



**HAL**  
open science

## Lourdes : le tourisme religieux dans la tourmente

Nathalie Jarraud, Sylvie Clarimont

► **To cite this version:**

Nathalie Jarraud, Sylvie Clarimont. Lourdes : le tourisme religieux dans la tourmente. *Revue Espaces*, 2022. hal-03625405

**HAL Id: hal-03625405**

**<https://univ-pau.hal.science/hal-03625405>**

Submitted on 30 Mar 2022

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# Lourdes, destination de tourisme religieux face à la crise

Petite ville de 13 389 habitants (Insee 2017) située sur le piémont pyrénéen, dans le département des Hautes-Pyrénées, Lourdes jouit d'une remarquable renommée internationale. Elle est devenue, à partir de la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, un lieu majeur de pèlerinage et est considérée aujourd'hui comme un haut-lieu du tourisme religieux, au sens de lieu doté d'une forte notoriété et « investi d'une valeur sacrée » dans lequel se développent des pratiques hybrides, des « interactions d'intensité variable entre pratiques rituelles, à caractère religieux et profane » (Chevrier 2021).

L'essor et la massification du tourisme lourdaise a favorisé le développement de la part des professionnels du tourisme d'une stratégie de rente, longtemps lucrative, mais aujourd'hui ébranlée par une crise multifactorielle antérieure à 2020 et amplifiée par la crise sanitaire (Jarraud et Clarimont 2021). Un rapport de 2016 soulignait déjà le caractère structurel de la dégradation du contexte socio-économique lourdaise (Ville de Lourdes 2016) sur lequel cet article se propose de revenir après une rapide présentation du contexte lourdaise.

## I. Lourdes, le développement d'une cité mariale

Lourdes s'est affirmée comme un haut-lieu de pèlerinage marial au cours de la seconde moitié du XIX<sup>e</sup> siècle, à partir des apparitions de la Vierge Marie à la jeune Bernadette Soubirous, en 1858. D'abord fréquentée par des pèlerins venus à pied de leurs paroisses montagnardes pour se recueillir devant la grotte de Massabielle, cette commune de 4 000 habitants allait rapidement bénéficier d'une « audience nationale puis internationale » (Chadefaud 1987, 400). Des lieux dédiés à l'accueil des fidèles commencèrent à être érigés : la crypte fut achevée en 1866, la basilique de l'Immaculée Conception qui la surplombe en 1873, puis la basilique du Rosaire, en 1889. Le premier pèlerinage national fut organisé en octobre 1872. Puis les pèlerinages se sont multipliés et ont pris de l'ampleur. Le pèlerinage national du Salut a rassemblé 9 000 personnes en 1883 et plus de 50 000 en 1903 (Baumont 1993). En 1958, la première édition du Pèlerinage Militaire International a réuni 40 000 pèlerins de 11 pays (Diocèse aux armées 2020). « Symbiose du profane et du sacré, du spirituel et du temporel », le pèlerinage lourdaise caractérisé par des déplacements de masse et sur de longues distances, de fidèles dont une bonne part de malades,

s'est développé en conciliant « des stratégies des organisations ecclésiastiques et des impératifs économiques d'entreprises capitalistes, de tailles diverses, intéressées dans le transport, l'hébergement et l'accueil des fidèles » (Chadefaud 1987, 404).

Sans être isolé, le « fait Lourdes » s'inscrit dans un contexte favorable et tire profit d'un regain de religiosité dont témoigne la proclamation par Pie IX, le 8 décembre 1854, du dogme de l'Immaculée conception. Il bénéficie également de la révolution des transports permettant un accroissement considérable de l'aire d'attraction du Sanctuaire. L'arrivée du chemin de fer en 1866 a ainsi contribué à cette augmentation rapide des visiteurs de Lourdes : « ces trains en branle, ces trains venus de partout, convergeant tous vers le même creux de roche, où flamboyaient des cierges » (Zola [1894] 1995). Grâce aux 525 trains spéciaux affrétés pour le cinquantième des apparitions, Lourdes accueille un million de visiteurs. De centre de pèlerinage local puis régional, Lourdes est devenu, au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, un centre de pèlerinage international (Nolan 1992). À la veille de la première guerre mondiale, Lourdes accueille 933 632 pèlerins ; après une phase de repli des flux due au conflit, une reprise s'amorce en 1921, interrompue par la crise économique de 1929, puis le second conflit mondial (Chadefaud 1987, 404-5).

