



RAPPORT *d'activités* 2018





SOMMAIRE

Structure institutionnelle	2
Rétrospective 2018	6
Direction générale	8
Pôle accueil des publics	10
Pôle stratégie et marketing	14
Pôle administratif et financier	24



Composition du Conseil d'Administration

Rouen Normandie Tourisme & Congrès est administré par un Conseil d'Administration qui a été désigné pour un mandat de trois ans lors de l'Assemblée générale du 28 mars 2018. Il s'est réuni le 8 mars, le 28 mars et le 7 novembre 2018. Les 36 membres des collèges professionnels et personnalités qualifiées sont renouvelés chaque année par tiers.

- 1 Président d'Honneur
- 12 membres de droit (désignés par chaque institution)
- 12 membres élus Collège des professionnels
- 12 membres élus Collège des Personnalités qualifiées

Composition du bureau Elections du 28 mars 2018

Président : Monsieur Laurent BONNATERRE

Président Délégué : Monsieur Frédéric SANCHEZ

Vice-Président : Monsieur Guy PESSIOT
En charge des Relations Extérieures et Institutionnelles

Vice-Président : Monsieur Noël LEVILLAIN
En charge du Tourisme Nature

Vice-Président : Monsieur Henry DECAËNS
En charge du Patrimoine et du label VPAH

Vice-Présidente : Madame France BURGUY*
En charge du Tourisme d'Affaires

Secrétaire : Madame Prudence CAUVIN

Trésorier : Monsieur Philippe COUDY

Assesseurs

Monsieur Vincent MESUREUX
En charge des Hébergements

Monsieur Jean-Louis HOSSIN*
En charge de la Coordination des Chaînes Hôtelières

Monsieur Xavier LEMOINE
En charge du Tourisme de Croisières

Monsieur Philippe DEPREAUX
En charge du Tourisme Economique et Technique

Monsieur Matthieu LUCAS
En charge du Tourisme Universitaire

Monsieur Ludovic DECONIHOUT
En charge de l'Événementiel

2018

ROUEN 2018 : L'HEURE D'UN BILAN



2018 confirme le dynamisme porté par Rouen Normandie Tourisme & Congrès sous l'impulsion de Guy Pessiot, Président pendant 10 ans.

Le 28 mars dernier lors de notre Assemblée Générale, j'ai eu l'honneur de lui succéder grâce au soutien unanime de notre Conseil d'Administration. Cette prise de fonction, totalement bénévole, intervient une année charnière. En 2019, la **promotion des grands événements et les projets urbains** joueront un rôle essentiel dans la construction du maillage économique et touristique de notre Métropole.

Notre Office de Tourisme affiche des résultats solides et une saine gestion. Ils nous ont permis des investissements comme le lifting de l'espace accueil des publics de Rouen mettant en avant les compétences de nos conseillers en séjour. Le renouvellement de notre **labellisation en 1^{ère} Catégorie** au mois de mars démontre l'attention quotidienne de l'équipe sur la qualité de ses missions d'information et d'accueil.

L'enquête IFOP commandée par Rouen Normandy Invest en 2018 fait ressortir des atouts très forts de notre territoire : patrimoine, gastronomie et culture. Ce sont de formidables points d'appui pour poursuivre la promotion et le développement d'autres points forts : le **tourisme d'affaires** avec Rouen Normandy Invest, les **croisières** avec le Grand Port Maritime de Rouen, la **filiale cyclo-touristique** en vallée de Seine avec Seine-Maritime Attractivité et les **grands espaces naturels** avec le Parc Naturel des Boucles de la Seine Normande...

L'Office de Tourisme métropolitain a activement œuvré pour mettre en place de **nouveaux circuits** en partenariat avec d'autres territoires (Lisieux, Mont-Saint-Michel, Trouville, Le Havre et Deauville)

et structures d'intelligence économique (Seine-Maritime Attractivité, Normandie Attractivité) valorisant ainsi les filières affaires, spirituelle(s) et bien-être.

Après une rapide analyse, j'ai souhaité axer une **nouvelle dynamique sur le travail collectif** que doit mener l'Office de Tourisme avec les forces vives de nos 71 communes, pour participer pleinement à l'économie de notre bassin de vie. Le tourisme ne doit pas être isolé. Mais au contraire il doit s'affirmer aux côtés de toutes les initiatives pour mieux faire connaître la force de notre territoire. Soyons fiers de nos atouts et réaffirmons, collectivement, la réussite de nos **filières touristiques, commerciales et culturelles**.

