

DESTINATION
Mayenne

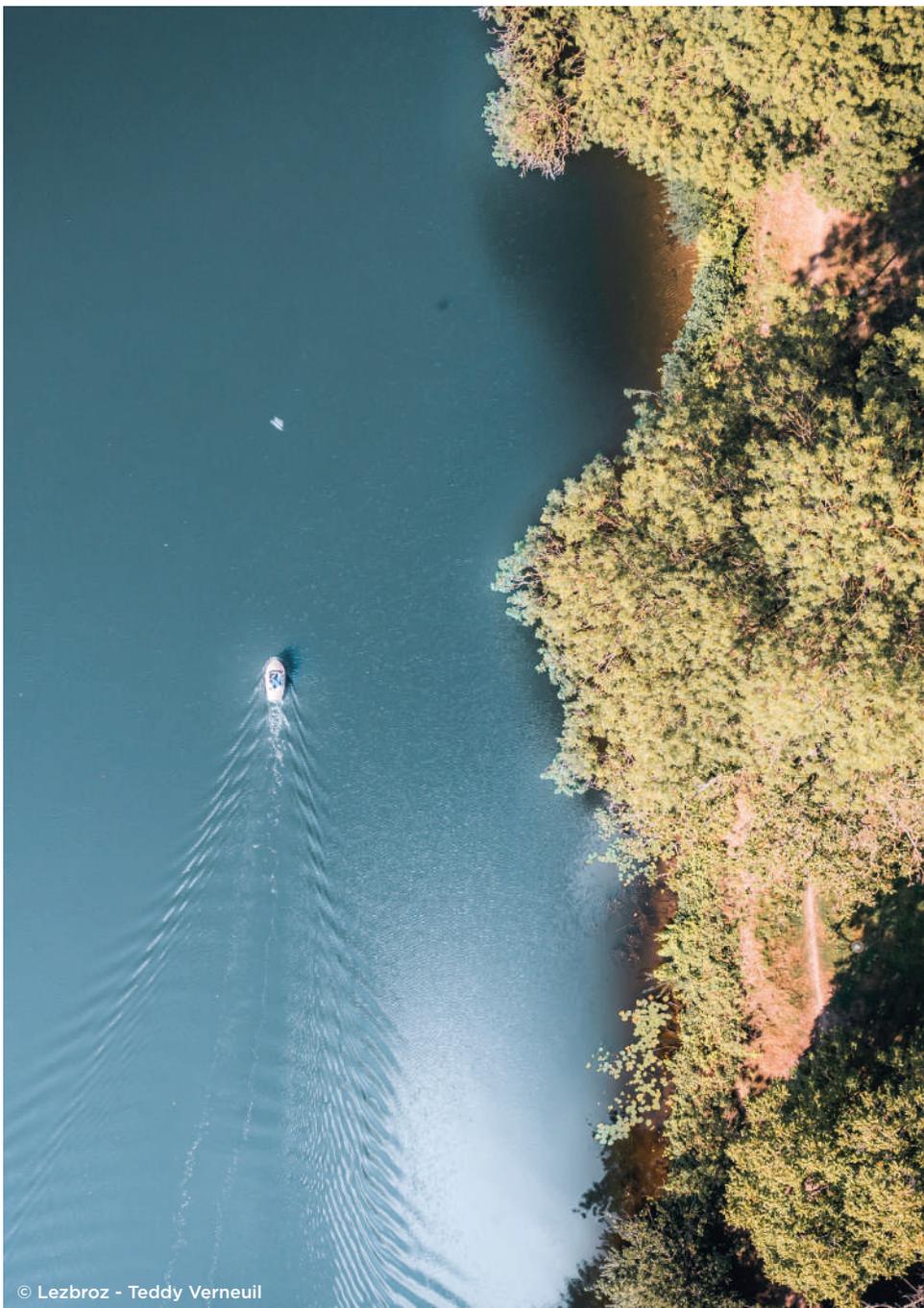
RAPPORT D'ACTIVITÉ
ANNUEL 2021



Sommaire

Édito	4
L'Agence Départementale du Tourisme de la Mayenne	5
Faits saillants et chiffres clés	8
Développer l'offre touristique	13
Communiquer et promouvoir la Mayenne	26
Commercialiser la destination	35





© Lezbroz - Teddy Verneuil

Édito

2021 aura été une année charnière pour Mayenne Tourisme, l'Agence départementale du tourisme. Dans un contexte particulier lié à la crise sanitaire qui a touché de plein fouet les acteurs du tourisme, l'agence a mené diverses actions de promotion pour soutenir la filière et accompagner les professionnels : cartes interactives, Mercredi c'est ma boîte qui invite, AMI tourisme durable, Télé travel en Mayenne, Magazine de destination, ... Elle a également développé ses moyens de communication digitaux pour répondre aux nouveaux modes de communication et de consommation des touristes.

Par ailleurs, l'équipe a poursuivi, et soutenu, son accompagnement des professionnels dans le développement de leur activité. 86 porteurs de projets ont ainsi été accompagnés tout au long de l'année. Un accompagnement qui porte sur le marketing, les classements (tourisme et handicap, chambre d'hôtes référence, etc), les études de marchés, le développement de leur stratégie de communication, etc. Mayenne Tourisme s'est d'ailleurs doté de nouveaux outils d'observation, partagés avec les Offices de Tourisme, grands partenaires de notre réseau touristique.

2021 a également été marquée par l'essor important de la marque partagée Slowlydays® avec l'engagement de très nombreuses structures. 4 ans après le lancement, ce sont plus de 70 engagés qui forment le collectif. Mais bien plus qu'une marque, Slowlydays® porte des valeurs partagées par de très nombreux acteurs du tourisme en Mayenne. Elle est ainsi la marque de tous ceux qui sont engagés auprès de leurs clients et partenaires pour faire de la Mayenne une destination touristique attractive où passer ses vacances est source de découverte et de rencontres inspirantes.

En 2021, Mayenne Tourisme aura aussi vu le renouvellement d'une partie du Conseil d'Administration avec l'arrivée de nouveaux élus départementaux et de nouveaux professionnels. Ensemble, nous avons à cœur de développer l'action de Mayenne Tourisme au service des acteurs et des territoires.

Joëi BALANDRAUD
Président



L'Agence
Départementale
du Tourisme de
la Mayenne

Les instances

10

Membres au
Conseil d'Administration

8

Membres
au Bureau

Suite aux élections départementales, les 10 membres élus du Conseil d'Administration ont été désignés par l'Assemblée départementale lors de la réunion du 19 juillet 2021.