Sensibles à la conjoncture internationale tout comme aux célébrations exceptionnelles (commémorations des apparitions par exemple), les flux de pèlerins ont connu des oscillations interannuelles parfois fortes, même si, globalement, le nombre de pèlerinages a eu tendance à croître jusqu'à atteindre, à la fin des années 2010, un total de 700 pèlerinages officiels par an, nombre qui peut être doublé si l'on tient compte des 700 autres groupes de pèlerinages non enregistrés. Le Sanctuaire de Lourdes a lui aussi évolué avec le nombre croissant de pèlerinages. Il emploie désormais 240 personnes permanentes et environ 80 saisonniers (La Dépêche 2020) sans compter les milliers de bénévoles qui viennent apporter une aide ponctuelle surtout pendant la saison des pèlerinages.

Le nombre d'hôtels a augmenté en conséquence pour atteindre un total de 714 établissements hôteliers, en 1960, en comptabilisant tous les types d'hôtels et pensions de famille (Statistiques Insee, CRT, HPTE, Office de Tourisme). Malgré une baisse drastique à 135 hôtels en 2021 (Insee), Lourdes est toujours considérée comme la deuxième ville hôtelière de France, en termes de capacité. Elle occupe une place essentielle dans les Hautes-Pyrénées, car ses nuitées hôtelières représentent 75% de celles du département. Si l'on ne considère que les nuitées étrangères,

Lourdes absorbe 94% de celles du département contre 55% pour les nuitées françaises (HPTE 2019).

C'est une destination saisonnière, conformément au calendrier des pèlerinages, du dimanche des Rameaux en mars ou avril jusqu'à la Toussaint en octobre. Le reste du temps, la majorité des hôtels et commerces demeurent fermés. Une exception est toutefois faite pour le 11 février, date anniversaire de la première apparition de 1858. Pendant quelques jours au mois de février, l'activité de la ville reprend. Les hôtels, les restaurants et les commerces réouvrent pour permettre l'accueil des pèlerins. Ils referment ensuite leurs portes jusqu'au week-end des Rameaux.

Mgr Olivier Ribadeau Dumas, recteur du Sanctuaire Notre Dame de Lourdes, décrit un « écosystème » dont « le sanctuaire est le moteur ». Il affirme que « 1 euro investi dans les sanctuaires, c'est 12 euros investis dans la ville » (Le Figaro 2020a). L'économie de Lourdes étant principalement fondée sur le tourisme religieux, s'il n'y a pas de pèlerinage, son activité se met en pause, ce qui la rend d'autant plus vulnérable à la crise actuelle.



*Figure 1 : Sanctuaire Notre Dame de Lourdes, 27 mars 2021, S. Clarimont*

## II. Une destination en crise

### A. Une situation difficile avant même la crise sanitaire

Aujourd'hui, Lourdes est une commune à la population vieillissante et en déclin continu depuis 1968 sous l'effet d'un solde naturel et d'un solde migratoire tous deux négatifs (Insee, RP de 1968 à 2017). Le taux de chômage y est élevé : 25,7 % en 2017 et en croissance par rapport à 2007 (16,9 %) ce qui témoigne d'une dégradation de la situation économique de la commune. Le taux de résidences secondaires y est faible : 10,7 % en 2017. Pourtant, Lourdes demeure une importante destination touristique avec un parc d'hébergement marchand fort de 23 450 lits au 01/01/2021 dont près de 85 % correspondent à des lits hôteliers, selon l'Insee). Le taux de fonction touristique y est donc très élevé (plus de 216 lits pour 100 habitants) et plus de la moitié des actifs a un emploi dans le secteur du commerce et des services en lien avec cette spécialisation marquée dans le secteur du tourisme.

