LE TOURISME SPIRITUEL EN FRANCE

Qu'est-ce que le tourisme spirituel

Le dernier congrès international sur le tourisme spirituel a été organisé par l'Organisation Mondiale du Tourisme en novembre 2014. *« Grâce à leurs caractéristiques historiques, culturelles et naturelles uniques, les pèlerinages présentent d'énormes opportunités de renforcer la capacité du tourisme d'encourager le dialogue interculturel et de contribuer à la protection des sites religieux et spirituels »* a affirmé le Secrétaire général de l'OMT, Taleb Rifai.

En quête de ressourcement ou de sens à leur vie, nombreux sont les touristes qui visitent les lieux du patrimoine religieux en France.
Se cultiver, découvrir le patrimoine français, entrer dans l'histoire d'un lieu, ancré dans une foi et une région, prendre le temps d'une visite apaisante : telles sont les motivations qui conduisent à faire du tourisme spirituel.
En ville, la séduction des grandes cathédrales, témoins de l'histoire, ne se dément pas.

« Les touristes ne sont pas nécessairement croyants ou pratiquants, mais lors de leurs vacances, ils cherchent à rompre avec le quotidien, le temps d'une parenthèse bénéfique, ils sont en quête de ressourcement, voire d'un sens à leur vie », souligne Géraldine Ballot, présidente de l'Association des villes sanctuaires de France. *« Avec le désir contemporain de bien-être, de traditions, d'écologie, les sanctuaires apparaissent comme des lieux complets, susceptibles de séduire dans leur globalité. Il s'agit d'un patrimoine culturel vivant : on y rencontre des personnes et des valeurs essentielles. Ils s'inscrivent aussi souvent dans un patrimoine naturel. A plusieurs titres, on peut y faire l'expérience du dépassement de soi. L'engouement pour les chemins de Saint-Jacques de Compostelle en témoigne »*.

Le secteur est dynamique, sachant renouveler son offre, pour répondre à de nouvelles attentes parfois moins liées aux aspects religieux mais plus proches d'une quête de spiritualité ou d'un simple ressourcement personnel ou plus prosaïquement à la découverte d'un patrimoine culturel et historique.

Qui sont les touristes

La filière Tourisme et Spiritualité concerne plusieurs cibles de touristes et de visiteurs:

- les pèlerins au sens strict du terme,
- les personnes en quête de sens ou de ressourcement personnel
- et les amateurs de patrimoine et de culture attirés par l'histoire et l'architecture des sites.

Le poids de ces secteurs constitue un des leviers économiques importants pour les territoires, pour lesquels spiritualité et culture sont une composante de leur image et de leur attractivité.

Les atouts de la France

Sur les 87 millions de touristes étrangers venant chaque année en France 20 millions viennent pour des motifs de quête spirituelle et religieuse.
37% des déplacements internationaux sont liés au tourisme culturel dans lequel les aspects religieux et spirituels ont une part importante ; ils représenteraient 44% de l'ensemble du tourisme culturel en France. *(OMT - 2014)*

Historiquement, la France est une des mères fondatrices de l'Église catholique. Aussi, au même titre que l'Italie, l'image de la France a toujours été fortement associée à des valeurs religieuses.

Par son positionnement au cœur de l'Europe, (avec 5 routes des Chemins de Saint-Jacques de Compostelle qui la traversent) la diversité de ses lieux de culte et de pèlerinage, la France est le pays européen qui présente la plus grande variété d'offres en matière de tourisme spirituel.

- 50 000 édifices religieux (monastères, abbayes, cathédrales, églises, synagogues, mosquées, etc....)
- dont 10 000 d'entre eux sont classés Monuments Historiques Protégés et ouverts au public.
- La France compte 163 sanctuaires.

Des sites exceptionnels, dont certains classés à l'UNESCO, d'une renommée internationale, drainent une foule de visiteurs et de pèlerins.

Profil des participants

Pour cette 1re édition de l'événement, ce sont 69 tour-opérateurs en provenance de 24 marchés qui se retrouveront à Lourdes pour rencontrer 40 exposants français
Durant la journée de workshop, ils pourront développer leurs contacts et échanges commerciaux dans le cadre de plus de **1100 rendez-vous préprogrammés**.

69 tour-opérateurs internationaux

24 marchés touristiques sont représentés sur *Spiritual France*, soit un éventail très large du tourisme émetteur mondial.

Allemagne	Indonésie
Argentine	Italie
Autriche	Japon
Belgique	Liban
Brésil	Pérou
Canada	Philippines
Chili	Pologne
Colombie	Portugal
Corée du Sud	Royaume-Uni
Croatie	Russie
Espagne	Slovénie
Hongrie	
Inde	

La délégation la plus nombreuse vient d'Italie, avec 13 prescripteurs présents.

PROVENANCE DES TOUR-OPERATEURS PRESENTS

54% Europe

23% Amérique du Sud

16% Asie

4% Amérique du Nord

3% Proche et Moyen Orient

40 exposants, professionnels du tourisme spirituel de toute la France

Les exposants représentent des hébergements, des réceptifs, des transporteurs, des sanctuaires, des sites culturels et spirituels, des offices de tourisme, CDT et CRT.

Exposants par secteur d'activité

40%	Organisme de promotion : OT, CRT et CDT
20%	Hébergement
15%	Site culturel et/ou spirituel
10%	Sanctuaire
7,50%	Transport
7,50%	Réceptif

PROMOTION DU TOURISME SPIRITUEL : L'ACTION DE ATOUT FRANCE

Le Cluster Tourisme et Spiritualité de Atout France regroupe 30 organismes dont l'activité principale touche à la spiritualité, quelle que soit la religion, et qui souhaitent unir leur efforts pour promouvoir la filière tourisme de spiritualité à l'international.

Les grands sites de pèlerinage, membres actifs de l'Association des Villes Sanctuaires, 16 destinations, 6 hôteliers ainsi que 3 agences réceptives sont membres du Cluster.

Une stratégie de promotion a été mise en place avec Atout France afin de renforcer la programmation de séjours en France autour du tourisme spirituel.

Les cibles visées en priorité, sont les clientèles à fort potentiel :

- Séniors actifs et jeunes des pays matures
- Nouvelles classes moyennes des pays émergents
- Groupes de pèlerins

6 marchés stratégiques ont été identifiés afin d'y mener des actions de promotion : l'Italie, l'Espagne, le Brésil, l'Inde, les Philippines/Indonésie, les États-Unis.

Afin de sensibiliser au mieux les clientèles de ces marchés, les actions menées s'adressent à 2 cibles :

- la presse et les influenceurs, pour lesquels le Cluster organise des workshops, des accueils de presse ainsi qu'un communication ciblée sur les réseaux sociaux.

- les professionnels du tourisme étrangers (agents de voyages, tour-opérateurs), qui sont régulièrement conviés à participer à des formations, éductours, des workshops... Atout France organise également des démarchages pour les professionnels français sur ces marchés et sensibilise aussi des réseaux alternatifs de distribution tels que les paroisses ou associations...

Manuel des ventes Tourisme et Spiritualité à destination des professionnels internationaux