- **Olivier RICHEFOU**,
Président du Conseil Départemental
- **Joël BALANDRAUD**,
Conseiller départemental du canton d'Evron, Vice-Président à l'attractivité
- **Christelle AURÉGAN**,
Conseillère départementale du canton de Villaines-la-Juhel
- **Gérard DUJARRIER**,
Conseiller départemental du canton de Lassay-le-Châteaux
- **Dominique DE VALICOURT**,
Conseillère départementale du canton de Château-Gontier-sur-Mayenne 1
- **Benoît LION**,
Conseiller départemental du canton de Château-Gontier-sur-Mayenne 1
- **Sylvain ROUSSELET**,
Conseiller départemental du canton de Meslay-du-Maine
- **Jean-Marc ALLAIN**,
Conseiller départemental du canton de Goron
- **Nadège DAVOUST**,
Conseillère départementale du canton de Laval 1
- **Bruno BERTIER**,
Conseiller départemental du canton de Laval 3

Composition du nouveau bureau de Mayenne Tourisme :

- Président,
Joël BALANDRAUD
- 1^{ère} Vice-Présidente,
Christelle AURÉGAN
- 2^e Vice-Président,
Eric JOUANEN (Président UMIH)
- 3^e Vice-Présidente,
Dominique DE VALICOURT
- Secrétaire,
Damien SOULICE (Directeur de la Cité du Lait - Lactopôle)
- Trésorier,
Frédéric BORDELET (Vice-Président en charge du tourisme - Mayenne Communauté)
- Membres,
Nadège DAVOUST
Alain GUÉGUEN (Président de FFRandonnée)

3

Réunions du Conseil
d'Administration :

8 avril 2021
15 septembre 2021
2 novembre 2021

3

Réunions de Bureau :

13 janvier 2021
1er mars 2021
23 septembre 2021

2

Réunions
d'Assemblée Générale :

12 mai 2021
8 novembre 2021

L'équipe de Mayenne Tourisme

au 30/11/2021

DIRECTION

Marie LE CALONEC
Directrice

Sylvie QUARNUL
Chargée du Pôle administratif
et Ressources Humaines

INGÉNERIE & DÉVELOPPEMENT

Marie BERNARD
Ingénierie
Marketing

Vincent BOUSSIN
Ingénierie
Observation

Julia DESNE
Tourisme itinérant
Activités de pleine nature

PROMOTION & COMMUNICATION

Émilie BLANCHET
Chargée de communication

Téo CHESNAY
Community manager
Assistant de communication

Maël CAMBEFORT
Chargé de mission
numérique

Stéphanie BOUTEMY
Diffusion documentation
Assistante de communication

Lucie JANSON
Relations presse
Animation de communautés

COMMERCIALISATION

Nadia COURTIN
Commercialisation

11

Membres au sein
de l'équipe

8

Femmes

(73 %)

3

Hommes

(27%)

38

La moyenne d'âge

3

Niveaux de formation :

Niveau 5 : 3 salariés

Niveau 6 : 3 salariés

Niveau 7 : 5 salariés

A person wearing a brown jacket and blue jeans is walking away from the camera on a dirt path. To their left is a low, moss-covered stone wall. Beyond the wall is a calm lake reflecting the surrounding greenery. In the background, there is a stone house with a chimney and a small structure near the water's edge. The scene is surrounded by lush trees under a cloudy sky.

Faits saillants
& chiffres clés



© Mathieu Lassalle - French Wanderers

Covid-19

Cette année encore fût marquée par la crise sanitaire. Des actions ont été mises en place pour accompagner les acteurs du tourisme durant cette période :

- 1 Diffusion de cartes de restaurants et de magasins proposant la vente à emporter ou en livraison ;
- 2 Mise en place de l'opération, Mercredi, c'est ma boîte qui invite : 32 restaurants participants à l'opération ;
- 3 Fin de l'opération le Repos des Héros ;
- 4 Page d'information sur les aides et les évolutions législatives liées au covid concernant les professionnels du Tourisme ;
- 5 Envoi de mailings d'information à destination des professionnels du tourisme ;
- 6 Participation à l'opération Miam! La Mayenne à croquer pilotée par le Conseil départemental de la Mayenne ;
- 7 Campagne nationale de soutien à la promotion de la Destination Mayenne ;
- 8 AMI Tourisme durable en partenariat avec la CCI ;
- 9 Télé-travel : Mise en place d'une rubrique web sur ce nouveau mode de voyage et communication presse nationale.