Faiblement diversifié, le tourisme lourdaise est très dépendant des visiteurs internationaux, principalement européens. Avant la crise, Lourdes comptait 789 617 arrivées pour 2 142 383 nuitées dans l'hôtellerie (Insee, 2019). 63 % des visiteurs étaient internationaux et parmi ceux-ci, 86 % étaient européens (Insee, 2019). L'Italie, l'Espagne, le Royaume-Uni et l'Irlande se plaçaient en tête des nuitées étrangères, en 2018 (figure 2).

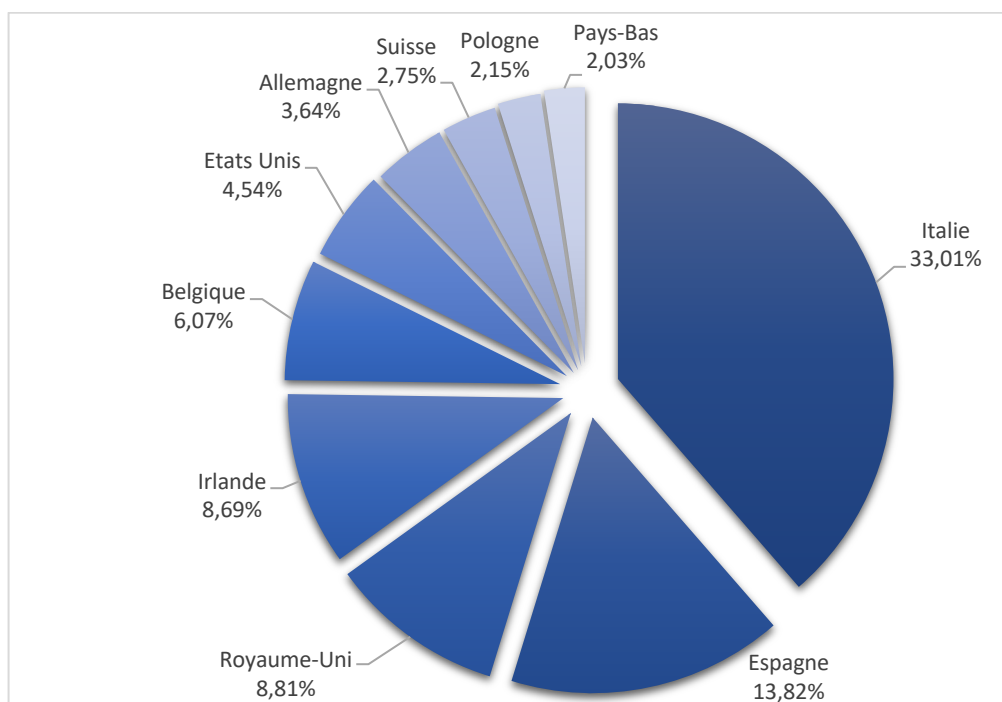


Figure 2 : Part des nuitées étrangères supérieures à 2% en 2018, Insee

Cependant, ces flux de pèlerins s'ils demeuraient massifs, tendaient, depuis la visite du pape Benoît XVI en 2008, à stagner ou légèrement diminuer. Lourdes accusait également, avant la pandémie, une forte réduction de son offre d'hébergement et de faibles taux d'occupation. Si l'on ne considère que les hôtels classés, leur nombre a augmenté en parallèle du nombre de pèlerins jusqu'à atteindre un total de 275 en 1993, ce qui correspond à près de 15 000 chambres (Insee). Entre 1993 et 2021, le nombre d'hôtels a accusé une chute de 63% (figure 3). Le nombre de chambres classées a suivi cette tendance, mais avec une diminution un peu moins forte jusqu'à 9 904 chambres en 2021, soit une baisse de 41%. Les hôtels se sont donc regroupés et/ou agrandis. Le nombre moyen de chambres par hôtel à Lourdes étant de 72 clés alors que la moyenne nationale est de 37 (Coach Omnium 2020). Le taux d'occupation dans l'hôtellerie est l'un des plus bas de France, avoisinant les 50 % (50,9 % en 2018 et 47,5 % en 2017) (HPTE 2018). Le taux moyen pour l'hôtellerie française était de 62,5% en 2018 (61,2% en 2017), le taux le plus bas de 58,1% datant de 2009 au lendemain de la crise économique (Coach Omnium 2020).

