

20 25

RAPPORT D'ACTIVITÉ

**DESTINATION
AYENNE**



01

02

03

04



© Centre-ville de Laval - Marie Morin - Perspectives de Voyage



© Musée d'Art Naïf et d'Arts Singuliers à Laval - Nos Cœurs Voyageurs



© Stage de tournage sur bois à l'Abbaye d'Entrammes - Prisma Laval



© Vélo au Moulin de Thévalles à Chéméré-le-Roi - Destination MAYENNE

**Mayenne Tourisme
devient
Destination MAYENNE**

Pages 6 - 10

**Le tourisme en
Mayenne en 2025 :
les indicateurs clés**

Pages 11 - 13

**Le collectif en action :
accompagner et fédérer
les acteurs du territoire**

Pages 14 - 21

**Une communication grand
public 360° pour faire
rayonner la Mayenne**

Pages 22 - 37



L'année 2025 a marqué un tournant décisif pour notre agence et, plus largement, pour l'avenir de la Mayenne. Le 30 juin, l'Assemblée générale extraordinaire a acté l'élargissement de nos missions. Le 12 septembre, avec l'installation d'un nouveau Conseil d'administration représentatif de l'ensemble des forces du territoire, Mayenne Tourisme est devenue Destination MAYENNE, agence d'attractivité globale du département.

Ce changement ne se résume pas seulement à un nouveau nom. Il traduit une ambition collective : faire de la Mayenne un territoire choisi et reconnu, en conjuguant tourisme, attractivité résidentielle, dynamisme économique et qualité de vie. Cette vision s'incarne dans une gouvernance élargie et dans une mobilisation inédite des acteurs à l'échelle départementale, réunis au sein de groupes de travail qui vont permettre de poser les premières bases d'une stratégie partagée.

Tout au long de l'année, l'agence a poursuivi ses missions historiques, tout en amorçant cette transformation. Elle a accompagné, fédéré, expérimenté, avec une conviction constante : l'attractivité ne se décrète pas, elle se construit collectivement et progressivement.

Ainsi, 2025 a ouvert une nouvelle étape. Une étape exigeante, mais porteuse d'opportunités pour révéler pleinement la Mayenne et renforcer son rayonnement. Et ce cap, nous le franchissons ensemble, avec envie, engagement et confiance dans les atouts et les forces de notre territoire.



Joël BALANDRAUD
Président



Ce qu'il faut retenir.



Changement de nom

Mayenne Tourisme devient Destination MAYENNE

2025 a été une année charnière pour l'agence et a marqué un changement majeur.

Mayenne Tourisme élargit ses missions et devient l'agence d'attractivité globale de la Mayenne, **Destination MAYENNE.**

Page 7



Slowlydays®

Une réflexion engagée

Le 21 mai 2025, Destination MAYENNE, les Offices de Tourisme et Gîtes de France Mayenne se sont réunis pour **établir un diagnostic commun** et **engager une réflexion collective** autour de la démarche Slowlydays®.

Page 16



Le Mois de l'Accessibilité

La 7^e édition du Mois de l'Accessibilité en Mayenne

En avril s'est déroulée la 7^e édition du Mois de l'Accessibilité.

Cet événement a permis de **valoriser des expériences touristiques inclusives**, tout en soulignant **l'implication des acteurs locaux** du tourisme et de la culture.

Page 17



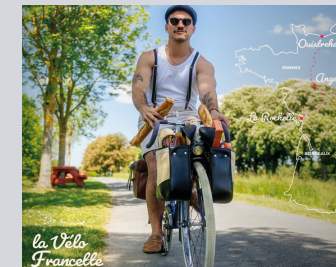
Démarche qualité

Le nouveau référentiel Accueil Vélo®

Le label Accueil Vélo®, qui s'impose comme un **repère pour les professionnels du tourisme engagés dans l'accueil des cyclotouristes**, a fait peau neuve en 2025.

Équipements, information, prise en charge adaptée... le référentiel a évolué pour répondre aux nouvelles exigences en matière d'accueil et de services.

Page 18



Itinéraire cyclo

Les 10 ans de La Vélo Francette®

La Vélo Francette®, itinéraire cyclable de Ouistreham à La Rochelle, a fêté ses 10 ans en 2025.

À cette occasion, une campagne de communication a été réalisée pour **accroître la visibilité de l'itinéraire et affirmer son attractivité.**

Page 19



Communication

Campagne 360° "Et si c'était ça le vrai luxe"

En 2025, l'agence propose une vision revisitée du luxe, centrée sur le temps retrouvé, les espaces préservés et la qualité des moments partagés.

À travers cette prise de parole, la Mayenne affirme son identité de **destination offrant des expériences riches et ressourçantes.**

Pages 23 - 26



Communication

Nouveauté !

Campagne 360° "MAYENNE, mille coups de cœur"

De novembre à janvier, Destination MAYENNE, en lien avec les Offices de Tourisme, a mené une campagne de communication multi-supports **mettant en lumière les animations et prestataires locaux.**

Une initiative nouvelle pour renforcer l'attractivité du territoire en hors-saison, dans la magie des fêtes de fin d'année.

Page 27



Édition

Nouveauté !

Nouvelle édition : la brochure du patrimoine

Dans le cadre de la première participation de Destination MAYENNE au Salon International du Patrimoine Culturel à Paris, une nouvelle brochure vient enrichir la collection d'éditions de l'agence avec une **mise en avant du patrimoine et des sites culturels en Mayenne.**

Page 28



Relations presse

Accueil de 21 journalistes allemands

Destination MAYENNE a réalisé un travail de relations presse auprès de **médias généralistes et spécialisés** régionaux, nationaux ainsi que belges, espagnols et allemands.

Un temps fort : l'agence a accueilli pour la première fois **21 journalistes allemands** dans le cadre du **CARAVAN SALON de Düsseldorf.**

Page 34



Événementiel

Participation à 7 salons à Paris et en Europe

Pour augmenter la visibilité du territoire, l'agence a participé à 7 salons en 2025.

Les visiteurs ont pu découvrir la destination au **Salon de l'Agriculture**, au **Salon Destinations Nature** ou encore au **Salon International du Patrimoine Culturel** pour la première fois à Paris, ainsi qu'à **Utrecht** et **Gand.**

Pages 36 -37

01

Mayenne Tourisme devient Destination MAYENNE

Pages 6 - 10



Mayenne Tourisme devient Destination MAYENNE

L'année 2025 a marqué un tournant décisif pour notre agence. Le 30 juin, l'Assemblée générale extraordinaire a acté l'élargissement de ses missions. Le 12 septembre, avec l'installation d'un Conseil d'administration représentatif de l'ensemble des forces du territoire, Mayenne Tourisme devient **Destination MAYENNE, l'agence d'attractivité globale de la Mayenne.**

Cette évolution, portée par le Conseil départemental, traduit une ambition collective : dépasser la seule logique touristique pour conjuguer **attractivité résidentielle, dynamisme économique et qualité de vie**, au service d'un territoire choisi et reconnu.

“
Il faut faire savoir que la Mayenne a tout pour réussir
”
Olivier RICHEFOU, Président du Conseil départemental de la Mayenne

Une ambition forte au service du territoire

CHOISI Être un territoire où l'on décide de s'installer, d'étudier, de travailler et d'investir, parce qu'on y trouve des **opportunités réelles** et un **cadre de vie stimulant**.

RECONNU Affirmer nos **atouts différenciants et les rendre visibles**, de l'échelle locale à l'échelle nationale, voire européenne.

Des missions complémentaires

1. ATTRACTIVITÉ RÉSIDENIELLE ET HOSPITALITÉ

Attirer des profils clés (médecins, enseignants, entrepreneurs, familles) suppose un écosystème de services (logement, mobilités, emploi du conjoint, intégration sociale) et des parcours d'installation fluides.

2. MARKETING ET COMMUNICATION

Nous favoriserons le rayonnement du territoire autour de la marque MAYENNE, en nous appuyant sur des événements vitrines, des campagnes narratives incarnées et des relais puissants chez nos partenaires.

3. OBSERVATION ET ANALYSE

La création d'un observatoire de l'attractivité suivra des indicateurs clés (démographie, flux touristiques, satisfaction habitants, notoriété de la marque) afin de prioriser et objectiver les résultats auprès des élus et partenaires.

Construire une stratégie en lien avec les acteurs de terrain

Dès l'automne, **cinq groupes de travail Attractivité** ont été lancés (attractivités médicale, résidentielle, touristique, étudiante et marqueur « cheval »), en réunissant des **professionnels de tous horizons** à l'échelle départementale.

Ce choix d'une démarche ouverte et transversale permet de **confronter les regards**, de **partager les réalités du terrain** et de **poser les bases d'une stratégie d'attractivité collective**, appelée à structurer la future feuille de route opérationnelle du territoire.