Chiffres clés

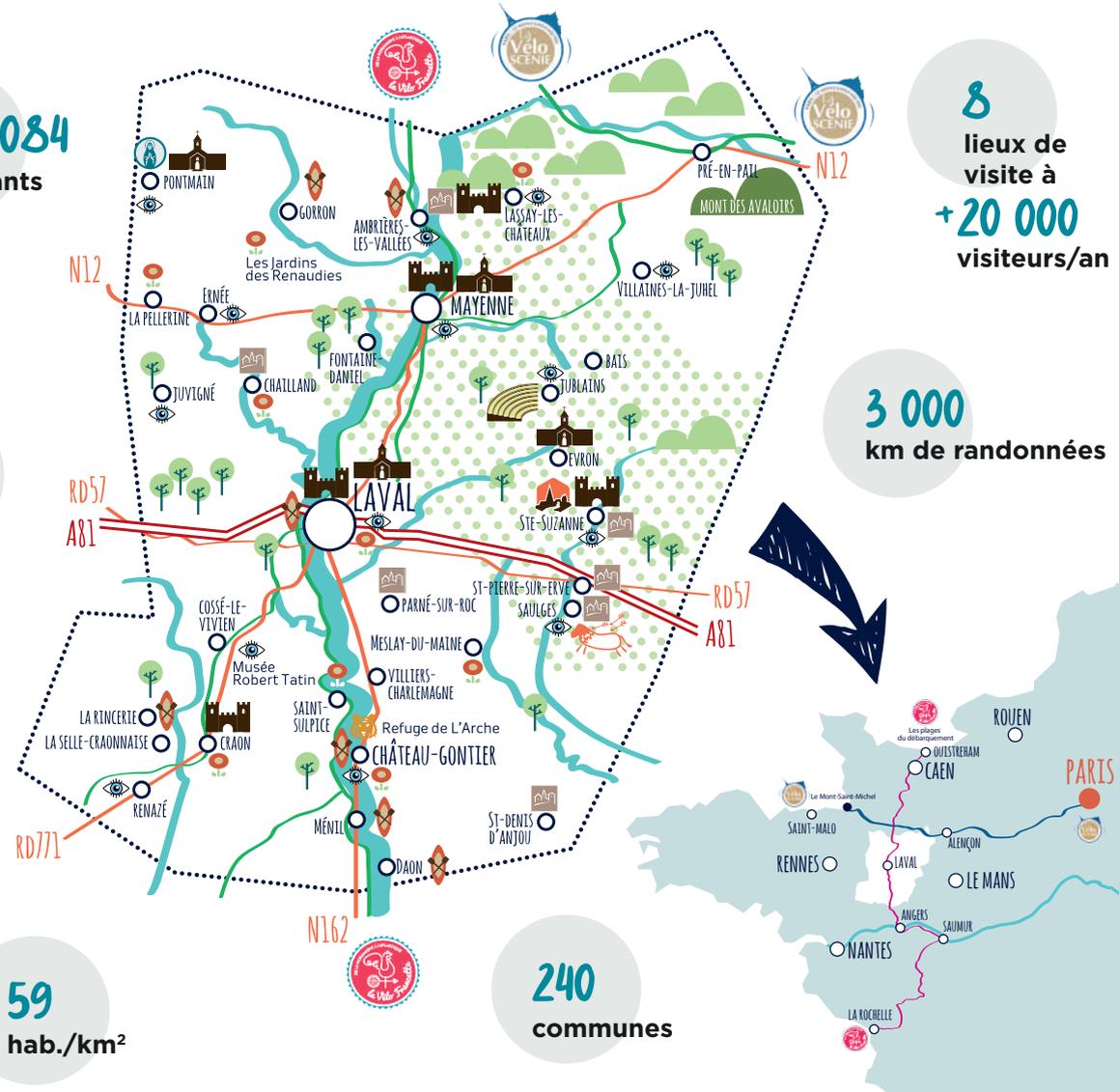
307 084
habitants

85
km de voies
navigables

8
lieux de
visite à
+20 000
visiteurs/an

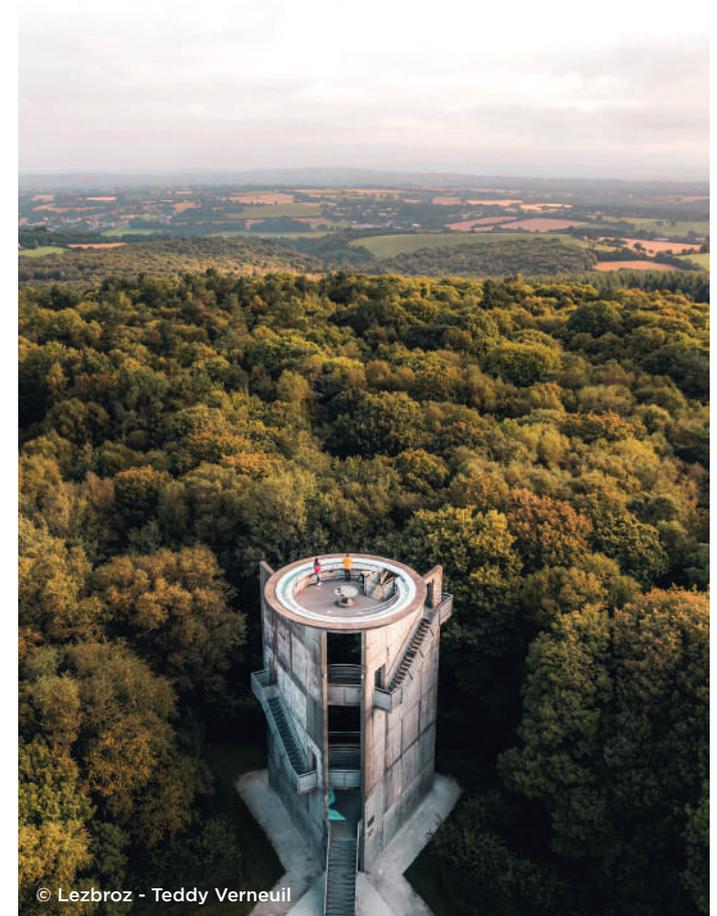
5 175
km²

3 000
km de randonnées



59
hab./km²

240
communes



© Lezbroz - Teddy Verneuil

	Route		Grottes
	Autoroute		Musée
	Fleuve / Rivière		Parc zoologique
	Bois		Parc et Jardin
	Monts		Cité Mariale
	Itinéraire vélo		Départ canoë-kayak
	Pays d'Art et d'Histoire		Petites Cités de Caractère®
	Château		Les Plus Beaux Villages de France
	Basilique		La Vélo Francette®
	Site gallo-romain		La Véloscénie®

fréquentation touristique 2021

Source : Flux Vision



12,8 millions
de visiteurs

1,9 million
de touristes*

10,9 millions
d'excursionnistes**

* Personnes effectuant au moins une nuitée sur le territoire.

** Personnes présentes au moins 2 heures sur le territoire n'effectuant pas de nuitée.



© Pascal Beltrami

Activités professionnelles



36 %
Populaire

21 %
CSP en
croissance

42 %
CSP+

Âge



20 %
< 18 ans

23 %
35-54 ans

25 %
18-34 ans

31 %
> 55 ans

Nationalités



80 %
de touristes
français

20 %
de touristes
internationaux

Top 5 France



1 Pays de la Loire **29 %**

2 Bretagne **22 %**

3 île-de-France **20 %**

4 Normandie **13 %**

5 Centre-Val- de Loire **4 %**

Top 5 international



1 Pologne **14 %**

2 Royaume-Uni **14 %**

3 Belgique **6 %**

4 Roumanie **6 %**

5 Allemagne **5 %**

Profil touristique de la Mayenne

Source : eSPRIT



OBSERVATIONS DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

Une reprise du tourisme proche de l'avant-crise : - 3% de nuitées par rapport à mai-octobre 2019 (hôtels, meublés, campings).

Les meublés de tourisme observent une nette augmentation de leur fréquentation : **+ 26% de nuitées**.

Les campings se rapprochent de leur fréquentation d'avant crise : **- 5 % de nuitées de mai à octobre** par rapport à 2019, principalement impactés par une baisse de moitié des clientèles internationales. **+2% de nuitées françaises**.

Les hôtels restent en deçà du niveau de nuitées de 2019 à **-10%**, principalement dû à une baisse de plus de moitié de la clientèle internationale, la clientèle française se rapprochant de ses niveaux habituels à **- 4%**.

