »

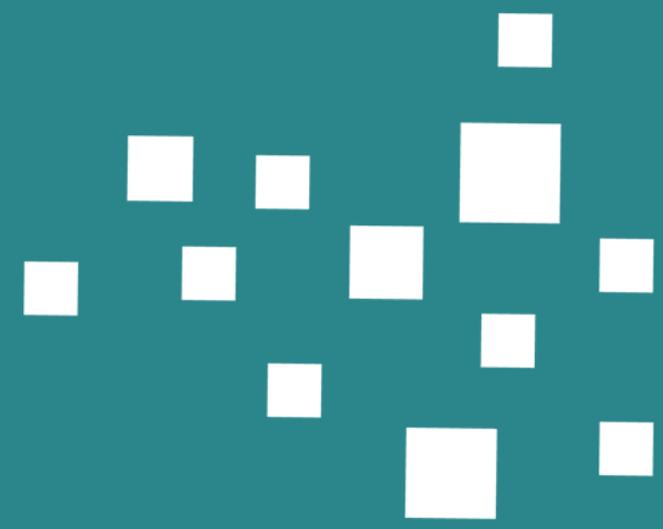
Fondatrice du cabinet Perrenis Conseil spécialiste RSO – ODD

Parole d'expert



« Vision d'un acteur local de l'inclusion »

Palmino PAOLUCCI Président de l'association « En casa »



TEMPS 1 : Définir 3 actions ou projets

Lourdes, destination inclusive & exemplaire

TEMPS 1 : Définir les offres sur les 3 items

- ✓ Faire de Lourdes un lieu d'hospitalité et une promesse garantie et réellement vécue pour TOUS !
- ✓ Inventer et proposer des offres en lien avec le bien-être et le ressourcement
- ✓ Faire émerger un cluster « CARE » dans tous ses aspects d'innovation, de formation, de lieux de réflexions et d'animations



Atelier Fraternité : vos actions

ACTIVITES

3 ACTIONS

Activités spirituelles	Spot de médiation / bien-être		Aménagement du Béout pour PMR	2	Be my Guide : application numérique et 1 guide pour découvrir	1
Hébergements	Accompagner les structures pour monter en qualité		Créer des hébergements insolites	3	Transformer les hôtels et en faire un concept : Hôtel insolite	
Restauration	Restaurant gastronomique du Béout		Halle food en centre ville	3	Restauration en plein air au Pic du Jer	
Activités culturelles et patrimoniales	Musée sur la thématique du religieux...mais Multi-religieux	1	Parcours Bernadette interactif	1	Noël à Lourdes enchanteur	1
Commerces et artisanat	Un quartier valorisant la production locale		Création d'une Zone franche d'exonération	1	Remodeler les entrées et sorties de ville	
Activités de loisirs et sportives	Lourdes capitale des sports nature	6	Salon du vélo + séminaires		Circulation sécurisée pour le vélo entre tous les sites majeurs	1

Restitution



TEMPS 2 : Définir les offres



Atelier Fraternité : attentes des cibles

	Individuels Français	Individuels étrangers
Profils	Urbain, 40 ans 2 groupes : Zone régionale (3h de route) ou Nationale Hédoniste / simplicité	Famille et/ou couple, sénior actif. Croyant qui partage les valeurs de solidarité / de spiritualité / de nature.
Attentes	<ul style="list-style-type: none"> • Bien-être et lâcher prise. • Simplicité • Spiritualité du bien-être. • Restauration – choix / liberté / produits locaux. 	<ul style="list-style-type: none"> • une expérience spirituelle unique. • Un environnement naturel exceptionnel. Ressourcement. • des lieux d'exception (tables exceptionnelles par exemple) • Pratiquer des sports de montages. • Chercher un accueil / un lien social. • Transport facilité (aéroport)
Offres	<ul style="list-style-type: none"> • 2 à 7 jours – hébergement différent. • Avril-octobre + aile de saison = week end + vacances scolaires • Des Packages 	<ul style="list-style-type: none"> • Préparation en agence de voyage – • Offre packagée / pouvoir d'achat ++ • Résa en ligne. • Très court séjour = Intégrer Lourdes comme un incontournable d'un voyage en Europe. • Toute l'année / vacances étrangères différentes que la France.