▶ Les instances

Le Conseil d'administration (septembre 2025)

Jean-Marc ALLAIN

Conseiller départemental, canton de Gorron et Vice-président en charge du tourisme de la Communauté de Commune du Bocage Mayennais

Joël BALANDRAUD

Vice-président du Conseil départemental, canton d'Évron et Président de la Communauté de Communes des Coëvrons, Maire d'Évron

Dorine BALLOCHE

Vice-présidente en charge du sport et du tourisme de la Communauté de Communes du Pays de Craon

Bruno BERTIER

Conseiller départemental, canton de Laval et Vice-président de Laval Agglomération

Frédéric BORDELET

Vice-président en charge du tourisme de Mayenne Communauté

Catherine CAUCHOIS

Présidente de l'association Quatre Pa(s)

Erwan COATANEA

Président de Made in Mayenne

Bruno DARRAS

Vice-président en charge du tourisme et des loisirs de la Communauté de Communes de l'Ernée, Trésorier de l'association Petites Cités de Caractère de la Mayenne et Maire de Chailland

Nadège DAVOUST

Conseillère départementale, canton de Laval et Vice-présidente de Laval Agglomération

Hubert DE BEAUCHAMP

Directeur et Président du Comité stratégique du Groupement Hospitalier de Territoire de la Mayenne et du haut Anjou

Mickaël DELAHAYE

Vice-président du Conseil départemental, canton de Lassay-les-Châteaux et Maire de Commer

Dominique DE VALICOURT

Conseillère départementale, canton de Château-Gontier-sur-Mayenne et Vice-présidente en charge du tourisme et du patrimoine de la Communauté de Communes du Pays de Château-Gontier

Clément DRUGEOT

Président des Gîtes de France de la Mayenne

Benoît FAUCON

Président de la Chambre d'Agriculture de la Mayenne

Michel GALVANE

Vice-président en charge du tourisme de la Communauté de Communes des Coëvrons

Nicolas GICQUEL

Directeur de Laval Tourisme

Arnaud HAMELIN

Directeur de Mayenne Culture

Éric HUNAUT

Président de la Chambre de Commerce et d'Industrie de la Mayenne

Éric JOUANEN

Secrétaire général de l'Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie

Benoît LION

Conseiller départemental, canton de Château-Gontier-sur-Mayenne et Président de Mayenne Culture

Christelle MORANÇAIS

Présidente de la Région Pays de la Loire

Éric MORAND

Administrateur de Laval Tourisme

Christelle MOUSSAY

Conseillère départementale, canton de Villaines-la-Juhel

Sonia PELE

Gérante de Double Etincelle

Patrick PÉNIGUEL

Vice-président en charge du tourisme de Laval Agglomération

Benoît PIQUET

Co-président de l'association Loisirs et Séjours

Didier PIVETTE

Président du Comité départemental Olympique et Sportif

Olivier RICHEFOU

Président du Conseil départemental de la Mayenne

Jérôme ROBINO

Élu de la Chambre des Métiers et de l'Artisanat de la Mayenne

Michel ROSE

Président de la FFRandonnée 53

Diane ROULAND

Présidente de la Communauté de Communes du Mont des Avaloirs

Jacques SABIN

Vice-président en charge du tourisme de la Communauté de communes du Pays de Meslay-Grez

Damien SOULICE

Directeur de la Cité du Lait

Le Bureau (octobre 2025)

Président

Joël BALANDRAUD

1^{er} Vice-président

Mickaël DELAHAYE

2^e Vice-président

Éric JOUANEN

3^e Vice-présidente

Dominique DE VALICOURT

4^e Vice-président

Vincent ERRERA

Secrétaire général du GHT de la Mayenne et du haut Anjou

Trésorier

Frédéric BORDELET

Trésorier adjoint

Éric HUNAUT

Secrétaire

Nadège DAVOUST

Secrétaire adjoint

Bruno LUCAS

Représentant de Made in Mayenne et Président du Groupe Lucas

Membre associé

Jérôme ROBINO

Membre associée

Sylvia GOISBAULT

Élue représentante de la Chambre d'Agriculture de la Mayenne

Les rencontres 2025

3

RÉUNIONS DE
BUREAU

3

RÉUNIONS DU
CONSEIL D'ADMINISTRATION

2

ASSEMBLÉES
GÉNÉRALES ORDINAIRES

1

ASSEMBLÉE
GÉNÉRALE EXTRAORDINAIRE

Remerciements aux administrateurs

Destination MAYENNE tient à remercier l'ensemble des membres du Conseil d'administration et du Bureau engagés aux côtés de l'agence. Leur implication et leur confiance ont été précieuses pour les évolutions majeures durant cette année charnière.

Hommage

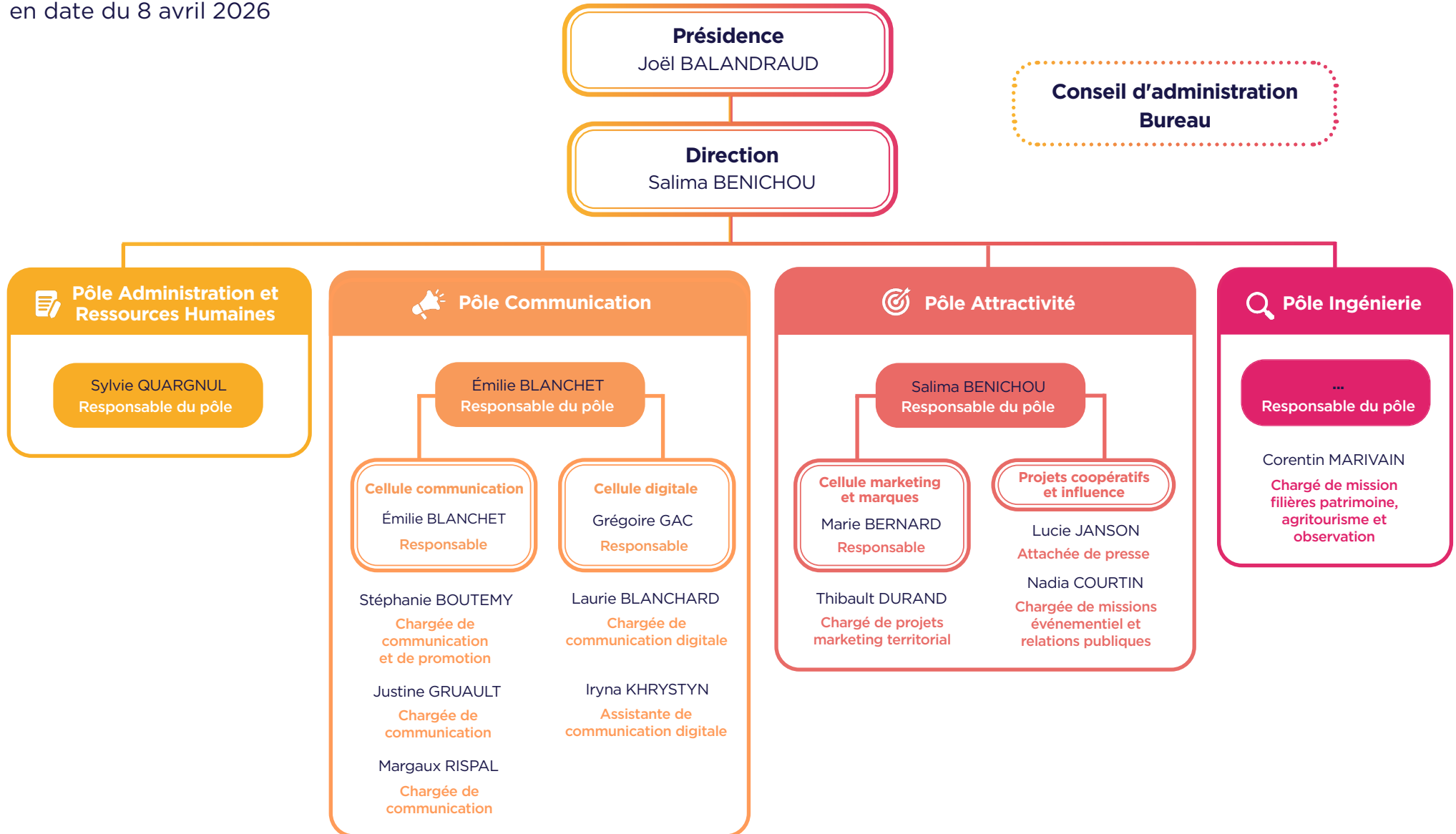
Nous avons également une pensée particulière pour Monsieur **Gérard DUJARRIER**, Vice-président du Conseil départemental et administrateur de Mayenne Tourisme, disparu à l'été 2025. Son engagement au service du territoire et sa contribution aux travaux de l'agence ont été très appréciés.



© Gérard DUJARRIER - Conseil départemental de la Mayenne

► L'équipe de Destination MAYENNE

en date du 8 avril 2026



02

Le tourisme en Mayenne en 2025 : les indicateurs clés

Pages 11 - 13



▶ Fréquentation touristique

Chiffres touristiques clés

Sources : Flux Vision Tourisme - Orange Business et FTO

8,5

MILLIONS DE VISITEURS (= vs 2024)

2,3 millions de touristes* (- 2 % vs 2024)

6,2 millions d'excursionnistes** (+ 1 % vs 2024)

* Personne effectuant au moins une nuitée sur le territoire

** Personne présente au moins 4h sur le département, n'effectuant pas de nuitée

5,19

MILLIONS DE NUITÉES MARCHANDES ET NON MARCHANDES (= vs 2024)

2,2

JOURS DE DURÉE DE SÉJOUR MOYENNE (vs 2,1 en 2024)

16 000

LITS TOURISTIQUES MARCHANDS

Top 10 des sites de visite les plus fréquentés en Mayenne

Source : Flux Vision Tourisme - Orange Business

1

Refuge de l'Arche, Château-Gontier-sur-Mayenne

71 215 visiteurs (- 1 % vs 2024)

2

Musée de Préhistoire - Grottes de Saulges, Saulges

52 014 visiteurs (+ 12 % vs 2024)

3

MANAS | Musée d'Art Naïf et d'Arts Singuliers, Laval

46 133 visiteurs (+ 5 % vs 2024)

4

Musée Robert Tatin, Cossé-le-Vivien

37 900 visiteurs (- 6 % vs 2024)

5

ZOOM - Centre de culture scientifique, technique et industrielle, Laval

27 464 visiteurs (- 49 % vs 2024)

6

Jardin des Renaudies, Colombiers-du-Plessis

20 200 visiteurs (= vs 2024)

7

Musée archéologique départemental, Jublains

19 436 visiteurs (- 3 % vs 2024)