~ 50
hôtels fréquentés à
+ de 70% par une
clientèle d'affaires

~ 17
campings auxquels
on peut ajouter une
dizaine de campings
à la ferme

~ 600
locations
saisonnnières

130
chambres
d'hôtes

400
meublés
de tourisme

20
hébergements
collectifs

~ 10 000
lits touristiques
marchands

Poids économique

Source : Insee, DADS / AcoSS 2009 et 2015
Données 2019

1700
emplois en Mayenne
4% de l'emploi
touristique régional

2400
emplois en pic
de saison estivale
(juillet-août)

Poids des principaux secteurs d'emplois touristiques

11 %
Restaurations
et cafés

30 %
Hébergement

5 %
Patrimoine
et culture

26 %
Commerce

11 %
Sports
et loisirs

50 M€
de richesse dégagée
Part de la valeur ajoutée
des entreprises imputable
au tourisme

Développer l'offre touristique



Schéma de développement

Le schéma touristique actuel s'achevait fin d'année 2021. Mayenne Tourisme a donc engagé les premiers travaux sur le prochain schéma en décembre. Il doit couvrir la mandature départementale qui débute soit la période 2022-2027.

En avril cinq ateliers ont été proposés aux prestataires touristiques du territoire (sites de visite et loisirs, collectifs Slowlydays, usagers eRESA, associations constituées de pros, etc.), les réseaux et syndicats de professionnels, les chambres consulaires, les élus au tourisme des EPCI, le bureau de Mayenne Tourisme, les partenaires du CD, Solutions&Co, les Offices de Tourisme et missions Tourisme des EPCI et quelques organisations ponctuelles selon les sujets proposés.

MÉTHODOLOGIE :

Les cinq ateliers, qui se sont tenus en virtuel, entre le 23 mars et le 20 avril 2021, ont été les suivants :

- 1 Valeurs partagées (25 participants)
- 2 Marketing et promotion (49 participants)
- 3 Commercialisation (25 participants)
- 4 Gouvernance (19 participants)
- 5 Observatoire (28 participants)



En parallèle, 2 enquêtes ont été lancées du 24 mars 2021 au 22 avril 2021 (538 réponses) :

Une enquête à destination des prospects et touristes du département (327 réponses)

- Leur séjour
- Leur opinion et satisfaction
- Leur profil

Une enquête à destination des habitants du département (211 réponses)

- Leur perception du département en tant que destination touristique
- Leur pratique touristique et de loisirs au sein du département
- Leur profil

Le schéma proposera 2 grands défis. Il a été approuvé par le Conseil d'Administration et l'Assemblée Générale de Mayenne Tourisme en novembre 2021 et sera soumis à l'Assemblée départementale en février/mars 2022.

Appui au développement de la filière

86 porteurs de projet nous ont contacté à un moment de leur parcours de création ou de développement soit **87 %** privés et **13 %** publics.



© Mayenne Tourisme

RÉPARTITION DES REQUÊTES :

27 %

INGÉNIERIE/ DÉVELOPPEMENT

Création, développement d'offre existante, étude de marché, agritourisme, etc.

20 %

COMMERCIALISATION

Politique tarifaire, eRESA, etc.

11 %

RECHERCHE DE FINANCEMENT

13 %

RÉGLEMENTATION

15 %

COMMUNICATION

Stratégie marketing, communication, gestion des avis, etc.

8 %

ITINÉRANCE

Infrastructure, boucles, tracés, études, Accueil Vélo, etc.

7 %

COLLECTIF SLOWLYDAYS

6 %

ACCESSIBILITÉ AUX HANDICAPS

AMI Tourisme Durable

En 2021, Mayenne Tourisme a répondu, en partenariat avec la CCI de la Mayenne, à un Appel à Manifestation d'Intérêt (AMI) du gouvernement pour être partenaire territorial de l'agence nationale de la transition énergétique, l'Ademe, dans le déploiement du Fonds Tourisme Durable inscrit dans le Plan France Relance.

Le **Fonds Tourisme Durable** est un dispositif financier qui vise **les hébergeurs et les restaurateurs** pour les soutenir dans leur démarche de transition écologique (étude, dispositif d'économie d'eau, traitement des déchets, approvisionnement, système de froid, etc.).



En partenariat avec la CCI de la Mayenne, Mayenne Tourisme est ainsi devenu partenaire territorial du Fonds Tourisme Durable pour la Mayenne sur la période avril à décembre 2021 :

+ 50

prestataires touristiques ont manifesté leur intérêt pour ce dispositif

17

diagnostics ont été effectués par la CCI et Mayenne Tourisme

1

dossier de demande de financement a été déposé et validé fin décembre

L'AMI se prolonge au moins jusqu'en mars 2022.

Le dynamisme de la marque Slowlydays®

Développer une offre touristique durable, de qualité, c'est aussi porter les valeurs fortes du territoire Mayennais, notamment avec la marque collective Slowlydays®.

Au total, **70** professionnels sont engagés au 31 décembre 2021.

EN QUELQUES CHIFFRES :

54

professionnels
rencontrés et
sensibilisés à la
démarche

26

professionnels
engagés

24

professionnels
en cours
d'engagement

5

réunions organisées
sur chaque territoire

Participation de
53 professionnels
engagés

2

rendez-vous
bilan réalisés

1

réunion technique
organisée avec les
référénts des
territoires



© Mayenne Tourisme



PARMI LES NOUVEAUX ENGAGÉS EN 2021 :

L'Association Au Foin de la Rue (Saint-Denis-de-Gastines)

Candice Ragouin - Camping des Rivières (Daon)

Sophie Cathelineau - Camping du Parc (Château-Gontier)

L'itinérance : Les chemins d'évasion

L'itinérance est un axe de développement sur le territoire Mayennais. À pied, à cheval ou à vélo, c'est une invitation au voyage, à la rencontre des paysages inattendus et d'un patrimoine insoupçonné.

CHIFFRES CLÉS :

+ 3000 km
de sentiers

+ 150 km
de voies vertes

Près de 110km de **Vélo Francette**
et 17km de **Véloscénie**

1
GR® (GR® 365)

160 km sur le
département

2
GR® de Pays

Tour Mont des Avaloirs :
102 km (homologué en 2021)

Tour des Marches de Bretagne :
de Laval à Vitry, 35 km en Mayenne

18
circuits labellisés PR
sur le département

~ 20 km
jalonnés en
véloroute

58
sites Accueil vélo

38 hébergements

2 loueurs de vélos

3 Offices de Tourisme

4 restaurants

11 sites



Itinérance : Les chemins d'évasion (suite)

En Mayenne, le vélotourisme s'appuie actuellement sur la Vélo Francette®, les voies vertes et la Véloscénie ainsi que de nouveaux itinéraires inscrits au schéma vélo régional.

CHIFFRES COMPTEUR :

(Saison du 1^{er} avril au 30 septembre 2021)

- **St Fraimbault de Prières** : 22 912 passages **+11%**
- **Sacé - écluse du Port** : 29 109 passages **+7%**

- **Origné - écluse de Briasse** : 30 286 passages
(absence de donnée en 2021)

Une fréquentation sur la Vélo Francette qui reprend et dépasse une courbe de même tendance qu'en 2019 (année standard à forte fréquentation). Une courbe en hausse en 2021 malgré une météo peu clémente.