Atelier Fraternité : attentes des cibles

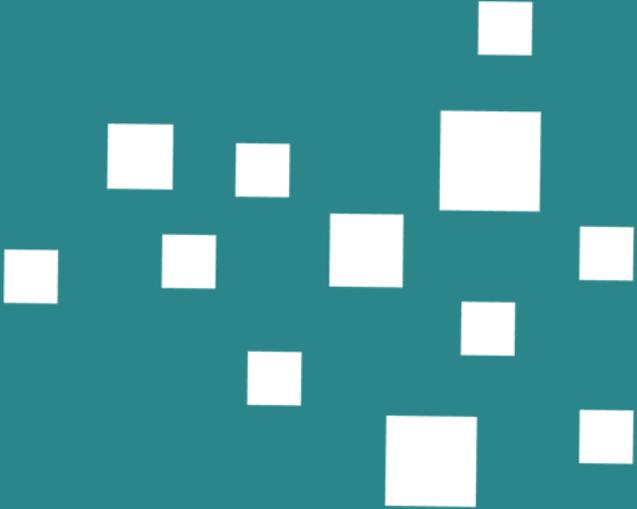
GRUPE FRANCAIS

<p>Profils</p> <ul style="list-style-type: none"> • Groupe nature / patrimoine • Groupes de jeunes. Les étudiants. • Tourisme caritatif / sportif 	<p>Groupe sportif et handisport. Groupes dans le cadre des compétitions sportives (JO / mondiaux)</p>
<p>Attentes</p> <ul style="list-style-type: none"> • les espaces patrimoniaux et naturels préservés / UNESCO. • Matériel & immatériel. • Hébergement agréé jeunesse et sport. 	<ul style="list-style-type: none"> • Valeur sport – nature – convivialité • Tout type d'hébergement. • Restauration adaptée • Labélisé : alta monta / handisport
<p>Offres</p> <ul style="list-style-type: none"> • Groupe monté par avance ou à contrario des package à proposer pour en faire des « groupes d'individualités » qui ne se connaissent pas. Ils se rencontrent. C'est aussi la fraternité • 4 à 6j • Saisonnalité. Vacances d'hiver. • Transport – s'appuyer sur le savoir-faire des autocaristes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Monter un package avec de l'optionnel • 4 à 6 j • Toute saison : trail / rando / vélo / ski • Très adapté vacances scolaires (février) • TO spécialisé sportif / fédération • S'appuyer sur les 2 jambes = fraternité =valide + non valide : Lourdes = les aidants / les handicapés.

Atelier Fraternité : attentes des cibles

GROUPE ETRANGER

Profils	<ul style="list-style-type: none"> • Séminaire d'entreprise • Retraite spirituelle via l'entreprise 	<ul style="list-style-type: none"> • Groupe Cycliste amateur • Amérique du Nord / Asie / Europe
Attentes	<ul style="list-style-type: none"> • Ils viennent chercher le dépaysement. • Remettre l'humain au cœur de l'esprit d'équipe. • Ils ne viennent pas pour le religieux • Immersion en tant qu'hospitalier pour se connecter au réel 	<ul style="list-style-type: none"> • Ils viennent pour la découverte des Pyrénées (effet Tour de France) • Avec services plus réservés aux sportifs (Restauration spécialement conçue pour les sportifs. Diététique) • Avion ou Bus
Offres	<ul style="list-style-type: none"> • Clé en main. • 3j – 2 nuits. • Soit faire du classique. • Ou du bootcamp / convivial / authentique. Tipi – tente. • Séjour toute l'année – en hiver comme en été. • Avion ou Bus 	<ul style="list-style-type: none"> • Clé en main = TO ou agence spécialisées. • 5j – 4 nuits > Ils font plusieurs spots dans le cadre d'un grand séjour. • Hôtel – 4 étoiles • Juillet principalement TDF – mais aussi toute la période où il n'y a pas de neige