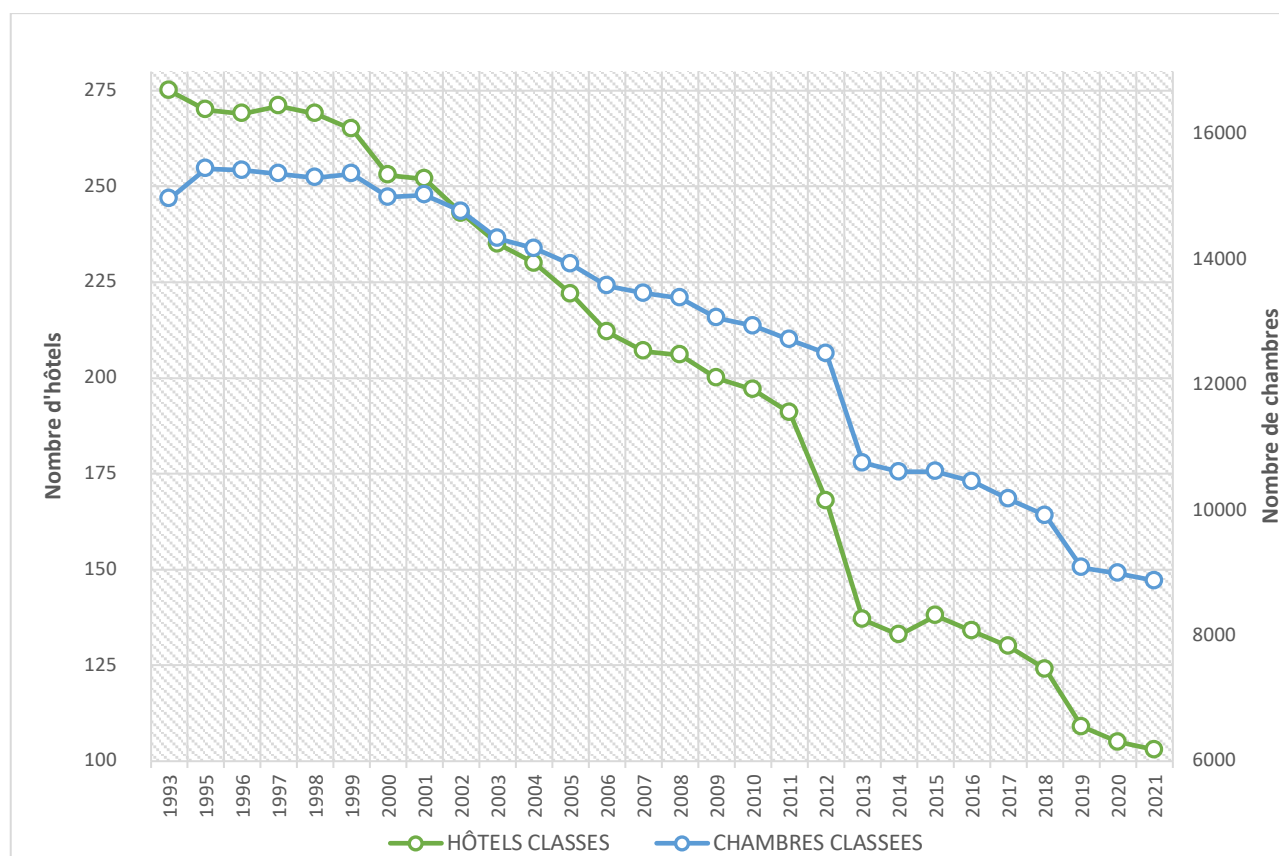


Figure 3 : Évolution du nombre d'hôtels et de chambres classés

Lourdes semblait donc réunir, avant même la survenue de la crise de 2020, plusieurs des indicateurs relevés par le géographe R.W. Butler (1980) pour désigner une destination en phase de stagnation voire de déclin : une forte dépendance à l'égard du tourisme et d'un type très particulier de clientèle - des pèlerins internationaux aux revenus souvent modestes - ; une massification excessive de la destination entraînant une détérioration des conditions d'accueil ; un vieillissement de certaines structures d'hébergement très dégradées et de certains commerces ; un repositionnement complexe. À cela s'ajoutait un espace urbain fragmenté opposant quatre espaces distincts : la ville historique, la ville du Sanctuaire, la ville hôtelière et celle des quartiers prioritaires de la politique urbaine (Ville de Lourdes, 2016).

