



PLAN STRATEGIQUE

Office de Tourisme

LOURDES
Cœur des
PYRÉNÉES

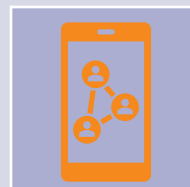
VISION



Consolider la position de leader du tourisme spirituel à Lourdes



Destination. 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



Développer l'attractivité de la destination en dynamisant la communication et la commercialisation au service du changement d'image de la destination

VALEURS OFFICE DE TOURISME

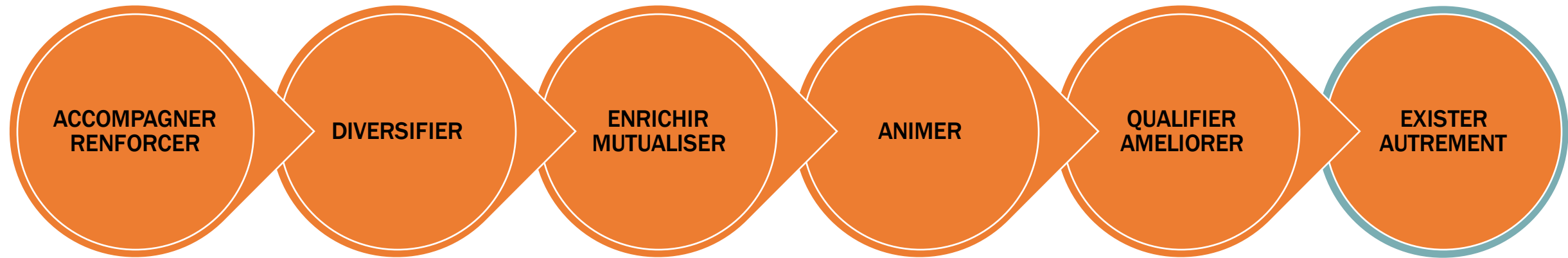
Fraternel : qui travaille en bonne intelligence avec tout le monde

Accueillant : sourire, sincérité et chaleur pour tous, avec qualité

Malin : agile, pratique, porteur de bon sens

Essentiel : simple et vrai, défenseur de son identité et son territoire

PLAN STRATEGIQUE 2023-2025



P
I
L
I
E
R
1

Conforter la
Place de
 Lourdes
 pour le
 tourisme
 spirituel

P
I
L
I
E
R
2

Conquérir
 des
 clientèles
 cibles
 camp de
 base des
 Pyrénées

P
I
L
I
E
R
3

Apporter
 du
 contenu à
 l'offre

P
I
L
I
E
R
4

Rendre
 plus
 (pro)active
 la
 destination

P
I
L
I
E
R
5

Viser
 l'excellence
 labelliser

Faire
 évoluer
 l'image de
 la
 destination

PLAN D'ACTION 2023

ACCOMPAGNER RENFORCER

- **Structurer l'action de l'Office de Tourisme et des acteurs**
 - Rencontre, partage et échange avec les acteurs locaux du tourisme
 - Calendrier évènements/actions, épine dorsale
- **Renforcer les évènements déjà existants**
 - Identifier, être présents et visibles
 - Actions ciblées d'offres et mises en avant
- **Atteindre les bonnes cibles**
 - Redéfinir les zones d'actions pour promotion et contacts
 - Valider les salons et actions de promotion
 - Relancer un calendrier de communication newsletter pro
 - Préparation salon RDV en France

DIVERSIFIER

- **Répondre aux nouvelles clientèles**
 - Créer/tester des idées de séjour nouvelles et originales
 - Etude outils et base Gestion relation Clients
 - Mobiliser les acteurs : produits, dates, évènements
 - Poursuite travail City Card
- **Devenir une destination vélo**
 - Benchmark, étude et accompagnement
 - Label OT accueil vélo,
 - Ajouter des circuits et produits, mise à jour site web
- **Accompagnement projets**
 - Accueil évènements

ENRICHIR MUTUALISER

- **Apporter du contenu à l'offre**
 - Etat des lieux, SWOT
 - Création de nouveaux produits
 - Repenser le schéma de diffusion de l'information touristique avec nouveaux produits
 - Implication des acteurs via comité
- **Faire vivre la place de marché**
 - Point interne puis partage avec les acteurs locaux du tourisme
 - Mise en place d'un planning avec mécanismes

ANIMER

- **Renforcer le dynamisme de la destination**
 - Animation des acteurs locaux
 - Partage du plan stratégique et plan d'actions
 - Travail par filière avec les acteurs volontaires, mise en marché des filières
 - Lancement d'une journée habitants, impliquer les associations
 - Office de Tourisme point de rencontre (visiteurs, pro, habitants)
 - Signer les conventions avec les organismes du territoire : sanctuaire, aéroport, HPTE, ATVG
 - Organiser des points réguliers avec ces organismes

QUALIFIER AMELIORER

- **Excellence en matière d'accueil**
 - Destination pour tous, poursuite terrain
 - Connaissance du territoire : visites terrain, partage
 - Labels : Qualité Tourisme (chef de file de l'action locale), Accueil Vélo
 - Travail des filières/qualification
 - Accompagnement : classement hôtelier
 - Renfort nombre adhérents CRTL, Atout France... phase offensive coordonnée