- **Chemazé** : 17 865 passages **+8%**
- **Loupfougères** : 9 713 passages **+0%**

Une fréquentation en hausse à Chemazé depuis le prolongement de la voie jusqu'à Segré en 2019 et Pouancé en 2020. Pas de tendance particulière sur Loupfougères.



NOUVEAUTÉS EN 2021

Finalisation de la liaison entre la Véloscénie et la Vélo Francette via Saint-Aignan-de-Couptrain et l'ancienne voie ferrée Mayenne-Javron-les-Chapelles.

Valorisation d'une boucle entre Laval et Mayenne depuis la Vélo Francette sur les sites de France Vélo Tourisme.

13 offres Vogue & Vague



Ce dispositif vise à référencer les offres nautiques de la région et à fédérer un réseau d'acteurs du nautisme autour de l'initiation aux sports et pratiques nautiques à destination d'un public familial.

L'enjeu de cette démarche est de faire de la région Pays de la Loire une destination de référence dans la pratique des loisirs nautiques.

9 ÉTABLISSEMENTS LABELLISÉS

- **Parc de loisirs de la Colmont** (Gorron)
- **Parc de Vaux** (Ambrières-les-Vallées)
- **Halte Fluviale** (Laval)
- **Canotika** (Château-Gontier-sur-Mayenne)
- **Duc des Chauvières** (Château-Gontier-sur-Mayenne)
- **Ski nautique et wakeboard** (La Roche-Neuville)
- **Base de loisirs de la Chesnaie** (Saint-Denis du-Maine)
- **May'N Loisirs** (La Haie-Traversaine)
- **Vallée de Haute Mayenne** (Mayenne)

UN PARTENARIAT AVEC KIDIKLIK

- **1 article** diffusé sur la page d'accueil de Kidiklik
- **1 article** diffusé sur Newsletter à 4200 destinataires
- **1 article** diffusé sur les réseaux sociaux (9000 personnes touchées)
- **2 campagnes publicité** de 2 semaines fin juin et début août (23 000 affichages pour chaque campagne)



© Mathieu Lassalle - French Wanderers

Autre label ...

8 prestataires labellisés **Chambres d'hôtes référence** dont 2 nouveaux prestataires :

- **La Noe Besnard** à Lignéres Orgères
- **La Bigotière** à Madré

Rivières de l'Ouest®



Aujourd'hui, c'est avec une marque et une identité fortes que Rivières de l'Ouest® entre avec détermination sur le marché des destinations fluviales (activités fluviales, itinéraires vélo et pédestre autour de la rivière).

LES ACTIONS MENÉES EN 2021

RESSOURCES HUMAINES

- Recrutement d'une chargée de mission en 2021.

ANIMATION/COORDINATION

- Présentation de Rivières de l'Ouest® aux réunions des usagers de la voie d'eau, aux EPCI et aux OT.

PRESSE

- Recrutement d'une agence de presse «Air Pur» en mai 2021.
- Réalisation du 1er dossier de presse général diffusé à plus de 700 journalistes et en ligne sur la page de présentation des RDO.
- Organisation d'un Eductour pour l'attachée de presse le 27 octobre 2021 en vue de préparer les accueils presse 2022.
- Une réunion du comité de pilotage en décembre 2021.
- Groupes de travail sur divers sujets : communication, presse, étude.



WEB

- Élaboration du cahier des charges et sélection de l'agence Moustic Multimedia pour la conception du site.
- Mise en ligne d'une page d'attente de présentation de la nouvelle destination RDO avec renvoi vers les pages « Rivières de l'Ouest® » de chaque AD.
- Travail sur l'arborescence et les spécifications du site web.
- Élaboration du cahier des charges et sélection de l'agence Silaos pour la rédaction de contenus web.
- Création d'une page RDO sur le site pro de Mayenne Tourisme.

CLIP PROMOTIONNEL

- Élaboration du cahier des charges et sélection de l'agence Creative Corner.
- Tournage sur l'ensemble du bassin Rivières de l'Ouest® et montage.
- Réalisation du film pour diffusion 2022.

Accessibilité Tourisme & Handicap

Une douzaine de porteurs de projet a été accompagnée sur l'accessibilité de leur établissement.

2021 EN QUELQUES CHIFFRES :

7

établissements touristiques ont renouvelé leur marque Tourisme & Handicap

3

musées

2

hébergements de groupe

1

chambre d'hôtes

1

sentier de balade

52

offres répertoriées sur la plateforme accessible.net

13

diagnostics accessibilité réalisés

4

gîtes de groupe

4

meublés de tourisme

3

musées

1

hôtel-restaurant

1

chambre d'hôtes



© Sarah Veyseyre



© leblogcashpistache



© Nos Coeurs voyageurs

La e-réputation de la Mayenne : Fairquest

Mayenne Tourisme est équipé depuis 2016 de l'outil Fairquest. Cet outil permet d'avoir une vision de la réputation de la Destination Mayenne.

L'outil agrège plus de 20 plateformes d'avis sur les prestations suivantes :

- 1 Restaurants ;
- 2 Hôtels ;
- 3 Hébergements locatifs ;
- 4 Activités ;
- 5 Villages vacances ;
- 6 Sites de visite ;
- 7 Dégustations (visite à la ferme, produits locaux).



CHIFFRES CLÉS EN 2021 :

281
établissements
analysés

14 000
avis déposés
sur toutes les
plateformes
confondues

8,7/10
Moyenne
globale de la
e-réputation de
la Mayenne

Les +

L'emplacement
Les renseignements
L'accueil
L'expérience

Les -

Le Wifi
Le confort
Les salles de bains

Bilan solution eRÉSA

Mayenne Tourisme a poursuivi la mise en oeuvre d'e-RÉSA, la place de marché des Pays de la Loire.

Cette solution technique permet aux professionnels du tourisme de rendre leur offre réservable en ligne sur leur propre site internet et sur les sites partenaires (www.enpaysdelaloire.com, www.mayenne-tourisme.com et sur les sites internet des offices de tourisme).

CHIFFRES CLÉS EN 2021 :

175 000€

de volume
d'affaires réalisé

27

professionnels
utilisateurs

15

professionnels
en phase de test

LES ACTIONS MENÉES DURANT L'ANNÉE

1

Mise en place de la passerelle avec le réseau Gîtes de France : + de 150 offres Gîtes de France réservables sur le site de Mayenne Tourisme.

2

Intégration du moteur de réservation sur la page d'accueil du site mayenne-tourisme.com en mai 2021.