De l'aveu même de l'un des acteurs majeurs du tourisme religieux lourdaise, le recteur du Sanctuaire : « La crise liée au Covid bouscule indiscutablement un certain confort et un modèle un peu éculé » (Le Monde 2021) et conduit à envisager des changements dans un système touristique établi voici plus de 160 ans.

## B. Lourdes à l'épreuve de la crise de la Covid-19

L'arrêt de l'économie du tourisme puis la reprise lente et incertaine a très fortement affecté le système lourdaise. Les pèlerinages étant basés sur le principe de grands rassemblements, ceux-ci sont les plus touchés par la crise. En période d'arrêt ou de diminution des voyages avec parfois des restrictions importantes pouvant aller jusqu'à la fermeture de frontières pour certains pays, Lourdes souffre d'autant plus du fait de son internationalisation de la destination et de sa dépendance à l'égard d'une clientèle à majorité étrangère. La clientèle de Lourdes est particulièrement âgée, des personnes fragiles ou malades dont les déplacements sont remis en cause par la pandémie. Sans malades, ni personnel hospitalier, les 100 000 bénévoles qui se rendent chaque année à Lourdes n'ont plus de raison de venir. La baisse du nombre de visiteurs qui avait été amorcée depuis le début des années 2000 est désormais drastique.

En 2019, le Sanctuaire a accueilli 522 720 pèlerins dans le cadre d'un pèlerinage organisé (Sanctuaire Notre Dame de Lourdes, chiffres rapportés par les pèlerinages) et a estimé à 500 000 le nombre de pèlerins venant individuellement ou en petits groupes. En 2020, suite à l'annulation de 95% des pèlerinages, le Sanctuaire a accueilli un total de 25 000 pèlerins en pèlerinages organisés, ce qui représente moins de 5% des chiffres de l'année précédente. Le Sanctuaire a enregistré un manque à gagner historique de 8 millions d'euros. Pour l'année 2020, la perte d'activité de la destination Lourdes s'élève à 90%.



Face à un déclin amorcé depuis le début du XXI<sup>e</sup> siècle et une crise sanitaire sans précédent, quelles peuvent être les adaptations mises en place par la destination ?

### III. Vers un nouveau modèle ?

#### A. Le Sanctuaire à l'ère du numérique

La crise bouscule les usages du numérique et représente un « accélérateur de la transformation numérique des territoires » (Firdaous et Hanan 2021). Le passage à l'ère du numérique n'est pas un fait nouveau pour le Sanctuaire qui lançait sa première webcam en l'an 2000. La crise n'a fait qu'amplifier ce phénomène. C'est pour répondre à la demande des pèlerins du monde entier que le Sanctuaire s'est doté de webcams plus puissantes, de systèmes de diffusion plus performants et d'une chaîne de télévision propre. Sa révolution numérique s'est poursuivie avec le passage à la haute définition, et l'ouverture de comptes sur les réseaux sociaux : Youtube pour toutes les rediffusions, mais aussi Facebook, Instagram et Twitter.

Suite au premier confinement de 2020 et aux interdictions de circulation, le Sanctuaire a doté certaines de ses églises de webcams haut de gamme et d'une régie de production adaptée, capable de retransmettre des pèlerinages en temps réel. L'objectif était de pouvoir partager avec ceux qui ne pouvaient se déplacer, les temps forts des délégations qui ont pu se rendre à Lourdes. Ces innovations ont conduit à la naissance du pèlerinage hybride.