Record en 2018 pour la filière croisière, maritime avec 26 paquebots et près de 20 000 passagers (chiffre qui sera dépassé en 2019), 725 escales fluviales et 106 757 personnes accueillies. Un bilan solide confirmé par une **saison touristique excellente** : fréquentation de plus de 5% enregistrée dans nos locaux de Rouen et de Jumièges. Le numérique, en plein boom, accentue d'ailleurs son rôle prépondérant dans la consommation de nos touristes avec **1 300 000 visiteurs uniques** recensés sur notre site internet.

La **transformation des quais de Seine**, récompensée par le Grand Prix National du Paysage 2018, donne de nouvelles perspectives de développement sur la rive gauche de Rouen. Ces investissements publics et privés tendent à mettre en avant la richesse de la destination avec une ambition commune : faire vivre une expérience unique ! L'opération **Cœur de Métropole**, le développement des voies cyclables et les nombreux établissements hôteliers en construction ou en projet mettront en avant le caractère unique de la vallée de Seine et celui du plateau piétonnier du centre historique de Rouen.

Des investissements importants sont en cours, locaux et internationaux comme par exemple le **relooking du centre commercial Saint-Sever** qui accueille désormais 30 nouvelles enseignes dont 11 restaurants.

Un **tourisme en pleine mutation** qui laisse place à de nouvelles typologies de loisirs comme le gaming. En 2018, deux salles ont été ouvertes par des talents locaux ou régionaux démontrant par ailleurs la qualité pluridisciplinaire de nos établissements d'enseignement supérieur.

Anticipons les tendances, soyons « facilitateurs » pour accompagner les acteurs en devenir et les investisseurs de demain. Rouen Normandie Tourisme & Congrès aura une magnifique opportunité de démontrer tout le travail accompli en 2018 à l'occasion de **L'Armada**.

De nombreux guides et médias touristiques ont déjà classé Rouen comme une destination tendance en 2019 : une région qui va briller pour Lonely Planet et Le Figaro, 4^e destination française pour passer un week-end pour l'Express, 3 étoiles au Guide Vert Michelin, destination préférée 2019 par Airbnb ou encore dans le Top 3 de Téléràma...

En 2019, Rouen sera active et attractive !

*Laurent Bonnatte,
Président de Rouen Normandie
Tourisme & Congrès*

Rouen Normandie Tourisme & Congrès a pour mission de promouvoir l'ensemble des activités touristiques sur le territoire de la Métropole. Il accueille les touristes de tous les horizons pour les guider et les conseiller dans l'organisation de leur séjour.

L'Office de Tourisme développe le tourisme de loisirs en concevant et commercialisant des produits touristiques et le tourisme d'affaires via son Bureau des Conventions.

NOS RÉSEAUX

Atout France est l'opérateur unique de l'État en matière de tourisme chargé d'assurer le développement de ce secteur et de l'ensemble de ses acteurs au niveau international.

Seine-Maritime Attractivité (SMA) et Normandie Tourisme : selon le code du tourisme, Art. L.131-5 et Art L.132-2, les actions de promotion sur les marchés étrangers sont coordonnées par le Comité Régional du Tourisme. Seine-Maritime Attractivité [...] prépare et met en œuvre la politique touristique du département.

CNPTU (Conférence Nationale Permanente du Tourisme Urbain) travaille sous forme de commissions à la mise en valeur du tourisme urbain.

FAP (French Atlantic ports) Association qui regroupe les ports français de l'Atlantique : Le Havre, Rouen-Honfleur, Cherbourg, Saint-Malo, Brest, Lorient, Nantes-Saint-Nazaire, La Rochelle, Bordeaux et Bayonne-Saint-Jean de Luz.

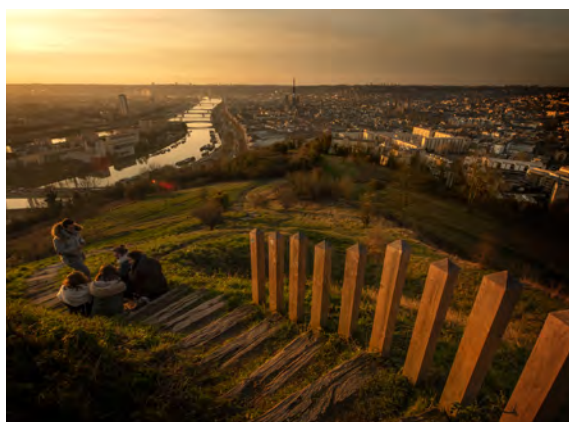


Membre de la Fédération Nationale des Offices de Tourisme de France et du Conseil d'Administration (OTF).

Membre du Club Presse de la Fédération Nationale des Offices de Tourisme de France (OTF).

Membre des Offices de Tourisme et Territoires de Normandie.

Membre des Clusters du Comité Régional de Tourisme de Normandie : Médiéval, Tourisme d'Affaires et Croisières Maritimes et Fluviales.