Académie eTourisme 2021

L'ensemble des formations de l'Académie eTourisme en Pays de la Loire est ouverte aux acteurs du tourisme mayennais. Trois de ces formations ont été proposées en partenariat avec Mayenne Tourisme :

- 1 Construire une politique tarifaire adaptée à vos objectifs (6 participants)
- 2 Atelier Foliweb (13 participants)
- 3 Atelier Google sur la stratégie de marque (15 participants)

Au global, 72 prestataires mayennais ont participé aux formations de l'académie eTourisme.



An aerial photograph of a river with a series of stepping stones. A person is standing on one of the stones. The water is dark blue, and there are green trees on the banks.

*Communiquer
& promouvoir
la Mayenne*

Les supports d'édition

1

1^{ÈRE} ÉDITION DU MAG
DE LA DESTINATION
MAYENNE

30 000
exemplaires

2

CARTE TOURISTIQUE
DE LA DESTINATION
MAYENNE

20 000
exemplaires

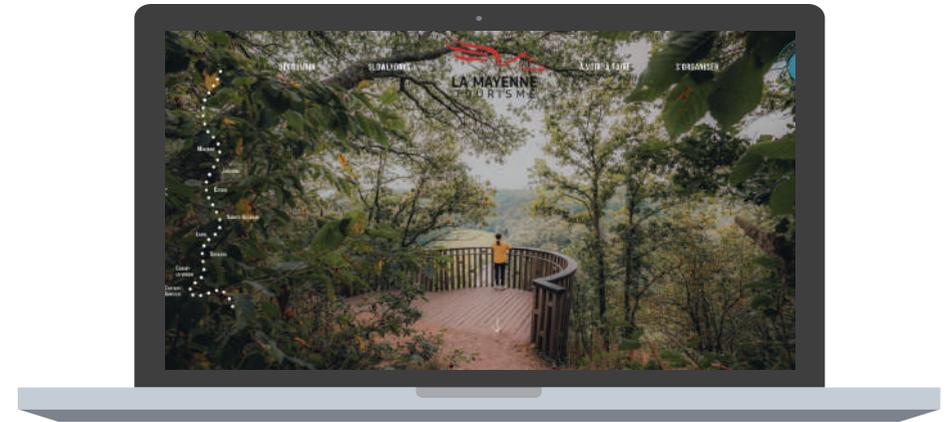


Une communication digitale

LE SITE INTERNET À DESTINATION DU GRAND PUBLIC

Engagée en 2019, la refonte du site grand public avait pour ambition de simplifier le parcours visiteur et de toujours mieux valoriser les atouts du territoire. Le site mayenne-tourisme.com a poursuivi son déploiement en 2020, avec :

- 1 La réalisation d'un magazine de destination. 54 articles ont été publiés durant l'année ;
- 2 La création de nouvelles rubriques par thématiques pour enrichir le contenu : micro-aventures, séjours clés en main, ... ;
- 3 La mise en ligne d'une version anglaise en janvier 2021 ;
- 4 Un travail sur la sémantique pour améliorer le SEO ;
- 5 La mise en ligne d'un site destiné aux professionnels ;
- 6 La salle de presse virtuelle ouverte au 2nd semestre 2021.



À NOTER :

- Le pic de fréquentation annuel a eu lieu pour l'accueil du Tour de France en Mayenne avec plus de 66000 visiteurs sur la page dédiée.
- Le nombre de sessions a connu une croissance 80,46% par rapport à 2020 alors que le taux de rebond a continué de baisser. Cela signifie que les contenus proposés sont en adéquation avec les attentes des visiteurs
- Avec plus de 10000 consultations, l'agenda reste élément clé de la diffusion des informations à destination des touristes et des habitants.

INDICATEURS CLÉS : (PAR RAPPORT À 2020)

+ 66,88 %
d'utilisateurs

+ 55,89 %
de pages
vues

+ 80,46 %
de sessions

- 17,02 %
taux de
rebond

3
newsletters
envoyées à
1100 prospects

48,5 %
taux d'ouverture moyen des
newsletters grand public

Une communication digitale (suite)

L'ÉCOSYSTÈME DES RÉSEAUX SOCIAUX

INDICATEURS CLÉS :

(PAR RAPPORT AU 31/12/2020)



+ 9,16%
18 050
abonnés

+ 112,8%
994 382
utilisateurs
atteints



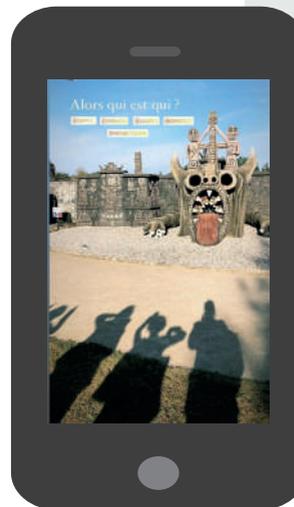
+ 73,9%
5 363
abonnés

+ 554,4%
445 462
impressions



+ 23,02%
1 940
abonnés

+ 326,7%
509 000
impressions



LES OUTILS DE COMMUNICATION WEB À DESTINATION DES ACTEURS DU TOURISME

SITE INTERNET PRO

(2021 : ANNÉE DE RÉFÉRENCE)

1685
utilisateurs

8672
pages
vues

2776
sessions

49,32 %
taux de
rebond

NEWSLETTERS PRO

15
newsletters
envoyées à
1424 professionnels

18,93 %
taux
d'ouverture



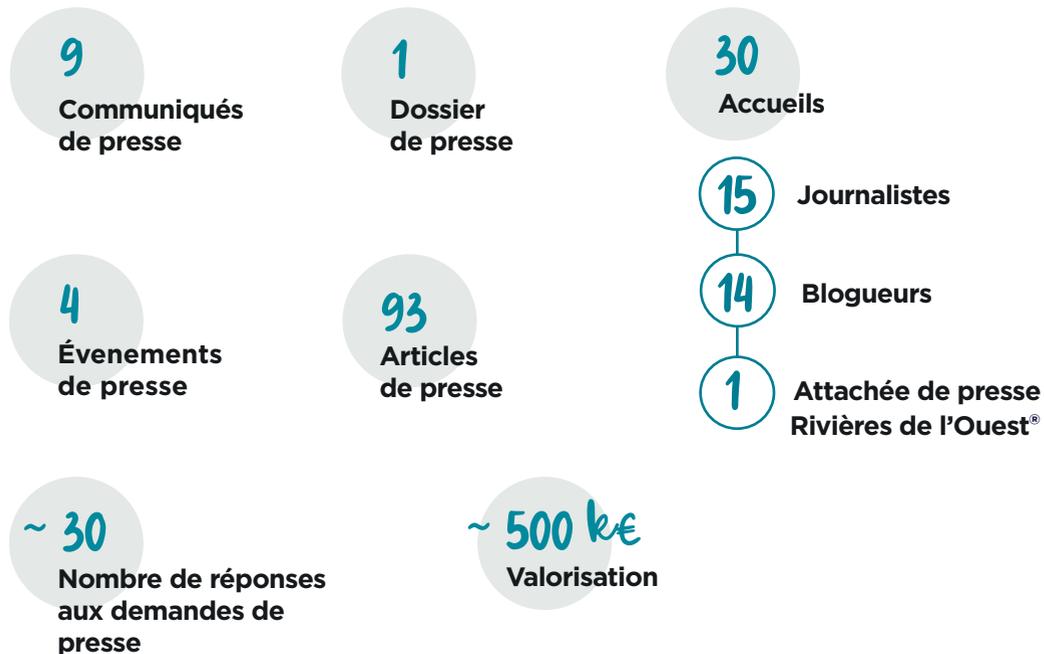
À NOTER :

