

# LOURDES 2016-2030

# LOURDES 2016-2030

**FORCES**

**FAIBLESSES**

**MENACES**

**OPPORTUNITÉS**

# FORCES



- **Notoriété internationale** de la destination = emblème de la France
- **Les sanctuaires** = levier spirituel et organisationnel
- Service aux malades (hospitalités) et **accueil des publics handicapés** (aéroport / hôtels / autocars...)
- **Capacité hôtelière**
  - hôtels : 167 dont 129 classés
  - capacité d'accueil : 20918 places d'hébergement
  - 2,15 millions de nuitées, dont 61 % étrangères
- **Productivité accrue d'une partie du marché / Spécificité du modèle économique lourdais**

Tissu d'entrepreneurs spécialisés à fort pouvoir économique  
Groupes locaux ➔ 42 établissements qui pèsent 50% de la capacité
- **Attractivité propre des grands sites pyrénéens classés**
- **322 M€ de chiffre d'affaires lié au tourisme**

# FAIBLESSES



- **Baisse de la fréquentation**
  - ➔ contexte de crise économique
  - ➔ évolution des pratiques religieuses
  - ➔ baisse des nuitées italiennes
  - ➔ difficultés du transport ferroviaire
- **Saisonnalité limitée**
- **Lourdes autocentré** : pas assez de rayonnement « Pyrénées »
- **Accès routier, signalétique et entrées de ville**
  - ➔ non adaptés à la notoriété internationale
- **Accueil du touriste pèlerin individuel ou en famille**
  - ➔ peu de prise en charge visible
- **Spécificité du modèle économique lourdais**
  - ➔ pas de stratégie marketing
  - ➔ déficit de culture marketing et commerciale car l'activité touristique et hôtelière est exclusivement induite par la vocation religieuse de Lourdes
- **Baisse importante des nuitées** : raccourcissement du séjour moyen (2,5 jours)

# FAIBLESSES



- Une partie des **hôtels inadaptés** voire non conformes (40 hôtels soit environ 50% du parc indépendant)
  - ➔ besoin de mise aux normes
  - ➔ gestion patrimoniale et financière
- **Schéma commercial de développement et d'aménagement** inexistant
  - ➔ Pas de zone définie « stratégique » pour s'implanter sur Lourdes
- **Pression tarifaire à la baisse** sur l'hébergement des groupes
- **Fragilisation économique des TO** du fait d'une offre aérienne low cost sur les destinations déjà couvertes par les liaisons charter : problématique des aides de l'État

# MENACES



- **Représentation négative** de Lourdes = image de mercantilisme
- **Décroissance du tourisme religieux** ou de spiritualité **organisé**
- **Baisse** des prescripteurs et encadrants bénévoles
- **Concurrence** des autres sites religieux
- **Pression** des Tours Opérateurs et des intermédiaires de la distribution
- **Guerre** des prix et spirale déflationniste
- Baisse du **temps disponible** pour les activités extra-religieuses
- **Incertitude** sur l'offre de transports : train et avion
- **Risque de « grand écart »** sur l'exercice des nouvelles compétences d'une agglomération Tarbes/Lourdes
  - ➔ économie
  - ➔ tourisme

# OPPORTUNITÉS



- **Croissance** du tourisme religieux dans le monde (dont 80% de chrétiens)
- **Importance** de la part du religieux dans les déplacements internationaux à vocation culturelle
- **Proximité** entre Les sanctuaires et le Vatican
- **Conscience partagée par les acteurs locaux** de la nécessaire évolution du « produit Lourdes »
- **Développement potentiel sur les pays à forte population catholique**
  - de proximité : Pays de l'Est
  - ou plus lointains : Amérique du sud, Asie
- **Élargissement de la saisonnalité**
- **Potentiel de valorisation** lié aux Pyrénées
- **Montée en gamme** des hébergements à vocation individuelle
- **Lien cultuel / culturel**
- **Label « Destination pour Tous »**
- **Appartenance à une nouvelle agglomération élargie**
  - ➔ visibilité renforcée et moyens accrus

# ORIENTATIONS PROPOSÉES

2 axes :