Direction Générale

Directeur Général
Yves Leclerc

Assistante de Direction
Sandrine Artus

Service presse et relations extérieures
Killian Penven

Pôle Administration – Finances et Accueil des publics

Directrice adjointe
Brigitte Hervé

Accueil des Publics Rouen & Jumièges

Priscillia Carvin
Thomas Digiaud
Tristan Eponville
Charlotte Jourdain
Sylvain Niel
Laura Segado
Jaco Seyffert
Jéréemie Vantorre

Administration et finances

Sabrina Jeanne
Sophian Bensbia

Pôle Stratégie et Marketing

Service Commercial Loisirs

Jessica Villamaux
Anaïs Le Masson
Nicolas Varinich
Perrine Vigneron

Service Communication

Marion Rabiller
Samir Sirat
Lise Vigreux

Bureau des Conventions

Beatriz Delfanne
Julien Leloup

Service Promotion & Développement des partenariats

Yannick Bugeon
Florence Pinoy
Quentin Bicheux
Mathilde Hervé-Vincent

Une équipe de 41 guides conférenciers

10 langues proposées (français, anglais, allemand, italien, espagnol, russe, japonais, portugais, chinois et coréen)

RÉTROSPECTIVE MENSUELLE 2018



Janvier

Les Jeunes à la Table des Toques



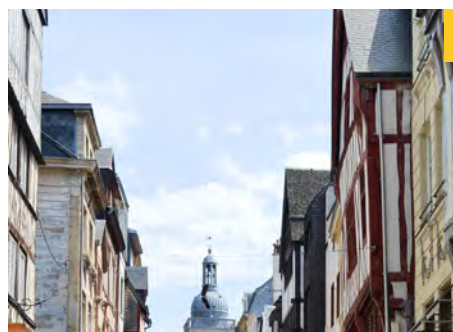
Février

Nouvelle randonnée avec l'Office de Tourisme de Louviers "De gare en gare"



Mars

Nouvelle charte graphique des éditions



Avril

Nouvel habillage du terminal croisières maritimes



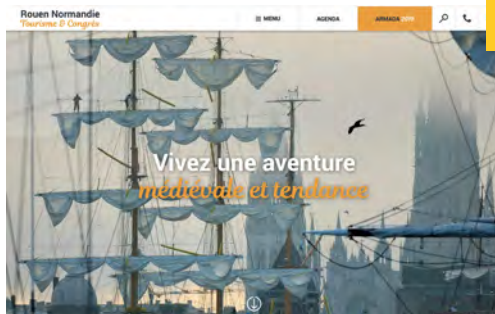
Mai

9 vidéos "Rouen Expériences" inédites



Juin

N-1 avant l'Armada : lancement des produits entreprises & groupes



Juillet

Nouvelle charte graphique du site internet



Août

Visite guidée "Les animaux dans la ville"



Septembre

Soirée caritative pour l'Association "Vie & Espoir"



Octobre

Week-end "Les fêtes normandes" à Évreux



Novembre

Lancement de la billetterie Armada



Décembre

Espace d'accueil de Rouen modernisé

PRESSE & RELATIONS EXTÉRIEURES

Le service presse et relations extérieures travaille en étroite collaboration avec Seine Maritime Attractivité et Normandie Tourisme. Cette organisation permet une mutualisation des ressources dans le but de promouvoir la destination Rouen Normandie.

32 accueils presse

10 pays

TOP 5 :

- France
- Allemagne
- Brésil
- Grande-Bretagne
- Japon

107 assistances presse

53 assistances photothèque

Zoom

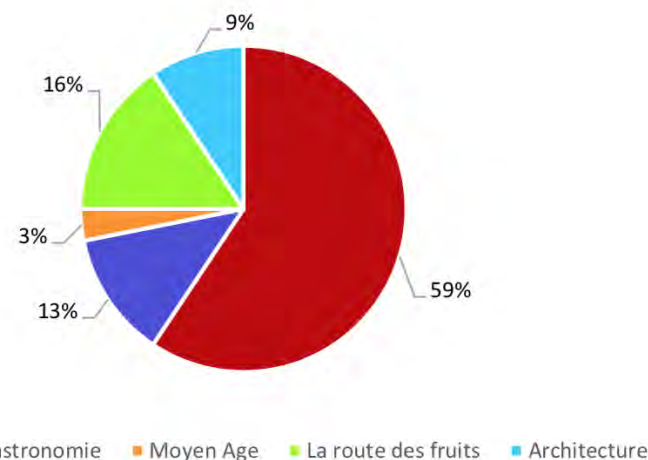
Blog trip : Normandie Médiévale

Afin de valoriser le territoire sous l'angle médiéval auprès d'un public tourné vers le blogging, nous avons accueilli 5 influenceurs en septembre : Culturez-vous, JDRoadTrip, GlobeTrotting, Le coin des voyageurs et Un pied dans les nuages.