2 Instameets organisés au Musée Robert Tatin et aux Lumières de Laval.

Accueils presse & influenceurs

Tout au long de l'année, l'Agence Départementale du Tourisme de la Mayenne effectue un travail de démarchage et de relations presse auprès des médias généralistes et spécialisés (nature, outdoor, vélo, tourisme, marketing), nationaux et régionaux pour les bassins prioritaires, d'influenceurs, afin de valoriser les atouts de la Mayenne.

CHIFFRES CLÉS EN 2021 :



Accueil blogueurs Mayenne Tourisme :

French Wanderers
Itinera Magica
JDroadtrip

Le blog Cash Pistache
Lezbroz
Nos Cœurs voyageurs

Accueil blogueurs Solutions&co :

Clo&Clem
Bruno Maltor
El faro de la jument

Les Best Jobers
Les Globeblogueurs
Papilles et Pupilles

Accueil Vélo Francette :

Clo&Clem

Accueil presse Véloscénie :

Les petits baroudeurs

Accueil Journalistes Mayenne Tourisme :

Détours en France
BBC
Camping car Magazine
Esprit d'ici
Guide vert Michelin

Magazine Balades
CSE
Moto journal
Top Parent
Das Erste

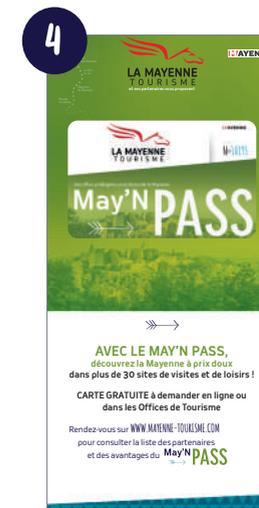
Accueil journalistes Solutions&co :

De Viajes
Jürgen Overhoff / Main-Echo
Patrick Schlütter, Neue Westfälische
Reisreporter
Kampeertoerist

Kit d'accueil des nouveaux arrivants

Depuis janvier 2021, les nouveaux arrivants, qui résidaient hors du département et qui viennent s'installer en Mayenne, reçoivent un kit de bienvenue. Ce dernier comporte :

- 1 Une carte touristique ;
- 2 Un magazine de la Destination Mayenne ;
- 3 Une carte des voies vertes ;
- 4 Un flyer May'N Pass ;
- 5 Un papier ensemençé ;
- 6 Un carnet de bons plans : 42 professionnels participants, répartis sur tout le territoire de la Mayenne avec des offres très diversifiées.



May'N PASS



Le May'N PASS est un dispositif permettant d'obtenir des réductions dans les sites de visite et de loisirs partenaires.

959 May'N PASS ont été distribués en 2021.

CHIFFRÉS CLÉS :

416

envoyés
(demande via le
formulaire du site
web de Mayenne
Tourisme

(78% de Mayennais)

188

distribués
par les OT

(60% de Mayennais)

205

envoyés
aux nouveaux
arrivants en
janvier et février

150

distribués aux
internes en
médecine



© Nos Coeurs voyageurs

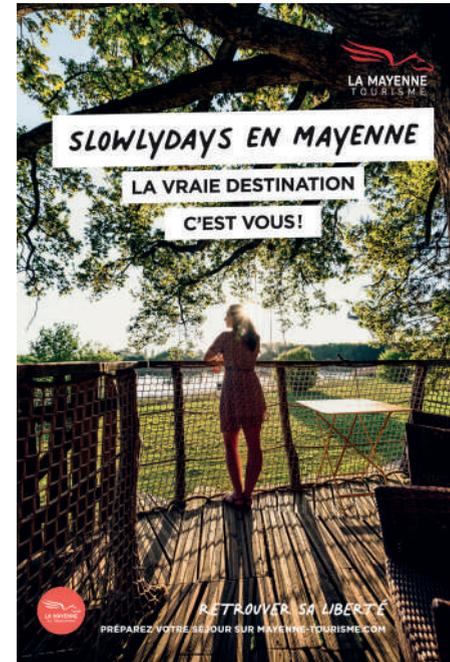
Une nouvelle campagne de communication

En 2021, Mayenne Tourisme a fait les choses en grand avec une campagne de communication à l'échelle nationale. Affichage, presse, web en programmatique et display, réseaux sociaux et France TV : tous les médias ont diffusé des images de notre belle Mayenne durant l'été.

Cette campagne offre la promesse de renouer avec la simplicité, prendre le temps, ralentir le rythme, vivre l'instant présent... Avec en fer de lance notre esprit **Slow Life** représenté par les **Slowlydays**. Cette campagne se décline dans une vidéo et un ensemble de visuels proposant plusieurs messages réalisés par le duo de blogueurs Lillois des **French Wanderers**, qu'on remercie !

Les objectifs de cette nouvelle campagne :

- 1 Soutenir la filière touristique en reprise post covid-19 ;
- 2 Valoriser la destination Mayenne et les valeurs portées par le collectif Slowlydays® ;
- 3 Développer positivement la visibilité et la notoriété de la Mayenne.



Une nouvelle campagne de communication (suite)

Les supports et les outils utilisés :

- 1 **Affiches 2x2m** au coeur de grandes villes pour une population urbaine, active en désir d'évasion et de nature retrouvée : Angers, Rennes, Le Mans, Rouen et Nantes.
- 2 **Campagne digitale** avec microciblage de clientèles selon les médias ;
- 3 **Youtube et réseaux sociaux** ;
- 4 **Achat d'espace** : Une du 20 Minutes nationale et du 20 Minutes cahier vacances sortie nationale pour un public urbain et actif ;
- 5 **France 3 pour les +35 ans** : 21 spots sur 15 jours diffusés sur 4 régions ;
- 6 **Presse spécialisée** nature, outdoor, vélo, tourisme, marketing ;
- 7 **Kidiklik région et national** : cible familles avec enfants ;
- 8 **Programmétique et display web** sur presse nationale et régionale : titres du groupe Precom, presse nationale tous titres ;
- 9 **Making off des French Wanderers** via Instagram et leurs stories.