**Développement touristique-religieux de la destination :**  
Fréquentation et saisonnalité

**Environnement local :**  
Accès / Transport / Urbanisme et aménagement  
Promotion / Réforme territoriale

# ORIENTATIONS PROPOSÉES

Axe 1

## Développement touristique-religieux de la destination

Fréquentation et saisonnalité



## Sur le court / moyen terme :

### Professionnalisation

- **Pérennisation d'une instance** permanente de dialogue et de concertation entre autorités civiles et religieuses
- **Optimisation** du cluster Tourisme-Spiritualité ([INTERVIEW](#))
- Évolution de la **programmation** des pèlerinages
- Mise en place d'une **démarche marketing** selon la segmentation de la clientèle à destination des professionnels et des sanctuaires
- Accompagnement dans la **gestion** hôtelière et financière (formation)
- Poursuite de la **modernisation** du parc hôtelier



## Sur le court / moyen terme :

### Communication / commercialisation

- **Promotion** des pèlerinages en groupe = partage et fraternité
- **Intégration** de Lourdes dans le circuit pyrénéen et des Pyrénées dans la destination Lourdes : culture, art, patrimoine et randonnées
- **Diversification** de l'attrait de la destination : activités de montagne, ressourcement, bien-être
- Recherche de nouveaux **investisseurs** partenaires
- Mise au point d'un plan de **communication** : workshop, presse, réseaux sociaux, sites Internet, Eductours, agences réceptives...
- **Visites papales**



## Sur le long terme :

### Professionnalisation

- Intensification de la **prospection** sur les pays lointains et/ou émergents (Amérique du sud, Asie)
- Création de **sites à vocation culturelle** dans la ville
- **Rajeunissement** de l'image de la destination



## Sur le long terme :

### Communication / commercialisation

- Recherche d'une **fondation** culturelle
- Candidature à de nouveaux **classements** de sites : Unesco, monuments historiques, label « Les plus beaux villages de France »
- Proposer Lourdes pour **l'accueil des JMJ**

# ORIENTATIONS PROPOSÉES

Axe 2

## Environnement local

Accès / Transport / Urbanisme et aménagement  
Promotion / Réforme territoriale



## Sur le court / moyen terme :

### Accès

- Moderniser et adapter les **accès routiers** : fin de la mise à 2 x 2 voies de la RN 21 reportée au CPER 2014-2020
- Moderniser et adapter les **entrées de ville** et **l'accès à la grotte** (signalétique / paysager)

### Transport

- Diversifier l'offre de transport **ferroviaire** à l'occasion de l'ouverture du rail
- Susciter une nouvelle offre de transport en **autocar** sur la destination
- Pérenniser la liaison **aérienne sur Paris** sous OSP et/ou attirer de nouveaux opérateurs
- Favoriser une offre de transport **aérien** régulier / charter sur les **pays de l'Est**



## Sur le court / moyen terme :

### Urbanisme et aménagement

- Mettre en place un **schéma de développement** commercial et des zones d'activités
- Développer la **trame verte** (les berges, le bois, le lac, pic du Jer, Béout et Pibeste) pour évoluer vers une ville plus « verte »
- Initier une démarche de « **Management de centre-ville** »

### Promotion

- Assurer la **complémentarité** EPIC/EPCI et HPTE/Région pour une **cohérence** de la promotion touristique de la destination
- Accroître le **soutien régional** à l'économie touristique
- Développer toutes les formes **d'événementiel**



## Sur le court / moyen terme :

### Réforme territoriale

- Conquérir une appartenance à la nouvelle **identité régionale**
- Bâtir une **communication d'agglomération** gagnant-gagnant entre Tarbes et Lourdes
- Adapter le périmètre des **arrondissements** pour optimiser l'appui de l'État



## Sur le long terme :

### Accès

- Problématique du **contournement** de la ville de Lourdes
- Modernisation de l'axe **RN21** (Limoges – Périgueux – Agen – Auch – Tarbes – Lourdes )

### Transport

- **Gare multimodale**
- **Coopération aéroportuaire** Tarbes / Lourdes – Pau

### Promotion

- **Mondialiser** la destination : avec quels financements pour capter la clientèle lointaine ?

### Réforme territoriale

- Offre hospitalière de **santé**