8

Musée du Château de Mayenne, Mayenne

18 684 visiteurs (+ 1 % vs 2024)

9

La Cité du Lait, Laval

17 129 visiteurs (+ 14 % vs 2024)

10

CIAP du Château de Sainte-Suzanne, Sainte-Suzanne-et-Chammes

16 579 visiteurs (= vs 2024)

© Centre-ville de Laval - Marie Morin - Perspectives de Voyage



E-réputation de la Mayenne

Source : Étude Fairgust - 2025



8,8/10

278 ÉTABLISSEMENTS ANALYSÉS

13 390 AVIS DÉPOSÉS (- 13 % vs 2024)

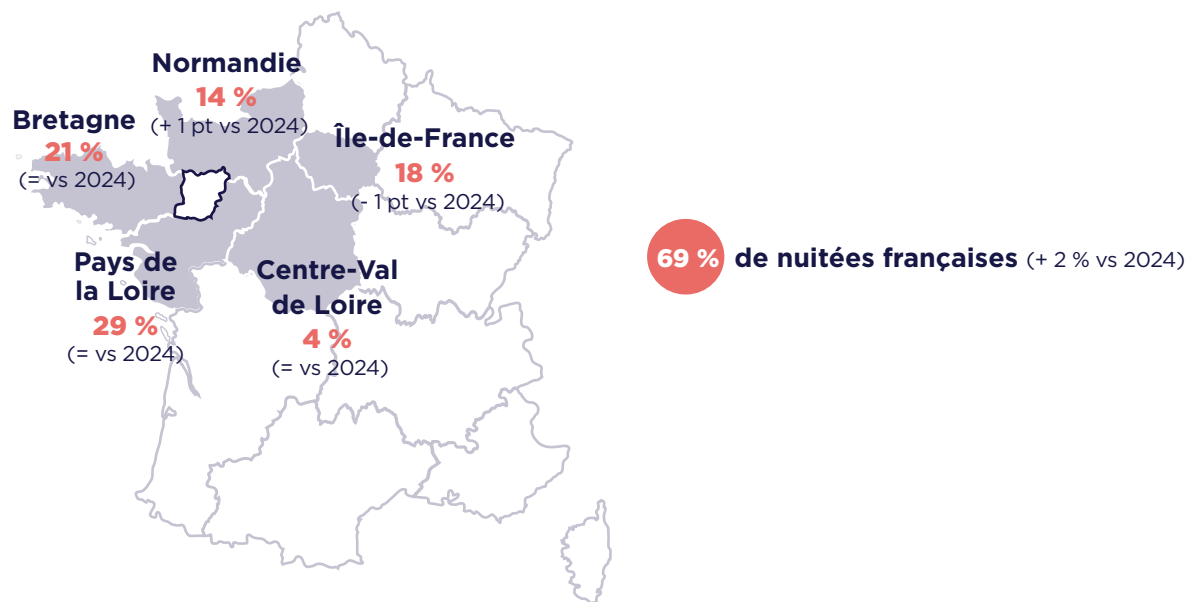
Dont 156 avis déposés sur le site de Destination MAYENNE (+ 21 % vs 2024)

► Profil des touristes

Provenance des touristes

Source : Flux Vision Tourisme - Orange Business

PRINCIPALES CLIENTÈLES FRANÇAISES PAR RÉGION D'ORIGINE



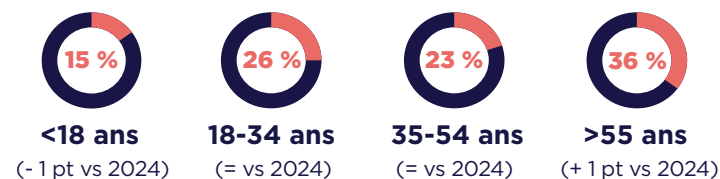
PRINCIPALES CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES PAR PAYS D'ORIGINE



Répartition socio-démographique

Source : Flux Vision Tourisme - Orange Business

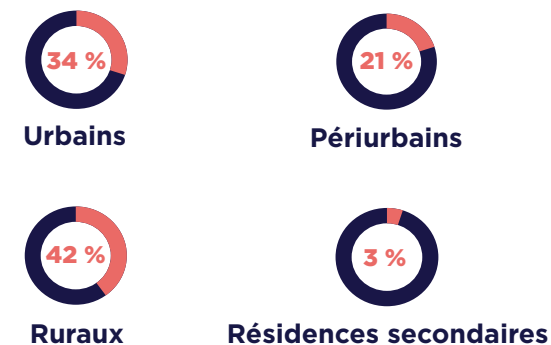
RÉPARTITION DES TOURISTES PAR ÂGE



RÉPARTITION SOCIOLOGIQUE



RÉPARTITION DÉMOGRAPHIQUE



03

**Le collectif en action :
accompagner et fédérer
les acteurs du territoire**

Pages 14 - 21



▶ Accompagner les professionnels dans leurs projets

Répartition des accompagnements

81 ACCOMPAGNEMENTS DE PROFESSIONNELS (+ 22 vs 2024)

- 16 pour le marketing et la communication
- 15 pour les démarches qualité
- 11 pour Tourinsoft
- 9 pour les statistiques
- 9 pour l'itinérance
- 9 pour de nouvelles activités
- 5 pour la maintenance eRESA
- 4 pour de nouveaux projets
- 2 pour le développement durable
- 1 pour la réglementation

Top 3 des thématiques



1

Marketing et communication

Les sollicitations ont principalement porté sur le **développement de la commercialisation en ligne** via le dispositif eRESA, ainsi que sur le **positionnement et la visibilité web**, notamment à travers les accompagnements liés aux **engagements Slowlydays®**.



2

Démarches qualité

Les démarches qualité portées par **Accueil Vélo®** et **Tourisme et Handicap** représentent la majeure partie des demandes des professionnels en activité. Cette dynamique s'explique par un nombre important de renouvellements de labels, ainsi que par l'ouverture du label **Accueil Vélo®** à l'ensemble du département.



3

Tourinsoft

Destination MAYENNE a accompagné **Laval Tourisme** dans la création de la partie « affaires » de son site web. Par ailleurs, les formulaires d'ajout d'animations ont été déployés sur **trois nouveaux supports**, dont **May'Appli**. De **nouveaux flux « hébergements »** ont également été créés afin d'alimenter le site du **Festival du Cyclotourisme**.



© Dispositif May'Gourde aux Jardins des Renaudies - Pascal Beltrami

Le dispositif May'Gourde



151 ÉTABLISSEMENTS ENGAGÉS (+ 5 % vs 2024)

Dont **108 établissements renouvelés** (+ 10,2 % vs 2024)



Favoriser la rencontre entre les voyageurs et les professionnels du territoire.



Faciliter l'accès à l'eau en périodes de fortes chaleurs, sans contrepartie.



Contribuer à la réduction des plastiques à usage unique.

▶ Slowlydays®, une marque incarnée par les professionnels mayennais



Répartition des engagés Slowlydays®

RÉPARTITION DES ENGAGÉS PAR ACTIVITÉ

87 PROFESSIONNELS ENGAGÉS SLOWLYDAYS® (84 en 2024)

- 37 hébergeurs
- 4 équipes d'Office de Tourisme
- 16 artisans
- 3 commerçants
- 10 gérants d'activités
- 3 restaurateurs
- 7 producteurs locaux
- 2 organisateurs d'événements
- 5 équipes de site de visite

NOUVEAUX ENGAGÉS EN 2025

Aurélie Mézenges
Ecodomaine Rêver ailleurs

Marine Godet et Damien Léon
Tartine et Rustine

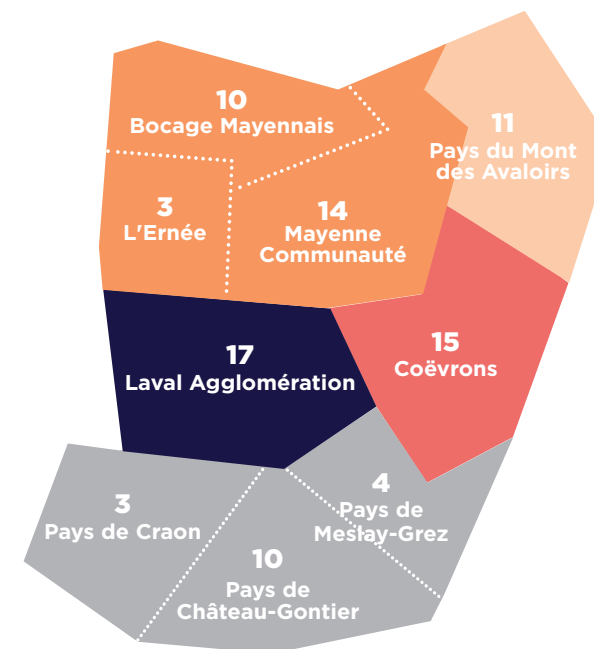
Jean-Yves Tréhen
Hôtel de Paris

Y Lan Nguyen
Lettering créatif

Julie Pinçon
Benedicta Paysanne

Olivia Korichi et Matthieu Bernard
BHD Lodge

RÉPARTITION DES ENGAGÉS PAR TERRITOIRE



© Rencontre Slowlydays® à Lassay-les-Châteaux - Destination MAYENNE

Une réflexion engagée pour Slowlydays®

Créée en 2016, la marque Slowlydays® nécessite aujourd'hui d'être requestionnée au regard des évolutions sociétales et des nouvelles attentes en matière de slow-tourisme et d'hospitalité. Le **21 mai 2025**, Destination MAYENNE a organisé une première rencontre avec les Offices de Tourisme et Gîtes de France Mayenne pour partager un diagnostic commun et ouvrir une **réflexion collective autour de Slowlydays®**.