La numérisation a pris un autre tournant avec la création, le 16 juillet 2020, du premier pèlerinage virtuel. Avec l'aide de l'agence de publicité Havas, le Sanctuaire a mis en place une journée de rassemblement virtuel, pour retransmettre, moments de prière, célébrations, chapelets et processions. Des personnalités ecclésiastiques, des directeurs de pèlerinages, des hôteliers et des artistes sont venus parler de leur passion pour Lourdes lors d'un plateau télévisé en direct de la grotte. Ce programme a été diffusé en une dizaine de langues depuis les chaînes de télévision partenaires de l'évènement dans le monde entier, mais aussi sur les réseaux sociaux. Quatre pages Facebook ont été créées pour l'occasion permettant de répondre à l'appel aux dons lancé par le Sanctuaire. Les prêtres se sont improvisés Community Manager d'un jour en répondant aux 200 000 messages de solidarité et d'intentions de prières. Ce pèlerinage virtuel remporta un franc succès avec une audience cumulée de 80 millions de téléspectateurs.

Aujourd'hui le service communication du Sanctuaire s'est restructuré et a embauché un Community Manager à temps plein pour gérer leurs comptes sur les réseaux sociaux.



## B. Une diversification de la clientèle

A l'axe principal de tourisme religieux, la nouvelle municipalité souhaite ajouter un programme basé sur le positionnement de Lourdes au cœur des Pyrénées. Tout en consolidant le noyau du tourisme de groupes de pèlerins, l'objectif est de décliner l'offre de Lourdes sur la spiritualité, le patrimoine, la culture, la nature et le sport pour attirer des touristes-visiteurs. Avec le projet de territoire « Lourdes, cœur des Pyrénées », les autorités locales pourraient élargir la gamme de clientèle et faire venir des touristes pour le positionnement géographique de la destination. Ce type de clientèle implique également une complémentarité d'un tourisme de groupes avec une clientèle de touristes « non accompagnés », venant seuls, en couple, en famille ou entre amis. Cette diversification passe par une revalorisation de l'image de la destination ainsi qu'une amélioration de la qualité de l'accueil. Ce projet de territoire s'étend au-delà du domaine du tourisme. Son ambition a deux dimensions : d'un point de vue touristique, attirer un nouveau type de clientèle et d'un point de vue économique, diversifier l'économie lourdaise pour ne plus dépendre d'une filière touristique mono-segmentée.

Même bien avant la crise, certains hôteliers, ne souhaitant plus travailler avec les groupes et agences, avaient engagé un repositionnement vers une clientèle individuelle. Des hôtels ont été entièrement rénovés pour répondre à une demande de ce type et non plus de groupes. Aujourd'hui, ces hôtels ont plus de facilité à traverser la crise. Le Sanctuaire lui aussi avait misé sur cette clientèle individuelle en développant des produits destinés à des pèlerins ne venant pas en groupe organisé. La crise n'a fait que renforcer cet axe de développement.

## C. Le Plan de relance pour Lourdes : un « moment historique pour la ville »

Dans le plan de relance du tourisme, présenté en mai 2020 par le premier ministre, le gouvernement a introduit la mesure 21 incluant un programme spécifique pour Lourdes. A l'été 2020, une visite officielle de plusieurs ministres à Lourdes souhaitait montrer « le soutien de l'ensemble du gouvernement à une ville particulièrement touchée par la crise économique et sanitaire » (Le Figaro 2020b). Une feuille de route contenant 47 actions destinées au soutien de l'économie a été élaborée pour éviter un effondrement de la destination et 140 millions d'euros ont été mobilisés auprès des acteurs économiques et touristiques de la ville. Un an plus tard, le 16 juillet 2021, c'est le président de la République lui-même qui se déplaçait dans la cité mariale. Le Plan Avenir Lourdes destiné à définir une stratégie d'attractivité a été développé à la suite de cette visite. Le premier ministre, J. Castex, s'est rendu à Lourdes, le 17 février 2022, pour signer

ce programme économique de 100 millions d'euros comportant 100 actions pour transformer durablement la destination et que le chef du gouvernement a qualifié de « moment historique » (La Nouvelle République des Pyrénées 2022). Ce plan de relance ambitieux à mettre en place en collaboration avec tous les partenaires institutionnels et acteurs du tourisme est orienté vers un développement touristique et économique équilibré, une requalification urbaine, un fort engagement social pour une ville durable et une amélioration de l'attractivité de la destination.

