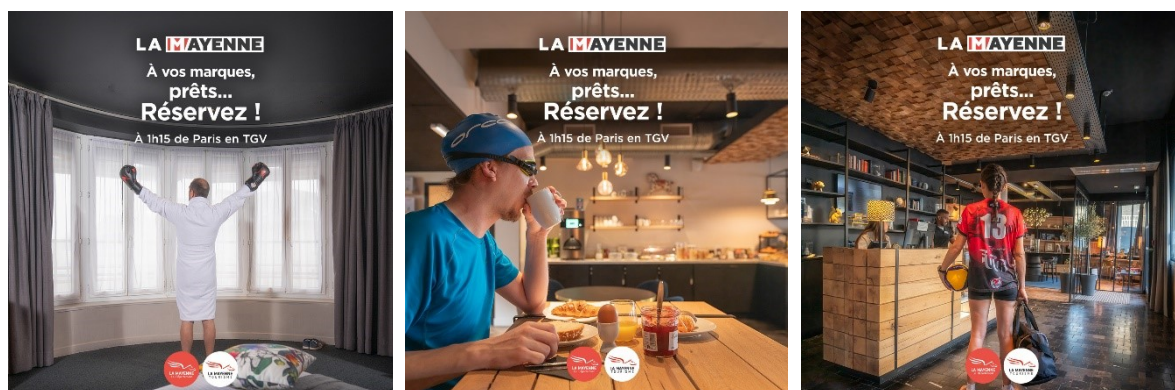


## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

**Pour booster les réservations d'hôtels pendant les Jeux Olympiques et la saison estivale, Mayenne Tourisme lance une nouvelle campagne de communication.**



**Mayenne Tourisme, en collaboration avec l'UMIH (Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie), lance sa nouvelle campagne de communication digitale et radio afin de promouvoir les hôtels mayennais en amont des Jeux Olympiques.**

**Cette initiative vise à dynamiser les réservations des hôtels en Mayenne pendant les Jeux Olympiques cet été. Ce message s'adresse aux parisiens qui souhaiteraient s'évader de Paris pendant l'effervescence des JO ou durant la saison estivale ainsi qu'aux visiteurs des JO qui cherchent un hébergement proche de Paris, à 1h15 en TGV. Il s'agit d'une proposition alternative pour une parenthèse nature et culture à proximité de Paris.**

**La Mayenne, une destination à 1h15 chrono de Paris en TGV pour se loger confortablement à prix abordables**

Cette campagne met en avant la proximité des hôtels de la Mayenne avec Paris. En effet, trouver un hébergement abordable dans une ville aussi prisée que Paris pendant la compétition sportive peut s'avérer plus compliqué que d'habitude. De plus, de nombreux établissements affichent déjà complets.

La Mayenne offre ainsi une solution d'hébergement avec des tarifs plus accessibles qu'en région parisienne à seulement 1h15 chrono de Paris en TGV au départ de la gare de Laval.

L'accent de la campagne de communication est mis sur le rythme paisible qui règne en Mayenne, propice au repos et à la tranquillité. La baseline « À vos marques, prêts, réservez » est un clin d'œil à l'effervescence des JO 2024.

### **3 visuels décalés mettant en scène des sportifs dans la continuité de la campagne de communication précédente**

En cette année 2024 sous le signe des JO, Mayenne Tourisme continue sa communication autour du sport et du tourisme pour porter le territoire de la Mayenne.

Pour illustrer cette nouvelle campagne, un reportage de 3 photos a été réalisé dans 2 hôtels de Laval : L'hôtel IBIS styles et le Best Western Hôtel de Paris.

Chacun des visuels met en scène un client de l'hôtel en tenue de sport, pour faire référence aux JO de Paris, en mode décontracté où chacun prend son temps :

- Une volleyeuse à la réception
- Un nageur qui prend son petit-déjeuner
- Un boxeur qui s'étire dans sa chambre

Les visuels traduisent ainsi le caractère décalé et inattendu de la campagne précédente où figuraient des sportifs mayennais dans des lieux touristiques du territoire.

### **Une campagne digitale et radio sur la région parisienne**

La campagne sera diffusée sur le site web de Mayenne Tourisme, ses réseaux sociaux, ses newsletters, ainsi que sponsorisée par des publicités Google.

Pour compléter cette campagne digitale, une diffusion d'un spot de 30 sec prévue sur Radio France Bleu dans la région Paris sur 2 semaines hors vacances scolaires et ponts du mois de mai : du 13 au 28 mai.

L'audience pour cette campagne est estimée à 1 million de personnes touchées.

### **Une campagne de communication bilingue français-anglais**

Pour s'adresser à un public international et anglophone, la campagne est traduite en anglais et diffusée sur le site anglais de Mayenne Tourisme.

### **La Mayenne, 55 hôtels pour se ressourcer**

Avec 42 hôtels indépendants et 13 de chaînes hôtelières, la Mayenne compte 20 établissements classés 3 étoiles ou plus. Ces hôtels accueillent principalement une clientèle d'affaires, représentant 60 % des séjours, avec un total de 330 000 nuitées en 2023. L'objectif de cette campagne de communication est d'accroître la part de la clientèle loisirs, en particulier durant la période estivale, lorsque la clientèle d'affaires est moins présente.

En plus des hébergements, des expériences, activités, sites de visites, restaurants sont proposés pour compléter le séjour sur le site [mayenne-tourisme.com](http://mayenne-tourisme.com)

## La Mayenne, 1<sup>er</sup> département sportif

Avec le plus grand nombre de licenciés rapporté à sa population, la Mayenne incarne pleinement la passion sportive. Ses infrastructures et sa communauté sportive constituent un élément fondamental de son identité. Par ailleurs, le Département de la Mayenne, ainsi que 178 collectivités, ont obtenu le label Terre de Jeux 2024.

La flamme olympique passera en Mayenne le 29 mai 2024. Elle traversera les 7 lieux suivants : Mayenne, Laval, Cossé-le-Vivien, Sainte-Suzanne-et-Chammes, Château-Gontier-sur-Mayenne, le belvédère du Mont des Avaloirs et Chailland.

Slowlydays®, une marque et des valeurs incarnées par les gens d'ici

Le collectif « Slowlydays® » (contraction de Slow tourisme et Holidays) regroupe aujourd'hui 90 professionnels du tourisme en Mayenne : Les hôtes, restaurateurs, artisans, commerçants et responsables de sites touristiques. Ils prennent soin de transmettre les valeurs dans lesquelles ils se reconnaissent et qu'ils incarnent naturellement dans leurs activités au quotidien : bienveillance, partage, éthique, éco-responsabilité et local. Cette authenticité leur permet d'accueillir une clientèle touristique sensible à ces mêmes valeurs au travers d'offres et expériences orientées slow tourisme.

Une philosophie : replacer l'humain et les relations vraies au cœur de l'expérience client. Ils transmettent leur passion, leur goût du local, partagent leurs bons plans, font preuve de générosité et de simplicité. Véritables ambassadeurs du territoire, ils connaissent leur département et les autres membres du collectif, qu'ils recommandent volontiers aux visiteurs.

Contact presse :

Lucie Janson

[l.janson@mayenne-tourisme.com](mailto:l.janson@mayenne-tourisme.com)

07 61 87 80 66