Dans cette continuité, une enquête menée auprès des professionnels du tourisme et du grand public a permis de recueillir **408 réponses**, offrant un éclairage partagé sur la perception de la démarche.

Un groupe de travail « Attractivité touristique », réuni pour la première fois le 9 décembre, intègre désormais la question de la place de Slowlydays® dans l'**hospitalité du territoire** et dans la **dynamique d'attractivité globale**.

► La Mayenne, engagée pour plus d'accessibilité



Le label Tourisme et Handicap

Le label d'État Tourisme et Handicap est une réponse à la demande des personnes en situation de handicap qui veulent pouvoir choisir leurs vacances et leurs loisirs en toute liberté. Le label apporte une garantie d'un **accueil efficace et adapté** à leurs besoins. Chaque année, Destination MAYENNE accompagne les professionnels du tourisme dans l'obtention et le déploiement du label.

11

**SITES LABELLISÉS
TOURISME ET HANDICAP** (12 en 2024)

→ **5 sites de visite/musées** **4 hébergements** **2 sites de loisirs/nature**

Le Mois de l'Accessibilité en Mayenne

En avril 2025 s'est tenue la **7^e édition du Mois de l'Accessibilité** en Mayenne. À cette occasion, le territoire affirme plus que jamais sa volonté d'être une destination ouverte à tous. Cet événement invite à découvrir le département à travers des **expériences de visite inclusives et accessibles**, tout en mettant en lumière l'engagement des professionnels mayennais du tourisme et de la culture. Six sites de visite ont ainsi proposé au public un programme riche et varié :

■ Musée du Château de Mayenne à Mayenne

■ Musée archéologique départemental de Jublains

■ MANAS | Musée d'Art Naïf et d'Arts Singuliers à Laval

■ La VIGIE - Mémorial des déportés de la Mayenne à Mayenne

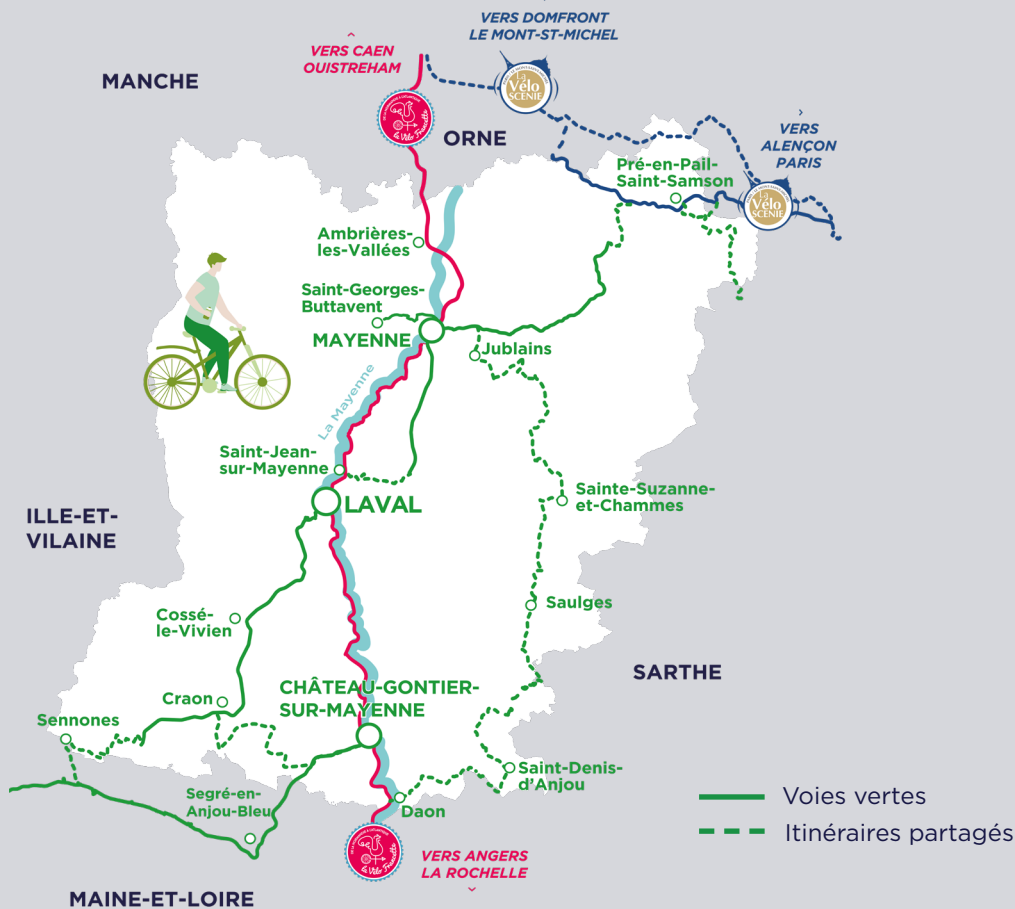
■ CIAP - Château de Sainte-Suzanne à Sainte-Suzanne

■ Musée Robert Tatin à Cossé-le-Vivien

Une brochure dédiée a été réalisée pour présenter l'événement et les partenaires.

► Structurer et promouvoir l'itinérance cyclo

2 grands itinéraires cyclables en Mayenne



La Vélo Francette®
Ouireham > La Rochelle
105 km en Mayenne

630 KM



La Véloscénie®
Paris > Mont Saint-Michel
17 km en Mayenne

450 KM

Le nouveau référentiel Accueil Vélo®



45

SITES LABELLISÉS

ACCUEIL VÉLO® (51 en 2024)

29 hébergements

4 loueurs, réparateurs

4 sites de visite/loisirs

6 restaurants

2 offices de tourisme

Le label Accueil Vélo®, créé en 2008, est devenu une référence pour les professionnels du tourisme souhaitant accueillir les cyclotouristes dans de bonnes conditions. Face à la croissance du vélotourisme et à la diversité des profils de voyageurs à vélo, **le référentiel évolue en 2025 avec une refonte complète** afin de mieux répondre aux nouvelles attentes de cette clientèle :

- Informer sur le meilleur itinéraire pour rejoindre l'établissement labellisé
- Offrir un accueil adapté pour le cycliste, son vélo et ses bagages
- Proposer un stationnement vélo sécurisé, gratuit et facilement accessible
- Permettre le dépôt temporaire des bagages et sacs
- Mettre à disposition des points de recharge pour les téléphones et GPS
- Offrir une solution de recharge pour les batteries de vélos à assistance électrique
- Mettre à disposition un kit de réparation pour les petites avaries

Destination MAYENNE accompagne les acteurs de l'hébergement et de la restauration, les Offices de Tourisme, les loueurs et réparateurs de vélo, ainsi que les sites de visite et activités de loisirs pour qu'ils rejoignent la démarche.

Les 10 ans de La Vélo Francette®



OBJECTIFS

- 1 Faire connaître l'itinéraire et rappeler sa maturité
- 2 Célébrer les 10 ans de La Vélo Francette® avec un message humoristique et décalé
- 3 Dérouler le positionnement de La Vélo Francette® : gourmandise, terroir, convivialité, paysages et ambiances variés

ACTIONS

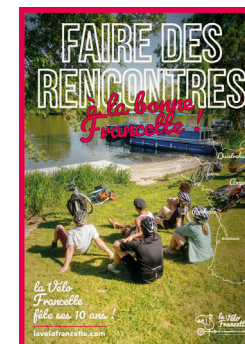
Une campagne digitale sur les réseaux sociaux en deux temps :

- Une phase de notoriété qui cible large
Du 28 mai au 30 juin 2025
- Une phase de trafic qui capitalise sur la première phase
Du 1^{er} juillet au 30 septembre 2025

Une campagne physique via de l'affichage et un sticker déployés chez les partenaires

3 710 000 IMPRESSIONS

17 656 € DE BUDGET



"Grattez Francette", une opération relancée en 2025

Les socioprofessionnels présents le long de La Vélo Francette® ont émis le souhait de s'adresser aux touristes au travers d'une animation. Un jeu intitulé « Grattez Francette » a ainsi été mis en place le temps de la saison.

PRINCIPE

Les cyclotouristes se rendent dans des points de jeu pour tenter de gagner des produits locaux via des jeux à gratter. Un jeu parallèle sur les réseaux sociaux a été lancé pour remporter des paniers garnis.

ACTIONS

- Campagne sponsorisée sur les réseaux sociaux et sur le site web de Destination MAYENNE via un pop-up.
- L'accent est également mis sur la communication de terrain avec une campagne d'affichage pour informer les touristes.



▶ Développer l'itinérance fluviale et fluvestre avec Rivières de l'Ouest®

Les actions de valorisation

SITE WEB EN FRANÇAIS ET EN ANGLAIS

27 545 visites (+ 11 % vs 2024) | **37 148** pages vues (+ 11 % vs 2024)

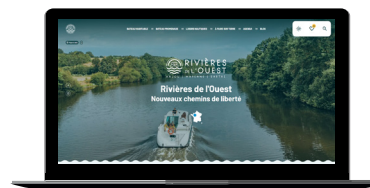
RÉSEAUX SOCIAUX

2 625 abonnés sur Facebook (+ 1 100 vs 2024) | **919** abonnés sur Instagram (+ 550 vs 2024)

RELATIONS PRESSE

2 dossiers de presse | **2** communiqués | **4** accueils presse | **2** tournages TV | **2** accueils de blogs belges

20 retombées presse : **11** en presse écrite, **5** en presse web et **4** en presse audiovisuelle



Les Rivières de l'Ouest® en chiffres

4

RIVIÈRES NAVIGABLES

La Maine, la Mayenne, l'Oudon et la Sarthe

283

KM DE VOIES NAVIGABLES

2

SOCIÉTÉS DE LOCATION DE BATEAUX HABITABLES

Anjou Navigation
Les Canalous

4

BASES DE LOUEURS SUR LE BASSIN

67

ÉCLUSES

Dont **37** en Mayenne

33 196

PASSAGES SUR TOUT LE BASSIN

Dont **11 663** aux écluses mayennaises

Les temps forts



21 et 22 janvier 2025

Participation à Sloww!, les Rencontres Nationales du Tourisme Fluvial à Agen : des rencontres professionnelles, des tables rondes et des conférences étaient au rendez-vous.

