

PROCES-VERBAL
COMITE DE DIRECTION DE L'OFFICE DE TOURISME DE LOURDES
DU 12 SEPTEMBRE 2025

Etaient présent(e)s : Mesdames, CABANNE, MAZUREK, BORDE, XERRI dit SCERRI et Messieurs LAVIT, DAUBANES, LEMAITRE, DILMI, LABORDE, CAZENAVE, CABARRY, FUSTER, VINUALES

Le président précise que Mme Aubert est excusée et accueille M. Cabarry, désigné suppléant à la place de M. Durand qui a quitté ses obligations.

Il expose l'ordre du jour et donne ensuite la parole à Mme Giles, la Directrice.

1. COMPTE RENDU DES DECISIONS DE LA DIRECTRICE

En application de la délégation qui lui a été donnée par le Comité de Direction du 9 décembre 2022, la Directrice rend compte des décisions prises depuis le précédent Comité de Direction.

Francine GILES présente trois décisions prises depuis le dernier CODIR :

- **Partenariat Atout France / Plan Destination France :**
 - Contrat signé avec le groupe Rouge Vif (janvier 2025) pour la réalisation du Code de marque (31 662,50 € HT). Objectif : déclinaisons du nom, logo, ligne éditoriale.
 - Contrat signé avec le cabinet G2A (mars 2025) pour la mise en place d'un **observatoire touristique et économique** (39 900 € HT). La plateforme permettra un suivi en temps réel, cumulatif et prospectif de l'activité.

Laurent PONZO insiste sur l'importance stratégique de cet outil. Il invite les membres du CODIR à relayer l'information auprès de leurs collègues et confrères pour favoriser l'adhésion des prestataires. L'observatoire fonctionne sur la base de données **remontées de manière anonymisée** : chaque prestataire se connecte et contribue, ce qui permet une analyse collective et individuelle.

Un exemple concret pour comprendre l'intérêt de cette connexion : si, en avril, les données montrent qu'en juin la fréquentation d'une nationalité chute (cas actuel du marché italien), l'outil permet de mettre en place un plan d'action concerté, ciblant ce marché ou en réorientant la promotion.

Autre champ d'application : intégration de divers indicateurs, comme la consommation d'eau, la gestion des bio-déchets... Cela permettrait, en cas de problème, d'anticiper et d'adapter la gestion à chaque échelle.

Cet observatoire servira non seulement au pilotage de l'activité touristique et économique, mais également à la gestion de crises éventuelles (pandémie, aléas climatiques, etc.).

Il rappelle que la participation est gratuite pour les prestataires. Plus les professionnels seront nombreux à contribuer, plus l'outil sera efficace et générateur de retours utiles pour l'ensemble de la destination.

- **Projet complémentaire – Valorisation du terroir et de la gastronomie** : contrat signé avec le cabinet **Frères Patacq** (26 600 € HT) pour une étude stratégique et la mise en place d'actions événementielles et d'une feuille de route opérationnelle à 5 ans.
-

2. BUDGET 2025 – DECISIONS MODIFICATIVES

M. Lavit, le président, aborde ensuite plusieurs points concernant la gestion du budget 2025.

a. **Subvention départementale :**

Un dossier de demande de subvention a été déposé afin de subventionner l'aménagement intérieur de l'antenne de l'OT, rue de la grotte. Ce dossier a été statué en juin et la commission permanente a accordé 42 655 € (50 % d'un projet de 85 310 €). Il est proposé aux membres du Codir l'inscription budgétaire de cette subvention sous la forme suivante :

En recettes : 42.655€ au compte 1313

En dépenses : 42.655€ au compte 2313

b. **Travaux Bureau d'information touristique :**

La partie des travaux réalisés par la Ville a pris du retard face à des aléas de chantier, notamment lié à la découverte d'amiante. Reprise du chantier jusqu'en décembre 2025 pour la partie extérieure et travaux d'aménagement intérieur début 2026. L'antenne devrait ouvrir en mars 2026.

Afin d'ajuster la comptabilité, les dépenses prévues sur le budget investissement 2025 sont transférées sur un compte d'actifs (chap. 23 « immobilisations en cours »), évitant de déclencher l'amortissement avant la fin des travaux.

Il est donc proposé de modifier sur la section dépenses du budget d'investissement les lignes budgétaires, comme suit :

Du compte 2184 au compte 2318 = 47.805,91€

Du compte 2135 au compte 2313 = 50.000€

Du compte 21741 au compte 2313 = 50.000€

c. **Salon Lourdes-Pyrénées Summit:**

Comme prévu dans le plan d'actions et budget 2025, un salon professionnel sera organisé par l'Office de Tourisme : **Lourdes Pyrénées Summit** les 16 et 17 octobre 2025.

L'objectif est d'engager une action de mise en valeur de la destination et ses divers atouts auprès des programmeurs touristiques, de créer une valorisation économique en mettant en relations partenaires locaux et prestataires voyagistes.