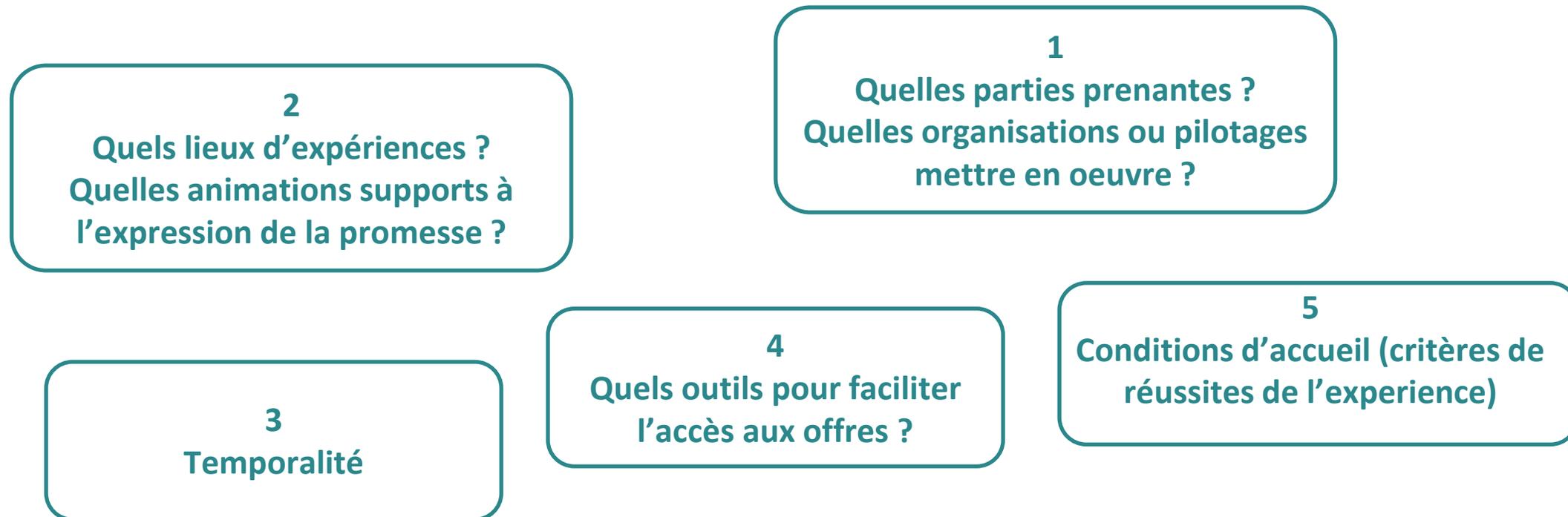
TEMPS 2 : Qualifier les expériences et accès aux offres

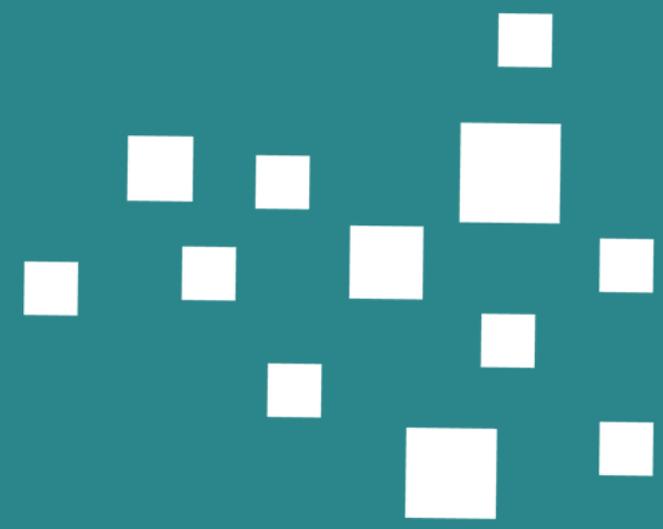
TEMPS 2 : Pour chaque cible, définir les offres adaptées !

En bonus et en transverse :
Comment séduit-on le public des jeunes ?



TEMPS 2 : Pour chaque offre, définir comment optimiser l'expérience touristique en fonction des clientèles cibles !





Restitution offres/cibles

Carnet d'acteurs

Coup de cœur & Alertes



Parole d'expert



Maire de Cognac (2014-2020)

Michel GOURINCHAS

**« La relance d'une destination par l'international : EXPLORE
COGNAC »**

A vos votes !

Expressions libres

Merci à vous