© Conférence Sloww! - Rivières de l'Ouest



2 et 3 juillet 2025

Réception du Pôle Tourisme des Voies Navigables de France : présentation et découverte de la destination, retours d'expérience et échanges sur les problématiques communes.

© Accueil à la Maison du Tourisme - Destination MAYENNE



© Rivières de l'Ouest

18 décembre 2025

COPIL : présentation du bilan des actions 2025, redéfinition des priorités d'action en termes d'aménagement et de développement des équipements, validation du plan d'actions et du budget pour 2026.

► Une variété d'outils mis à disposition des professionnels

La photothèque en ligne

Outil de mise à disposition de photos et vidéos.

239 COMMANDES (- 6 % vs 2024)

9 680 TÉLÉCHARGEMENTS (+ 3 % vs 2024)

63 UTILISATEURS (- 23 % vs 2024)

Le site web professionnel

Outil permettant aux professionnels du tourisme de trouver toutes les informations pratiques et techniques.

10 320 UTILISATEURS (+ 57,03 % vs 2024)

13 317 SESSIONS (+ 58,72 % vs 2024)

22 344 PAGES VUES (+ 35,39 % vs 2024)

* Ensemble des interactions produites par un utilisateur sur un site web au cours d'une période

La newsletter professionnelle

Outil permettant aux professionnels de recevoir les actualités du territoire.

1 674 ABONNÉS **10** NEWSLETTERS ENVOYÉES

41,70 % TAUX D'OUVERTURE MOYEN

eRESA

Solution régionale de vente en ligne adaptée à tous les professionnels du tourisme.

39 PROFESSIONNELS ÉQUIPÉS (+ 8 % vs 2024)

215 440 € DE CHIFFRE D'AFFAIRES (- 35 % vs 2024)

Cette baisse s'explique par le non-renouvellement de l'abonnement d'un professionnel, dont l'activité représentait près de 80 % du volume d'affaires en 2024.

TOP 5 DES PROFESSIONNELS VENDEURS

1. La Cité du Lait à Laval | Loisirs
2. La Petite Cabane Confidentielle à Saint-Berthevin | Hébergement
3. Canotika à Château-Gontier-sur-Mayenne | Loisirs
4. La Capitainerie à Château-Gontier-sur-Mayenne | Loisirs
5. Chambre d'hôtes La Bigottière à Charchigné | Hébergement

eSPRIT

Réseau d'information touristique des Pays de la Loire ouvert aux professionnels, aux institutionnels et aux Offices de Tourisme.

3 584 OFFRES TOURISTIQUES (2 573 en janvier 2025)

Dont

946 hébergements

519 équipements de loisirs et de visite, activités sportives et culturelles

390 restaurants

284 lieux patrimoniaux (patrimoine culturel et naturel)

353 itinéraires

307 producteurs locaux, artisans, découverte de savoir-faire

120 séminaires, réception

2 804 OFFRES D'ANIMATION SAISIÉS DANS L'AGENDA (3 005 en 2024)

699 966 VUES SUR LE SITE DE DESTINATION MAYENNE

Dont

681 953 vues en français

18 013 vues en anglais

04

**Une communication
grand public 360°
pour faire rayonner la
Mayenne**

Pages 22 - 37



► Campagne "Et si c'était ça le vrai luxe"

Du 19 mars à mi-août 2025

Contexte

Après trois années de "Voyage inattendu", l'agence affiche une nouvelle orientation pour sa campagne de communication 2025 : « Et si c'était ça le vrai luxe ».

L'accent est mis sur une nouvelle approche du luxe : celle de prendre le temps, de profiter des grands espaces et de vivre des moments authentiques et privilégiés avec ses proches au cœur de la nature.

Elle invite les visiteurs à redécouvrir la richesse des moments simples : une balade au fil de l'eau, un pique-nique en pleine nature ou encore une pause bien-être loin de l'agitation urbaine.

Dans un monde en perpétuelle accélération, c'est devenu un vrai luxe de pouvoir vivre ces expériences, notamment pour les urbains.

Avec cette campagne, l'agence affirme ainsi son positionnement en tant que destination slow tourisme, où le luxe ne se mesure pas en étoiles mais en moments précieux.

Cibles

Nationale, Île-de-France, Grand Ouest, Benelux, Allemagne, Suisse et Autriche

Urbains actifs, familles et couples CSP+ et ++ à la recherche de voyage authentique et d'une parenthèse apaisante dans un cadre ressourçant

Centres d'intérêts : bien-être, nature et patrimoine



© Paddle sur la rivière La Mayenne - HelloLaroux - Destination MAYENNE

Objectifs

1

IMAGE

Inspirer le public et montrer une image authentique de la Mayenne avec des expériences simples qui invitent au bien-être et à la déconnexion.

2

ENGAGEMENT

Inviter le public à repenser ses priorités et à explorer des destinations propices au slow tourisme et encourager l'adoption d'un mode de voyage ou de vie plus lent et conscient.

3

NOTORIÉTÉ

Poursuivre la campagne de notoriété de la destination Mayenne et soutenir la filière touristique.

4

COMPORTEMENT

Inciter les cibles à venir séjourner en Mayenne.

Concept

Les visuels de la campagne illustrent des instants suspendus où l'espace, le temps et la nature prennent toute leur dimension. Les images incarnées visent à susciter des émotions et invitent le visiteur à se projeter.

Chaque photo incarne une atmosphère de bien-être et d'authenticité, valorisant la Mayenne comme une destination idéale pour ralentir et se reconnecter à l'essentiel.

Avec le message « Et si c'était ça le vrai luxe », l'agence s'est affranchie du point d'interrogation car c'est une évidence.



Retombées de la campagne

15 113 632 IMPRESSIONS POUR LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION



AFFICHAGE SUR LES QUAIS DE MÉTRO À PARIS

Pendant une semaine sur 130 faces du 1^{er} au 7 avril 2025

5 498 929 IMPRESSIONS

42 521 € DE BUDGET



AFFICHAGE MOBILIER URBAIN

Au cœur des grandes villes voisines pour une population urbaine active à la recherche d'authenticité et de nature : Angers, Rennes, Le Mans, Caen et Nantes.

1 057 847 IMPRESSIONS

23 325 € DE BUDGET



ACHAT D'ESPACES PRINT PLEINE PAGE

Télérama avec une couverture nationale **ELLE été** en Pays de la Loire et en Bretagne sur 7 parutions hebdomadaires
Paris Match en Pays de la Loire et en Bretagne sur 4 parutions hebdomadaires
Leven in Frankrijk aux Pays-Bas et en Belgique
Frankreich Magazin en Allemagne, Suisse, Autriche et Luxembourg

3 240 772 IMPRESSIONS

24 863 € DE BUDGET



SPONSORING RÉSEAUX SOCIAUX INSTAGRAM ET FACEBOOK

Grandes villes françaises, belges et néerlandaises : Paris, Lille, Nantes, Tours, Rouen, Caen, Anvers, Utrecht et Gand

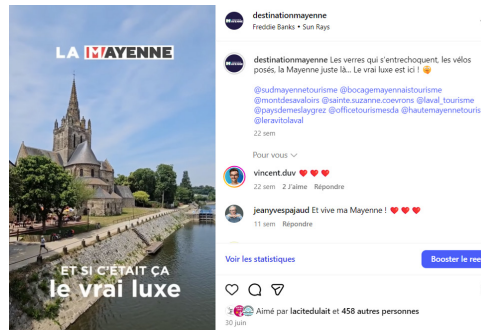
Départements limitrophes : Bretagne, Vendée, Sarthe, Maine-et-Loire et Loire-Atlantique

4 542 584 IMPRESSIONS
(+ 7,81 % vs 2024)

19 880 CLICS

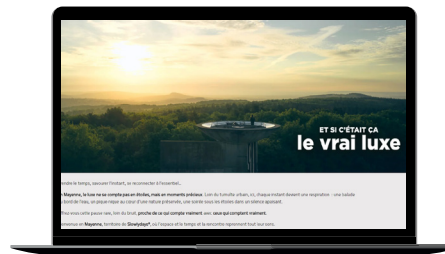
12 335 INTERACTIONS

3 870 € DE BUDGET



10 CAPSULES VIDÉOS DIFFUSÉES SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

564 189 VUES (+ 1840 % vs 2024)



LANDING PAGE SUR LE SITE WEB

564 189 VUES SUR LE
SITE FRANÇAIS
(- 34,5 % vs 2024)

722 VUES SUR LE
SITE ANGLAIS

1 REPORTAGE SUR LA VÉLO FRANCETTE® PENDANT 3 JOURS AVEC CHILOWE

1 relai en newsletter hebdomadaire "Chilo Topo"

Création d'une vidéo "Chilo Topo"

2 relais réseaux sociaux vidéo "Chilo Topo" sur Instagram et Facebook

Article référencé sur le site web

337 000 IMPRESSIONS

7 800 € DE BUDGET

SPOT PUBLICITAIRE DE 30 SECONDES SUR RADIO NOVA

75 messages sur 2 semaines en Ile-de-France

436 500 IMPRESSIONS

5 308 € DE BUDGET

6 REPORTAGES PHOTOS ET VIDÉOS

D'août à fin octobre 2025

Thématiques : Patrimoine - Nature - Activités

► Campagne "MAYENNE, mille coups de cœur"

NOUVEAUTÉ ! Du 14 novembre 2025 au 4 janvier 2026

Contexte

Initiée par Destination MAYENNE et en partenariat avec les Offices de Tourisme du territoire, l'opération « MAYENNE, mille coups de cœur » s'inscrit dans cette stratégie de valorisation du territoire en hiver. L'objectif est de fédérer les initiatives locales existantes – marchés, savoir-faire artisanaux, expériences culturelles ou gourmandes – afin de proposer une nouvelle lecture de la Mayenne pendant les fêtes de fin d'année.

