

Pour vivre l'île Maurice autrement

## Oazure Villa Maurice accueille des journalistes « Art de Vivre et Tourisme »



Des journalistes de « Art de Vivre et Tourisme » français et belges étaient à Maurice en octobre dernier, sous invitation de Oazure Villa Maurice. Elles ont, le temps de leur séjour sur l'île, découvert les facettes cachées de l'île Maurice et le concept de Oazure Villa Maurice.

**Oazure Villa Maurice** c'est la location de villas privées offrant autant de services et d'activités qu'un hôtel de luxe. Cette nouvelle référence des vacances à Maurice a été créée par **Chrystel de Bricourt**. Six journalistes de la presse française et belge étaient à Maurice, du

16 au 21 octobre, pour découvrir ce produit inédit.

Au programme : découverte de la richesse culturelle, de la faune et de la flore, des sites touristiques, des îlots voisins, de la cuisine mauricienne. Parmi la petite délégation essentiellement composée de femmes, figuraient des représentantes du célèbre magazine ; *Hôtel & Lodge*, *Homme de Luxe*, *Voyages Voyages*, *ELLE* et *ELLE DECO*, *Résidence Décoration* et *Voyage de Luxe*.

Ces journalistes qui consacreront un reportage à l'île Maurice dans leur magazine respectif, ont pu visiter plusieurs villas et hôtels proposés par Oazure Villas Maurice et aussi goûter aux plaisirs du luxe qu'offrent ces différentes locations autour de l'île, à l'instar de

TIARA de Sankhara à Poste Lafayette, Leora à Tamarin, Paradise Beach à Pointe d'Esny. Ces journalistes ont également découvert les différents services ainsi que les sites et activités que propose Oazure Villas Maurice.

Le coup de cœur de ses dames fut l'intérieur des terres, avec une rencontre fascinante de la faune et la flore qui leur a permis de découvrir l'autre facette de l'île Maurice.

Le concept de Oazure Villas Maurice se destine à ceux qui veulent aller et venir à leur guise, vivre en toute convivialité ou en toute intimité, sans se soucier du code vestimentaire ou d'horaires de service à respecter pour les repas, avoir du plaisir à aller faire son propre marché au village voisin ou pas. C'est toute la saveur du concept développé par Oazure pour faire passer à ses clients de vraies vacances.

Oazure propose une cinquantaine de villas privées sur toute l'île, incluant également de charmants Boutik-Hôtels. Villa pieds dans l'eau, maison de Luxe, villa-hôtel, nid de Robinson raffiné, le choix est large et répond à toutes les attentes. L'objectif de Oazure Villa Maurice : vous faire vivre « de grands moments à partager, loin des clichés du tourisme habituel ».

Toutes les villas proposées sont louées avec le personnel de la maison - discret, compétent, souriant - et une offre de services packagée sur mesure, souvent digne d'un 5 étoiles.

Résultat : les villas Oazure attirent une clientèle toujours plus nombreuse et fidèle, désireuse de vivre Maurice autrement.

### Pour encore plus de visibilité en France...

En cette fin d'année 2011, la MTPA lance la plus forte campagne publicitaire jamais réalisée en France en investissant massivement dans les médias français pour une plus grande visibilité dans la presse professionnelle et grand public. Plus de 200 spots sur Canal+ et sur les chaînes câble/satellite sont aussi prévus.

La MTPA cible dans son plan média la Presse féminine et Presse professionnelle : *Elle*, *Cosmopolitan*, *Glamour*, *Grazia* ou

*l'Express style* entre autres...

Les professionnels du voyage ne seront pas oubliés puisque ce sont pas moins de 6 parutions dans *Le Quotidien du Tourisme* et *Tour Hebdo* qui seront diffusées jusqu'à mi-décembre.

Un film de 20 minutes « Mauritius Fragrances » sera diffusé sur Canal+ aux heures de grande écoute du *Grand Journal*, notamment et sur 9 autres chaînes du câble et du satellite - soit 3 semaines de présence

entre le 5 et le 25 décembre avec 20 spots sur Canal+ et 470 spots sur l'ensemble des chaînes numériques.

Avec cette campagne agressive en France, la MTPA veut renforcer davantage la destination Maurice et de continuer à faire rêver la clientèle française qui représente le 1er marché de l'île et compte dépasser le seuil des 300,000 touristes. De janvier à octobre 2011, 231,271 visiteurs par rapport à 229,735 pour la même période en 2010.