Le budget prévisionnel estimé est de 100.000 € (transport-restauration-organisation) auto-financé et prévu au budget 2025. A l'approche de l'organisation, l'Office de Tourisme va devoir procéder aux premiers règlements qui doivent être émis sur le chapitre 011 « Charges à caractère général »

Il est donc proposé de transférer le montant de 100 000 € du chapitre 67 -compte 678 (charges exceptionnelles) vers le chapitre 011-compte 6233 (charges à caractère général)

Les décisions sont adoptées à l'unanimité.

3. TABLEAU DES EMPLOIS

Mme Giles explique qu'à date de fin août et fin octobre, les contrats d'alternance en cours à l'OT prennent fin.

Il est proposé la création d'un nouveau poste d'alternant d'1 à 2 ans à compter d'octobre 2025, avec une rémunération comprise entre 53 % et 61 % du SMIC.

Aide de l'État : 5 000 €.

- Objectif : pallier le manque de ressources, notamment sur le dossier *Destination pour Tous* et à l'accueil.

Point adopté à l'unanimité.

4. PRESENTATION DU POLE COMMERCIALISATION & DELIBERATIONS

Francine GILES rappelle que l'Office de Tourisme a créé au printemps un poste de chargé de commercialisation et présente, à l'appui d'un diaporama projeté en séance, les objectifs, la démarche et le cadre de ce nouveau pôle. Elle insiste sur la volonté de clarifier le projet afin de lever tout doute et de montrer en quoi il s'agit d'un service complémentaire, et non concurrent, aux acteurs existants.

Objectifs et cadre

- ✓ Contribuer à promouvoir la destination en incitant de petits groupes de visiteurs (hors pèlerinage) à prolonger leur séjour, grâce à des offres packagées (journée, demi-journée, séjour).
- ✓ Créer des retombées économiques locales en favorisant la consommation et l'allongement de la durée de séjour.
- ✓ Renforcer l'image de la destination avec des offres lisibles, qualitatives et cohérentes.
- ✓ Répondre à une demande avérée (étude clientèle 2024, nombreuses sollicitations directes à l'OT).

Elle précise que le cadre légal du Code du tourisme permet à l'OT d'organiser et de vendre des séjours, dans le respect des obligations réglementaires. De plus l'OT est légitime pour assumer cette mission (animateur de destination, connaissance fine du territoire, titulaire de la licence d'agent de voyage).

Démarche et engagements

La Directrice expose les principes fondateurs du projet :

- Travail en coopération avec les prestataires volontaires
- Transparence sur les marges et volumes.
- Conventions de partenariat établies sur la base de critères objectifs et équitables.
- Co-construction des produits packagés avec les professionnels locaux.
- Rôle d'allié des acteurs locaux face aux évolutions des OTA et de l'IA dans la distribution touristique.

Phases opérationnelles

À l'appui du PPT, elle décrit les étapes déjà réalisées et celles en cours :

➤ **Étapes déjà réalisées :**

- Définition des segments de marché.
- Définition des critères de partenariats.
- Rédaction et cadrage des conventions et CGV.
- Premières prises de contact avec les prestataires.

➤ **En cours / à venir :**

- Création des offres packagées.
- Mise en ligne des premières offres pilotes.
- Rédaction d'un manuel de vente.
- Lancement de la promotion des offres dans la communication globale de la destination.

Laurent PONZO complète la présentation en insistant sur la nécessité de combler les « *trous dans la raquette* ». Certaines demandes de visiteurs ne trouvent aujourd'hui aucune réponse sur le marché local ; le rôle de l'OT est alors de structurer une offre adaptée, tout en redirigeant vers les opérateurs locaux existants dès lors qu'ils peuvent prendre le relais.

Il met en avant l'importance d'une offre cohérente avec l'ADN de Lourdes et des Pyrénées, pour éviter une dérive vers des activités déconnectées de l'identité du territoire. L'objectif est de construire, avec les professionnels locaux, une offre lisible et authentique, qui s'inscrive dans l'intérêt collectif et dans une stratégie de long terme.

Conclusion de la présentation

La Directrice conclut en rappelant que l'OT n'entend pas se substituer aux acteurs locaux mais travailler avec eux, dans une logique de coopération. Les bénéfices attendus sont clairs : diversification de la clientèle, allongement des séjours, retombées économiques concrètes pour les socio-professionnels, et moindre dépendance aux subventions.

DELIBERATION SUR LES MARGES

À la suite de cette présentation, les membres du CODIR sont invités à se prononcer sur deux points essentiels :

a) Taux de marge

Proposition d'une marge variable de **5 % à 35 %** du chiffre d'affaires selon la nature des prestations vendues.

Mme GILES et M. PONZO rappellent qu'une marge unique serait inadaptée : chaque produit génère des coûts différents, et la flexibilité est nécessaire pour couvrir les charges fixes (RH, outils de réservation, gestion, promotion, service client) tout en assurant la pérennité du modèle.