Cibles

Principalement dans le Grand-Ouest.

- Familles
- Couples urbains
- Touristes de proximité
- Habitants mayennais

Concept

La campagne met en avant les femmes et les hommes qui illuminent le territoire en hiver par leur savoir-faire ou leur générosité. « Mille coups de cœur » fait écho aux rencontres, aux artisans, aux illuminations et à toutes les expériences à vivre en Mayenne durant cette période de fin d'année. C'est aussi une invitation à partager son propre regard sur le territoire : « MAYENNE, mille coups de cœur – et vous, quel est le vôtre ? »

Objectifs

- 1 NOTORIÉTÉ**
Communiquer collectivement avec les Offices de Tourisme sous une même bannière à l'échelle départementale pour renforcer l'attractivité du territoire en hors saison
- 2 IMAGE**
Donner une image dynamique du département
- 3 ENGAGEMENT**
Inciter le public à visiter la Mayenne durant la période des fêtes de fin d'année



Retombées de la campagne

2 789 116 IMPRESSIONS POUR LA CAMPAGNE DE COMMUNICATION

23 300 € DE BUDGET

ACHAT D'ESPACE DIGITAL

Display Ouest France et Kidiklik en Mayenne, Ile-et-Vilaine, Orne, Sarthe, Maine-et-Loire et Loire-Atlantique

RÉSEAUX SOCIAUX

Instagram et Facebook

ACHAT D'ESPACE PRINT

Bouger en Mayenne et Ouest France en Mayenne et dans les départements limitrophes

SPOT RADIO DE 20 SECONDES

Radio Ici Mayenne

SUPPORTS PRINT

Affichage A3, dépliant et carte postale en Mayenne, Ile-et-Vilaine, Orne, Sarthe et Maine-et-Loire

LANDING PAGE

Sur le site de Destination MAYENNE



Illuminations de la basilique d'Evron © Ville d'Evron



Illumination © François Parmentier

► Communication print : une variété de supports

Des éditions à retrouver toute l'année



CARTE TOURISTIQUE

Diffusée en avril 2025 dans les Offices de Tourisme, chez les prestataires touristiques et lors des salons et événements

26 600 exemplaires



CARTE DES VOIES VERTES ET RIVIÈRES

Diffusée en avril 2025 dans les Offices de Tourisme, chez les prestataires touristiques et lors des salons et événements

25 000 exemplaires



PROGRAMME DU MOIS DE L'ACCESSIBILITÉ

Diffusée en mars 2025 dans les Offices de Tourisme, dans les sites touristiques labellisés Tourisme et Handicap, ainsi qu'auprès des associations engagées pour les personnes en situation de handicap

810 exemplaires



Bourse d'échange de documentations touristiques

Organisée le **jeudi 3 avril** à la **Maison du Tourisme à Laval**, cette bourse d'échange a réuni les Offices de Tourisme et les têtes de réseaux du territoire. Véritable temps de lancement de la saison touristique, elle a permis de partager, d'actualiser et de mettre à disposition les documentations touristiques, tout en renforçant les liens entre les acteurs.



NOUVEAUTÉ !

BROCHURE DU PATRIMOINE

Cette nouvelle édition propose un **panorama du patrimoine mayennais**, qu'il soit bâti, naturel ou vivant. Elle a été présentée lors du **Salon International du Patrimoine Culturel** qui s'est déroulé en octobre 2025 au Carrousel du Louvre à Paris.

Cette première brochure dédiée au patrimoine répond à plusieurs objectifs :

- rendre visible le patrimoine mayennais et affirmer sa place parmi les **destinations de 1er choix** ;
- mettre en avant la **diversité du patrimoine mayennais** – sites emblématiques, labels, restaurations remarquables, savoir-faire artisanaux, événements culturels ;
- conforter la dimension patrimoniale et culturelle dans la **stratégie d'attractivité globale** et renforcer ainsi **l'image du département**.

2 000 exemplaires

Le kit de bienvenue

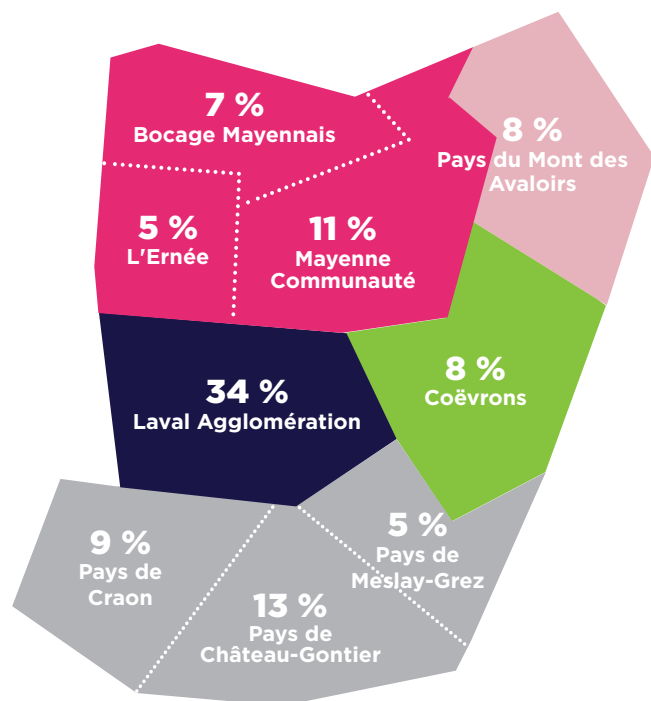
Depuis janvier 2021, les nouveaux arrivants résidant hors du département et s'installant en Mayenne reçoivent un kit de bienvenue.

858

KITS ENVOYÉS AUX NOUVEAUX ARRIVANTS
(Fichier La Poste)
(= vs 2024)



RÉPARTITION DES KITS DE BIENVENUE PAR TERRITOIRE



CONTENU DU KIT DE BIENVENUE

- 1 UNE CARTE TOURISTIQUE
- 2 UNE CARTE POSTALE
- 3 UNE PLANCHE D'AUTOCOLLANTS DE LA MARQUE MAYENNE
- 4 UN MAGAZINE DE DESTINATION MAYENNE
- 5 UN FLYER MAY'N PASS

Le May'N Pass permet de **découvrir la Mayenne à prix doux dans plus de 50 sites** de visites et de loisirs du département ! Sur simple présentation du pass chez ces partenaires, le détenteur bénéficie d'**avantages et réductions** pour lui et les personnes qui l'accompagnent.



696 cartes remises (760 en 2024)

53 sites partenaires

537 envoyées via le formulaire en ligne

159 distribuées par les Offices de Tourisme

► Les réseaux sociaux, un levier de visibilité



10K ABONNÉS
SUR *Instagram* (+ 9,5 % vs 2024)

176 POSTS PUBLIÉS
SUR *Instagram* (vs 139 en 2024)
& 422 stories

1,1M IMPRESSIONS*
SUR *Instagram*
928 751 en posts organiques
213 513 en posts sponsorisés**



27K ABONNÉS
SUR *facebook* (+ 34 % vs 2024)

181 POSTS PUBLIÉS
SUR *facebook* (vs 149 en 2024)
& 250 stories

7,4M IMPRESSIONS
SUR *facebook*
2 102 425 en posts organiques
5 256 710 en posts sponsorisés



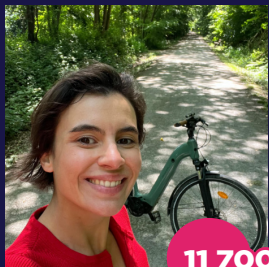
3,8K ABONNÉS
SUR *LinkedIn* (+ 14 % vs 2024)

87 POSTS PUBLIÉS
SUR *LinkedIn* (vs 47 en 2024)

142K IMPRESSIONS
SUR *LinkedIn*
Pour les posts organiques

* Nombre total de fois où un contenu apparaît à l'écran d'un utilisateur ** À l'inverse d'un post sponsorisé, un post organique est un contenu publié gratuitement par une marque sans passer par des campagnes payantes

2 collaborations d'influence sur Instagram | @destination_mayenne

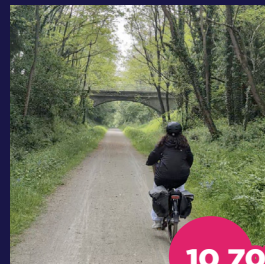


@parlons_bouffe_ 3 946 abonnés

Manon Aïn-Establet, cheffe privée en Mayenne
Cuisine végétale et inclusive | Adeptes du vélo

En juin, une collaboration a été réalisée aux côtés de Parlons Bouffe pour valoriser un itinéraire gourmand à vélo, passant par La Maison Chartier, La Ferme du Pressoir et La Ginguette du Moulin, et alliant nature, gourmandise et produits locaux.

11 700 IMPRESSIONS | ❤️ 498 💬 26



@chilowe 106K abonnés

Chilowé, le média qui met tout le monde dehors
Nature, aventure et partage de bons plans

Destination MAYENNE a fait appel à Chilowé pour réaliser et diffuser un reportage de 3 jours sur l'itinéraire de La Vélo Francette, mettant en avant le plaisir de se déplacer à vélo le long de la rivière la Mayenne, à la découverte des paysages et des lieux incontournables à visiter.