De nombreux projets sont à l'ordre du jour tels que la création d'un sommet international de la paix, la constitution d'un chemin de Bernadette, la construction d'un auditorium permettant de recevoir des événements de rang mondial, l'inscription d'une partie de la ville au patrimoine mondial de l'UNESCO, la création d'un grand musée à l'image du Louvre-Lens. Dans une démarche de positionnement de Lourdes au cœur des Pyrénées, sont également mis en avant l'évolution du Pic du Jer en centre d'entraînement de vélo ainsi que la volonté de devenir centre d'accueil de sportifs en améliorant équipements, infrastructures et services. La diversification économique sera guidée par de nombreux autres projets tels que la structuration de la filière laine pyrénéenne à Lourdes, la création d'un quartier dédié aux savoir-faire pyrénéens, la réflexion sur le développement d'une filière santé, handicap et bien-être et le développement de l'enseignement supérieur. La reconfiguration urbaine de la ville passera par l'établissement d'un Schéma Directeur Urbain (SDU) intégrant de nombreux projets comme la rénovation et la valorisation des trois places centrales du centre-ville, la modernisation des halles, la requalification de l'ensemble de l'espace public de la ville historique et médiévale, la reconstruction du pont Peyramale, le réaménagement des berges du Gave, l'embellissement des façades, la réfection des entrées du Sanctuaire, la valorisation des friches urbaines en habitat et services à la population auxquels s'ajouteront la réalisation d'un plan de mise en accessibilité de la voirie et des équipements publics, la candidature de la ville pour l'obtention du label « destination pour tous », le développement des voies douces avec notamment des projets de piétonnisation, la connexion du centre historique avec la zone touristique par l'installation d'ascenseurs urbains, enfin la mise en place d'un nouveau plan de circulation, de stationnement et de gestion des flux par des outils innovants et numériques dans une dimension de « smart city ».

## Conclusion

La crise sanitaire a mis à mal un système lourdaise déjà fortement ébranlé, depuis la fin du XX<sup>e</sup> siècle, par une dégradation durable du cadre urbain (façades dégradées, immeubles vacants, etc.) et du contexte socio-économique (vieillessement et déclin de la population résidente, diminution du nombre de pèlerinages organisés, de la durée des séjours, du nombre de lits hôteliers, etc.). Parallèlement, de nouvelles pratiques voient le jour : le recul des grands « pèlerinages historiques » laisse la place à des usages plus individualisés où la spiritualité prend le pas sur la religiosité. Mal anticipées, ces évolutions semblent désormais reconnues par les acteurs du système touristique lourdaise, conscients de l'urgence à agir. Les actions programmées dans le cadre du Plan d'Avenir pour Lourdes en faveur de la requalification des espaces publics et du patrimoine de la ville, de la diversification de l'offre, du repositionnement de la destination, etc. en témoignent. Toutefois, ces actions s'inscrivent dans le long terme et ne vont pas répondre aux problèmes financiers immédiats d'une bonne partie de la profession touristique. Le système lourdaise mis en place au XIX<sup>e</sup> siècle a vécu ; sa transformation prendra du temps et fait craindre des fermetures d'établissements en difficulté pour faire face aux travaux de rénovation nécessaires pour accueillir de nouvelles clientèles, individuelles et plus exigeantes.