M. VINUALES exprime une réserve sur l'amplitude du barème, estimée trop large et suggère une marge fixe.

L.PONZO explique la logique de marge commerciale (et non de commission), adaptée à la diversité des produits. Et Mme GILES confirme la nécessité d'une expression de vote pour sécuriser juridiquement la démarche vis-à-vis du Trésorier payeur et de la Cour des comptes.

Après échanges, il est convenu qu'un **bilan d'évaluation** sera présenté au bout d'un an, afin d'ajuster le dispositif si nécessaire.

Point adopté avec recommandations.

b) Conventions de partenariat

Le comité autorise la Directrice à signer des conventions avec les prestataires partenaires.

Ces conventions, adaptées au pôle réceptif, définissent les conditions de collaboration (qualité, obligations, facturation) et s'appuient sur un modèle en cours de validation juridique (CGV, TVA).

Point adopté.

Les deux points font l'objet d'un vote favorable. Les délibérations sont adoptées.

5. DIVERS

a) Représentation à l'Office de Tourisme Intercommunal Tarbes-Lourdes-Pyrénées

L'assemblée générale de l'office tourisme intercommunal Tarbes-Lourdes-Pyrénées a défini, le 29 avril dernier, la composition de son Conseil d'administration.

Malgré la définition de son territoire de compétence, il a été jugé bon d'intégrer en son sein 2 membres de chaque OT (Lourdes et Tarbes) dans le but de travailler en cohérence sur tout le territoire de la communauté d'agglomération. Il a été convenu que la présence d'un élu et d'un technicien serait pertinente au regard des sujets de stratégie touristiques abordés.

M. Lavit propose la candidature de Mme Giles (technicienne) et propose à l'assemblée de candidater. M. Lemaître (élu) propose sa candidature. Pas d'autres candidats.

Après avis des membres du Codir, les candidatures proposées sont adoptées.

b) Lourdes-Pyrénées Summit 16 et 17 octobre 2025

Organisation en phase opérationnelle : 40 inscrits à date, dont 12 pays étrangers.

Budget prévisionnel du salon (comme évoqué précédemment) : 100.000€ auto-financé

Partenaires institutionnels associés sur le financement et organisation des post-tours: CRTL Occitanie, HPTE, Atout France.

Programme prévu :

- 16/10 : activités découverte + RDV professionnels + apéritif dinatoire au château.
- 17/10 : RDV professionnels + ateliers conférences + activités découverte + dîner.
- 18/10 : post-tours (grands sites des Pyrénées).

Activités découverte

Option 1 – Spiritualité & découverte immersive du Sanctuaire

Option 2 – Culture & patrimoine: au-delà du spirituel

Option 3 – Nature & activités de plein air dans les Pyrénées

Ateliers conférences

Le Sanctuaire en pratique

L'essentiel de la destination

Informations diverses

- ✓ **Ligne aérienne Lourdes–Paris TLP** confirmée (Volotea), nouvelles perspectives avec Lisbonne, projets d'ouverture vers l'Espagne et l'Allemagne.
- ✓ **Travaux du pont** : M. LAVIT confirme le respect du calendrier (livraison prévue fév./mars 2026).
- ✓ **Problématique déchets (SYMAT)** : M. VINUALES, hébergeur, évoque des difficultés persistantes, malgré les progrès déjà avancés (doublement des passages). Il est acté la nécessité d'une réunion de concertation en fin de saison.
- ✓ **Location meublée touristique (Airbnb)** : Plusieurs hébergeurs membres du CODIR expriment leur inquiétude face à la progression constante des locations meublées touristiques sur Lourdes (près de 400 annonces recensées à ce jour). Ils soulignent la concurrence que cela représente, notamment pour les établissements hôteliers, et le manque de régulation qui accentue la pression sur le marché local.

En réponse, la Directrice rappelle que ce sujet est identifié et suivi attentivement, à la fois au niveau national et local. Les échanges confirment que la **future loi LeMeur** attendue au printemps 2026 devrait instaurer un dispositif de régulation renforcé, notamment via l'obligation pour chaque propriétaire de disposer d'un numéro d'enregistrement. Ce système permettra aux collectivités d'avoir une meilleure visibilité et de contrôler plus efficacement l'offre, afin de rétablir un équilibre entre les différentes formes d'hébergement. Il est convenu que l'Office de Tourisme restera attentif à l'évolution de ce cadre réglementaire et accompagnera les professionnels dans le suivi de sa mise en œuvre.

- ✓ **Sanctuaire** : Le Père Daubanes, recteur, évoque la fréquentation en hausse, notamment sur ce dernier mois d'août. Il exprime aussi le travail en cours des services du Sanctuaire qui consiste à proposer une meilleure répartition des pèlerinages sur la saison.

L'ordre du jour et questions diverses étant épuisés, la séance est levée.