10 707 IMPRESSIONS | ❤️ 200 💬 10

Les actions menées sur les réseaux sociaux tout au long de l'année

- | **JANVIER - MARS** La communication s'est concentrée sur la campagne incitant à anticiper la **réservation de ses vacances en ligne**.
- | **MARS - OCTOBRE** Les contenus ont principalement relayé la **campagne "Et si c'était ça le vrai luxe"**.
- | **AVRIL** Les prises de parole ont été axées sur le **printemps** et le **Mois de l'Accessibilité**.
- | **SEPTEMBRE** La communication a accompagné les **Journées européennes du patrimoine**.
- | **NOVEMBRE - DÉCEMBRE** Les actions ont été dédiées à la **campagne "MAYENNE, mille coups de cœur"**.

2 jeux-concours organisés



JEU-CONCOURS DANS LE CADRE DE LA CAMPAGNE "RÉSERVEZ VOS VACANCES EN LIGNE"

Mars 2025

Destination MAYENNE a pu faire gagner à l'un de ses abonnés un séjour d'une nuit en Mayenne comprenant un repas médiéval et un petit-déjeuner pour deux personnes au Domaine de la Ferté Clairbois, ainsi que deux entrées pour découvrir le CIAP à Sainte-Suzanne.

♥ 612 ● 553



JEU-CONCOURS POUR LA FÊTE DES MÈRES

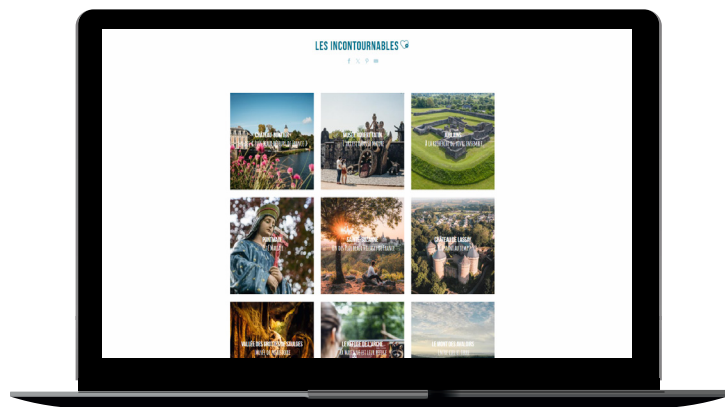
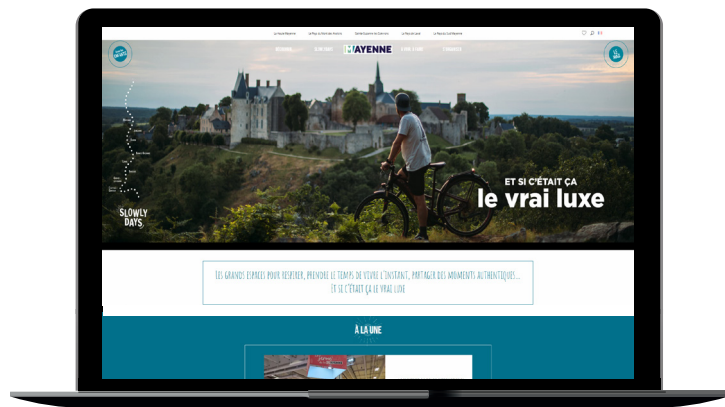
Mai 2025

À l'occasion de la fête des mères, Destination MAYENNE a donné la chance aux Mayennais de remporter un panier contenant des produits gourmands, des cosmétiques naturels, des fleurs ainsi qu'un bon pour un atelier Slowlydays®.

♥ 196 ● 151



► Le site internet grand public



Top 5 des pages les plus consultées en 2025

- 1 À voir, à faire > Agenda complet > **On fait quoi ce week-end en Mayenne ?**
- 2 À voir, à faire > **Agenda complet**
- 3 Le Mag - les bons plans mayennais > **Lumières de Laval 2025**
- 4 Faisons connaissance > **Les incontournables**
- 5 À voir, à faire > **Randonnées et balades en Mayenne**

Chiffres clés 2025

572 202 UTILISATEURS
(+ 14,31 % vs 2024)

851 270 SESSIONS *
(+ 14,18 % vs 2024)

1 181 505 PAGES VUES
(- 23,34 % vs 2024)

42,70 % TAUX DE REBOND **
(- 32,22 % vs 2024)

* Ensemble des interactions produites par un utilisateur sur un site web au cours d'une période

** Pourcentage de visiteurs qui quittent un site web après n'avoir consulté qu'une seule page

► La newsletter grand public

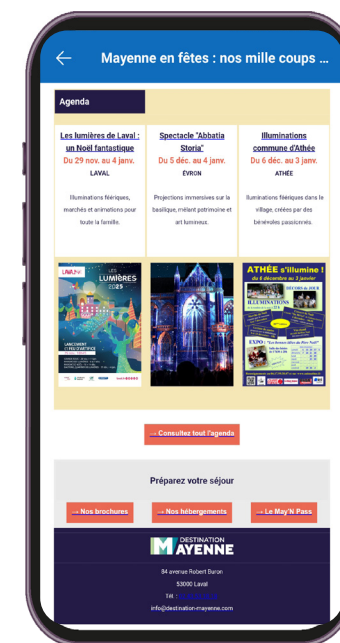
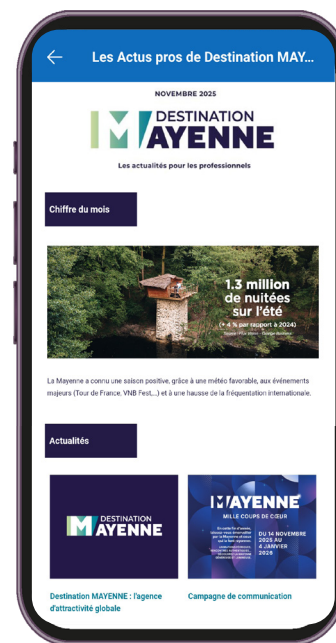
Une ligne éditoriale pour répondre aux enjeux d'attractivité

En 2025, la newsletter grand public a évolué pour accompagner le passage de Mayenne Tourisme à Destination MAYENNE.

Les objectifs : clarifier les cibles, moderniser les contenus et préparer une communication plus large autour de l'attractivité du territoire.

La newsletter se tourne alors vers une ligne éditoriale enrichie, toujours centrée sur les idées de sorties, avec l'ajout de contenus plus incarnés comme la mise en avant de portraits et d'initiatives locales.

Cette transition se fait de manière progressive, en conservant les fondamentaux, tout en faisant évoluer les formats, les rubriques et le ton. Les performances restent solides, avec un taux d'ouverture élevé, confirmant l'intérêt des publics pour cet outil.



Chiffres clés 2025

2 008 ABONNÉS

12 NEWSLETTERS ENVOYÉES

41,07 % TAUX D'OUVERTURE MOYEN

► Relations presse

1 DOSSIER DE PRESSE ANNUEL

10 COMMUNIQUÉS DE PRESSE

1 CONFÉRENCE DE PRESSE

Lancement de la campagne de communication
"Et si c'était ça le vrai luxe"

2 VOYAGES DE PRESSE COLLECTIFS

Un voyage de presse avec des médias allemands
et un voyage de presse avec des médias espagnols,
en partenariat avec la région

2 WORKSHOPS PRESSE

Partir en France à Paris
IMM Londres

1 PARTENARIAT PRESSE

Continuité du partenariat "La Balade du week-end" avec Ici Mayenne, en
collaboration avec les Offices de Tourisme

1 KIT D'ACCUEIL PRESSE

Un coffret cadeaux de produits mayennais : un savon Le Tonique d'Opaline La
Savonnerie, une tisane La fée digest' des Plantes des Alpes Mancelles et un kéfir au
sureau de l'Atelier du Ferment

Un sac Toiles de Mayenne

Un livre de Didier Peschard

La documentation touristique

En novembre 2025, une prestation a été confiée pour 6 mois à l'agence aiRPur afin
d'accompagner Destination MAYENNE dans ses actions de relations presse.



TEMPS FORT !



© Conférence de presse avec les journalistes allemands
- Destination MAYENNE



© Visite de Sainte-Suzanne avec les journalistes allemands
- Destination MAYENNE

En 2025, Destination MAYENNE a accueilli
21 journalistes allemands en camping-car dans
le cadre du **CARAVAN SALON de Düsseldorf**.
C'est la première fois que l'agence accueille
un tel nombre de journalistes simultanément
en Mayenne.

17

ACCUEILS PRESSE (21 en 2024)

de 41 médias et créateurs de contenus

12 accueils presse individuels de médias et créateurs de contenus français :

France 3 - Météo à La Carte • Arte - Invitation au voyage • Hortus Focus et Dynamic Senior • Routard.com • France TV - JT 13h France 2 • Parlons bouffe, créatrice de contenus

En partenariat avec Rivières de l'Ouest® : Parisian Touch • Cheval Magazine • Rustica • M6 - JT de 12h45

En partenariat avec La Véloscénie : Pétaouchnok

Géré par la région : Marion Brunet, créatrice de contenu



© Tournage de l'émission Invitation au voyage - ARTE

3 accueils presse individuels de médias belges :

En partenariat avec la région : AGM Groep - Exclusief Magazine & Van Mossel Magazine

En partenariat avec la région et Rivières de l'Ouest® : Reisbeesten • Trekking et Voyage

1 voyage de presse collectif avec 21 médias allemands :

En partenariat avec la région : Punktwerk GmbH Sächsische Zeitung / Freie Presse • Die Rheinpfalz • Mediengruppe Frankfurt, SPX, RND • DuMont Rheinland Media24 GmbH • Frankfurter Allgemeine Zeitung, Auto-Medienportal • Verlagsanstalt Handwerk GmbH • Süddeutsche Zeitung • Schwäbische Zeitung • Rheinland Presse (Rheinische Post, Saarbrücker Zeitung, Bonner Generalanzeiger) • FUNKE Media • Mittelrhein-Verlag GmbH • Radio Hamburg GmbH & Co. KG • Motor Presse Stuttgart GmbH • Axel Springer Auto Verlag GmbH • Dolde Medien Verlag • BAUER AUTOMOTIVE KG • Bild • Wohnmobil & Reisen • ADAC / PinCAMP GmbH • MSV Medien • Happy Camping

1 voyage de presse collectif avec 5 médias espagnols :

En partenariat avec la région : Colpisa (webs groupe Vocento) • Capital.es • Supplément ON (Groupe Noticias) • Supplément YES (La Voz de Galicia) • Programme Gente Viajera (Radio Onda Cero)

109

RETOMBÉES PRESSE (70 en 2024)

Dont 24 du voyage de presse avec les médias allemands

Ici Mayenne

Mayenne Tourisme dévoile sa nouvelle campagne de communication pour promouvoir la destination Mayenne. L'agence de développement touristique du Département mise sur le "vrai luxe" pour attirer plus de visiteurs. Sa nouvelle directrice, Salima Benichou, était l'invitée de "Ici Mayenne" ce mercredi.