1,2 million de vues avec et sans sponsoring

6 millions de contacts

3,8 millions d'affichages

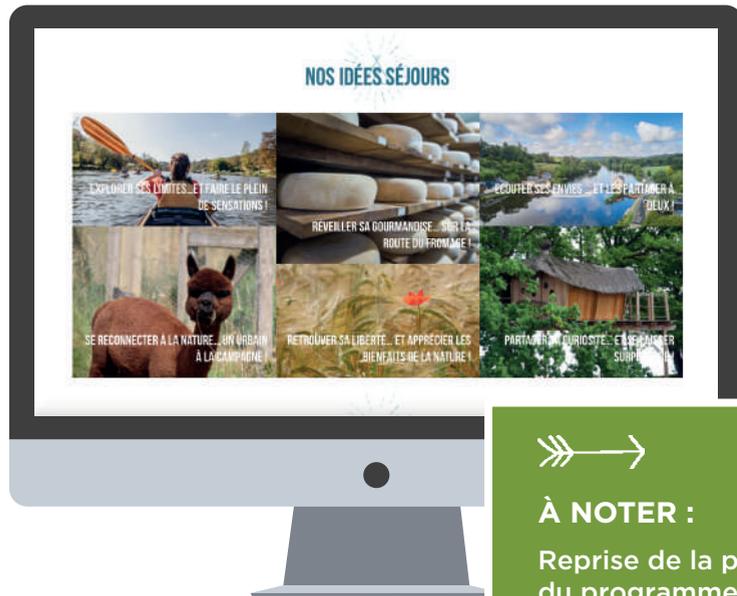


*Commercialiser
la destination*



Séjours clés en main

Mayenne Tourisme propose 6 séjours clés en main liés à la campagne de communication de printemps et mis en ligne sur le site web. Des séjours de 2 jours / 1 nuit, base de 2 personnes à effectuer entre amis.



À NOTER :

Reprise de la préparation du programme pour le salon Rendez-vous en France et l'accueil en mars des Tours-opérateurs étrangers.



© Mathieu Lassalle - French Wanderers

Publication de l'Agence de Développement Touristique de la Mayenne.
Directeur de la publication : Joël Balandraud
Coordinatrice du projet : Marie Le Calonec
Rédacteurs : équipe de Mayenne Tourisme
Mise en page : Justine Gruault
Impression : Atelier reprographie du Conseil départemental de la Mayenne

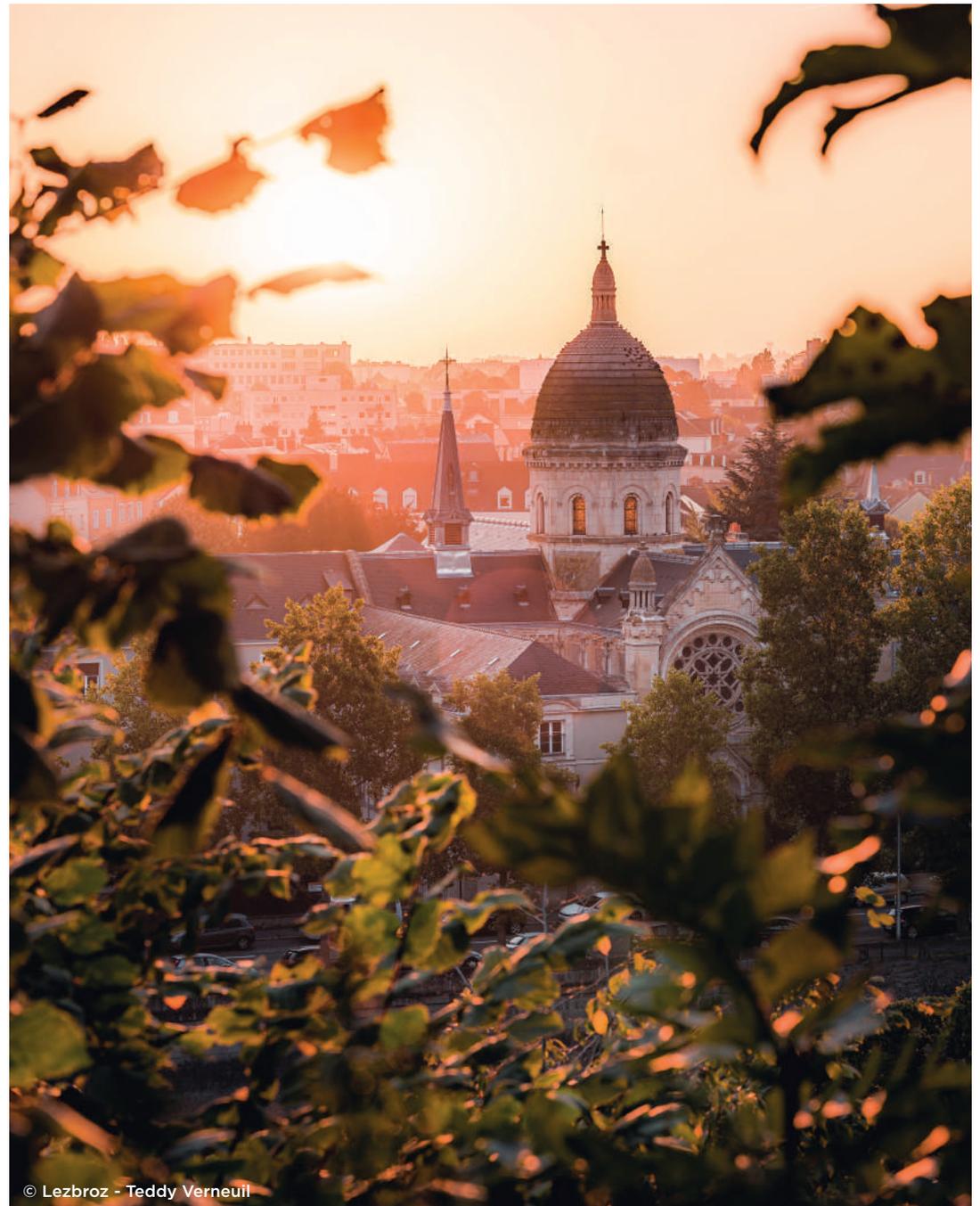


MAYENNE TOURISME
Agence de développement touristique

84 Avenue Robert Buron
53000 LAVAL
Tél. : 02 43 53 18 18
info@mayenne-tourisme.com
www.mayenne-tourisme.com



@MayenneTourisme



© Lezbroz - Teddy Verneuil