## Références bibliographiques

- Baumont, Stéphane, éd. 1993. *Histoire de Lourdes*. Univers de la France et des pays francophones. Toulouse: Editions Privat.
- Butler, R.W. (1980), “The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources”, *The Canadian Geographer / Le Géographe Canadien*, Vol. 24 No. 1, pp. 5–12.
- Chadefaud, Michel. 1987. *Aux origines du tourisme dans les pays de l’Adour, du mythe à l’espace: un essai de géographie historique*. Pau: Dép. de géographie et d’aménagement de l’Université de Pau et des pays de l’Adour, Centre de recherche sur l’impact socio-spatial de l’aménagement, U.A. 911, C.N.R.S.
- Chevrier, Marie-Hélène. 2021. « Tourisme religieux : pour en finir avec l’oxymore ? » *Via . Tourism Review*, n° 20 (décembre). <https://doi.org/10.4000/viatourism.7705>.
- Coach Omnium. 2020. « Panorama de l’hôtellerie en France 2019 ». Panorama 2020 de l’hôtellerie en France. 18 mai 2020. <https://www.tendancehotellerie.fr/articles-brevs/communiqu-de-presse/13476-article/panorama-2020-de-l-hotellerie-en-france-2020-par-coach-omnium-29e-edition-annuelle>.
- Diocèse aux armées. 2020. « Le Pèlerinage Militaire International ». Diocèse aux Armées françaises. 2020. <https://dioceseauxarmees.fr/pelerinage-militaire-international/>.
- Firdaous, Gmira, et Elharissi Hanan. 2021. « La Covid-19, accélérateur de La transformation numérique des territoires : un levier de l’attractivité territoriale «Le contexte Marocain, stratégies et orientations» ». *Revue Française d’Economie et de Gestion* 2 (12). <https://revuefreg.fr/index.php/home/article/view/494>.
- France. 2022. « Pan d’avenir pour Lourdes ». Lourdes. [https://www.lourdes.fr/images/actualites/1-\\_PLan\\_Avenir\\_Lourdes\\_version\\_finale.pdf](https://www.lourdes.fr/images/actualites/1-_PLan_Avenir_Lourdes_version_finale.pdf).
- HPTE. 2018. « Tableau de bord du tourisme ». Hautes-Pyrénées Tourisme Environnement.
- . 2019. « Carnet de route du tourisme ».
- Jarraud, Nathalie, et Sylvie Clarimont. 2021. « Lourdes, haut-lieu du tourisme religieux, entre crise et transition ? » *Via Tourism*, n° 20 (décembre). <https://doi.org/10.4000/viatourism.7909>.
- La Dépêche. 2020. « Lourdes : 8 millions d’euros de perte prévus pour le Sanctuaire ». *ladepeche.fr*, 16 mai 2020. <https://www.ladepeche.fr/2020/05/16/8-millions-deuros-de-perte-prevus-pour-le-sanctuaire,8889970.php>.
- La Nouvelle République des Pyrénées. 2022. « Jean Castex signe le Plan avenir Lourdes à 100 millions d’euros ». *La Nouvelle République des Pyrénées*, 18 février 2022.
- Le Figaro. 2020a. « Le sanctuaire de Lourdes organise un «e-pèlerinage» ». *Le Figaro*, 16 juillet 2020. <https://www.lefigaro.fr/actualite-france/le-sanctuaire-de-lourdes-organise-un-e-pelerinage-20200716>.

- . 2020b. « Lourdes : Bruno Le Maire vole au secours de l'économie de la cité mariale ». *Le Figaro*, 10 août 2020. <https://www.lefigaro.fr/conjoncture/lourdes-bruno-le-maire-vole-au-secours-de-l-economie-de-la-cite-mariale-20200810>.
- Le Monde. 2021. « Covid-19 : à Lourdes, la crise sanitaire bouscule les anciens modèles économiques et religieux ». *Le Monde*, 10 mars 2021. [https://www.lemonde.fr/economie/article/2021/03/09/a-lourdes-la-crise-sanitaire-bouscule-les-anciens-modeles-economiques-et-religieux\\_6072401\\_3234.html](https://www.lemonde.fr/economie/article/2021/03/09/a-lourdes-la-crise-sanitaire-bouscule-les-anciens-modeles-economiques-et-religieux_6072401_3234.html).
- Nolan, Sidney. 1992. *Christian Pilgrimage in Modern Western Europe*. <http://www.vlebooks.com/vleweb/product/openreader?id=none&isbn=9781469647807>.
- Ville de Lourdes. 2016. « Lourdes\_2016\_2030\_-\_rapport\_du\_comite\_des\_sages.pdf ». [En ligne], URL : [https://www.lourdes.fr/images/1-Menu/maville/cadre\\_de\\_vie/grands\\_projets/Lourdes\\_2016\\_2030\\_-\\_rapport\\_du\\_comite\\_des\\_sages.pdf](https://www.lourdes.fr/images/1-Menu/maville/cadre_de_vie/grands_projets/Lourdes_2016_2030_-_rapport_du_comite_des_sages.pdf).
- Zola, Émile. (1894) 1995. *Lourdes*. Folio 2736. Paris : Gallimard.