Mayenne Tourisme dévoile sa nouvelle campagne de communication 2025 - Alexandre Belvédère du Mont des Avaloirs

Séjour rando et ferroir en Mayenne au cœur des Pays de la Loire
N lchée entre la Bretagne et la Normandie au cœur des Pays de la Loire la Mayenne est de ces territoires qu'on ne connaît pas vraiment... Jusqu'au jour où l'on y met les pieds. Pas de grands discours, pas de paysages tapageurs. Juste une nature apaisante, un patrimoine qui se laisse apprécier, et des gens qui prennent le temps. Ici, tout invite à ralentir, à savourer. Lors de cette escapade, j'ai suivi les chemins creux, goûté aux produits du coin, dormi dans des lieux qui ont une âme... Et surtout, j'ai pris le temps de me laisser surprendre. Dans cet article, je t'emmène avec moi à la découverte de cette Mayenne sincère et inattendue. Prêt(e) à explorer ce coin de France autrement ?

Trekking et voyage



Laval (Mayenne)

Avril, mois de l'accessibilité : à Laval, les œuvres du musée se regardent, se touchent et se sentent

Durant le mois de l'accessibilité, au Manas (Musée d'art naïf et des arts singuliers) de Laval (Mayenne), les œuvres ne sont pas seulement exposées. Les personnes en situation de handicap pourront découvrir les tableaux grâce à l'odorat, le toucher et l'ouïe qui s'ajoutent à ce qui sollicitent habituellement la vue.



Ouest France

► Les salons, vecteurs de la stratégie événementielle

Chaque année, l'agence participe à divers salons, en France et en Europe.

L'objectif de ces participations est de **faire connaître le département et promouvoir ses attraits et activités touristiques.**

DU 14 AU 16 FÉVRIER



FIETS EN WANDELBEURS

📍 Utrecht, Pays-Bas

22 ET 23 FÉVRIER



SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE

📍 Paris

1^{ER} ET 2 MARS



FIETS EN WANDELBEURS

📍 Gand, Belgique

Présence sur le stand du Conseil départemental de la Mayenne

Objectifs : faire connaître la Mayenne et les produits mayennais aux Parisiens.

Dégustation de produits du territoire cuisinés par quatre Chefs mayennais présents : Didier Peschard, Didier Girard, Régis Régnier et Jérôme Lebreton.

DU 13 AU 16 MARS



DESTINATIONS NATURE

📍 Paris

Avec la participation des Offices de Tourisme de Laval, Sainte-Suzanne et Mayenne

26 ET 27 AVRIL



VÉLO IN PARIS

📍 Paris

Via La Vélo Francette® sur le stand de l'Anjou

DU 23 AU 26 OCTOBRE

NOUVEAUTÉ !



SALON INTERNATIONAL DU PATRIMOINE CULTUREL

📍 Paris

Avec la participation de la ville de Laval et Laval Agglomération, des services Patrimoine de la ville d'Evron et du Conseil départemental de la Mayenne, de l'Office de Tourisme de Sainte-Suzanne Les Coëvrons, de La Route des Joyaux de la Mayenne et de Mayenne Culture

Objectif : présenter le riche patrimoine et la culture en Mayenne.

26 NOVEMBRE



SALON DU BIEN VIEILLIR

📍 Espace Mayenne, Laval

Destination MAYENNE remercie l'ensemble de ses partenaires pour leur engagement et leur confiance tout au long de l'année 2025.

Rapport d'activité 2025

Directeur de la publication :

Joël Balandraud

Responsable de la publication :

Salima Benichou

Conception :

Destination MAYENNE

Impression :

Reprographie du Conseil départemental de la Mayenne

Photos de couverture :

© Château de Craon - Alexandre Lamoureux

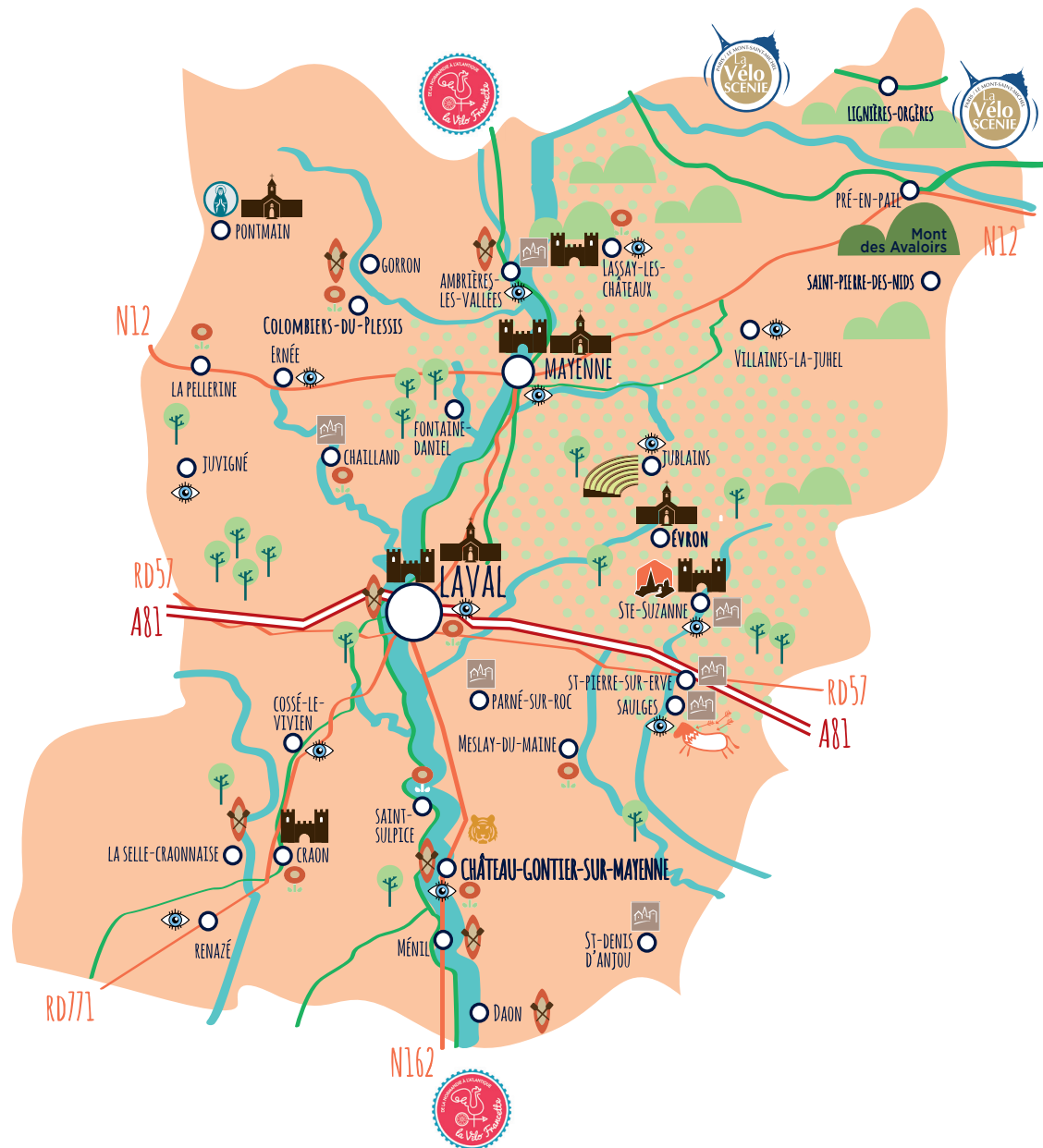
© Judith Charpentier, LaCabanaJude Vannerie - Leblogcashpistache - Destination MAYENNE

© Les Nuits de la Mayenne - Prisma Laval

Parution :

Mai 2026

La Mayenne touristique.























305 437 HABITANTS

5 175 KM² DE SUPERFICIE

240 COMMUNES

8 OFFICES DE TOURISME

9 EPCI

- | | | | |
|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
|  | Route |  | Grotte |
|  | Autoroute |  | Musée |
|  | Fleuve / Rivière |  | Parc zoologique |
|  | Bois |  | Parc et Jardin |
|  | Mont |  | Cité Mariale |
|  | Itinéraire vélo |  | Départ canoë-kayak |
|  | Pays d'Art et d'Histoire |  | Petite Cité de Caractère® |
|  | Château |  | Un des Plus Beaux Villages de France |
|  | Basilique |  | La Vélo Francette® |
|  | Site gallo-romain |  | La Véloscénie® |



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

www.destination-mayenne.com

