

La Mayenne s'affiche en grand à la gare Montparnasse

Pour dynamiser les réservations d'hébergements en ce début d'année, Mayenne Tourisme, agence départementale du Tourisme, débute une campagne nationale de valorisation et de notoriété à la gare Montparnasse. A partir de ce mardi 17 janvier et pendant 2 semaines, les voyageurs pourront découvrir au-dessus des quais 3 visuels d'hébergements haut de gamme et insolite les incitant à venir s'évader, respirer et déconnecter en Mayenne.



La météo pas toujours au beau fixe, les nuits longues depuis déjà un certain temps, le moral dans les chaussettes ? Après les périodes de fêtes, Mayenne Tourisme souhaite booster les réservations des hébergements en Mayenne en mettant en valeur les logements insolites et haut de gamme.

Cette campagne se déroulera du 17 au 30 janvier, bien en amont de la saison touristique, ce qui permettra aux futurs voyageurs d'anticiper leurs réservations. De plus, cette année le calendrier des congés est favorable aux longs weekends avec 7 jours fériés en avril, mai, juin, juillet et août.

Un message dans la continuité de la campagne de communication

« Avec un très bon taux de réservation sur la période estivale 2022, Mayenne Tourisme souhaite continuer sur sa lancée en renforçant le tourisme sur les ailes de saison grâce à cette communication ciblée dès le mois de janvier. » explique Joël Balandraud, Président de Mayenne Tourisme. Les visuels sont associés à un mot-clé spécifique précédé d'un # qui incarne une idée forte que l'on perçoit sur la photo et qui représente également la Destination Mayenne : respirer, s'évader et déconnecter. La thématique « La Mayenne, un voyage inattendu » est sur la même lignée que l'année passée.

« Mayenne Tourisme s'appuie sur le côté « vacances à la campagne » et renforce le positionnement « slow » de la destination. Depuis 2016, la Mayenne est clairement ancrée dans le slowtourisme avec notre marque Slowlydays® qui porte les valeurs de notre département. » souligne Joël Balandraud.

La gare Montparnasse, un lieu stratégique

Gare desservant le Grand Ouest, elle accueille plus de 76 millions de visiteurs annuels ⁽¹⁾. Laval est accessible en TGV depuis cette gare en seulement 1h15.

« L’Ile de France et plus globalement la région parisienne fait partie des cibles de clientèle prioritaire. Elle représente 20% des 15 millions de visiteurs reçus en Mayenne en 2022. Le but est donc d’inciter la clientèle parisienne à réserver dès maintenant leur hébergement de vacances chez nous. » précise Joël Balandraud.

La campagne de communication a un potentiel de 6 millions de vues dont plus de 3 millions par les CSP+.

Près d’une centaine d’hébergements en Mayenne réservables en ligne

Afin de faciliter le parcours client et les réservations en ligne, Mayenne Tourisme recense près d’une centaine d’hébergements hôtels, hébergements insolites, gîtes, chambres d’hôtes, réservables en ligne et en adéquation avec la campagne de communication. Cabanes perchées ou flottantes, chambres d’hôtes au château ou à la ferme pour les duos, familles, amis... tous sont réservables sur les plateformes commerciales (Booking, Airbnb, Expedia etc.). Ces hébergements répondent aux attentes de la clientèle parisienne et sont en adéquation avec l’univers des visuels et le message de la campagne de communication « réservez dès maintenant ».

<https://www.mayenne-tourisme.com/le-mag/vos-vacances-a-portee-de-clic/>

(Mise en ligne de la page : mardi 17 janvier)

En plus des hébergements, des expériences, activités, sites de visites, restaurants sont proposés pour compléter le séjour.

Des photos prises par des blogueurs et photographe

Chaque année, Mayenne Tourisme accueille des blogueurs et photographes sur le territoire dans le cadre de la promotion touristique. Parmi eux, un duo de blogueurs mayennais « Casquette et Baskets » ont redécouvert leur département et photographié le visuel de la cabane sur l’eau au domaine des Vaulx. Les autres clichés ont été capturés par la blogueuse Le blog Cash Pistache au château de la Porte et à la Maison d’Hercule, par Teddy Verneuil du duo Lezbroz pour les pas japonais et par Justine B, photographe, pour la cabane dans les arbres.

Dès avril, Mayenne Tourisme mènera une seconde campagne de communication pour continuer la promotion du tourisme en Mayenne.

⁽¹⁾ Source Open data, 2019 voyageurs et non voyageurs

⁽²⁾ Source médiagares