L'occasion de découvrir la destination par l'image à travers les objectifs des bloggeurs français.



Part des demandes traitées par le service presse



BILAN ENQUÊTE CLIENTÈLE

Durant l'été 2018, Hiba Tomah, étudiante à l'école NEOMA Business School et stagiaire à Rouen Normandie Tourisme & Congrès, a effectué une enquête clientèle auprès de **153 panélistes** (41 personnes d'origine française et 112 d'origines étrangères) au sein de l'Office de Tourisme de Rouen.

La part de femmes et d'hommes répondant est relativement égale (+ 1 homme).

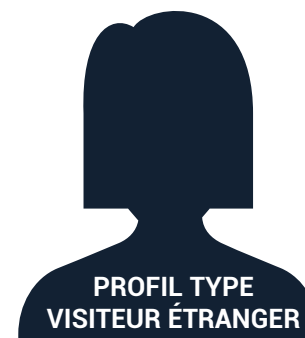
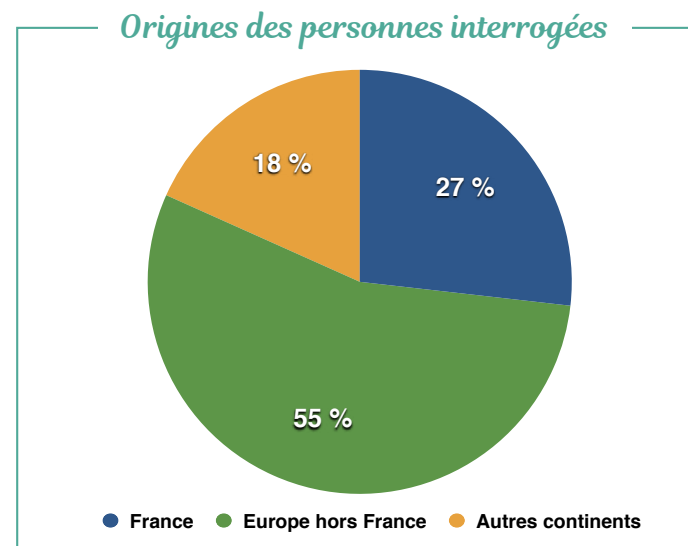
Cette enquête a permis d'identifier les différentes caractéristiques de nos visiteurs.



C'est un homme âgé de 25 à 39 ans, cadre, accompagné de sa famille, venu en voiture pour moins d'une journée qu'il aura organisé seul à l'aide d'Internet.

Pour une première visite de Rouen, il visite la **Cathédrale** et le **Gros-Horloge** car l'**histoire** et le **patrimoine** sont ses centres d'intérêts.
Il recommandera la destination et surtout le spectacle **Cathédrale de Lumière**.

Son séjour normand se poursuit vers Etretat, Honfleur puis se terminera au Mont-Saint-Michel.



C'est une femme d'origine anglaise ou belge. Elle a 40 ans et plus, cadre et de profession intellectuelle supérieure, en couple, venue en voiture pour une demi-journée.
Si elle reste plus longtemps, elle séjourne à l'hôtel.

Elle vient pour la première fois, elle a connu Rouen via Internet et les réseaux sociaux.
Ses centres d'intérêts sont l'**art de vivre** et la **gastronomie**, ses sites préférés sont la **Cathédrale**, le **Gros-Horloge** et le **centre-ville médiéval**.
Les événements majeurs qu'elle a retenus sont l'**Armada** et le spectacle **Cathédrale de Lumière**.

Elle recommande la destination car elle est très satisfaite de son séjour dans la capitale normande puis continuera son voyage vers les villes d'Etretat, d'Honfleur ou du Mont-Saint-Michel.

ACCUEIL DES PUBLICS À ROUEN

Huit conseillers en séjour accueillent, renseignent et assurent la promotion du territoire.

Chiffres clés

279 839
VISITEURS AU COMPTEUR
277 597
VISITEURS EN DEMANDES QUALIFIÉES
1 253*
APPELS TÉLÉPHONIQUES
1 699*
E-MAILS ET COURRIERS
*DONNÉES TOURINSOFT

Zoom

Renouvellement de la marque Qualité Tourisme à la suite de l'audit externe des 10 et 11 avril 2018

Un site internet dédié à la Qualité « Qualité pour les nuls » a été créé permettant de recenser l'ensemble des procédures des services de l'Office de Tourisme impliqués dans la démarche.

Ce nouvel outil permet de rendre la Qualité plus accessible et attractive, en particulier pour les nouveaux arrivants, saisonniers et stagiaires.



Zoom

Connaissez-vous le Québec ?

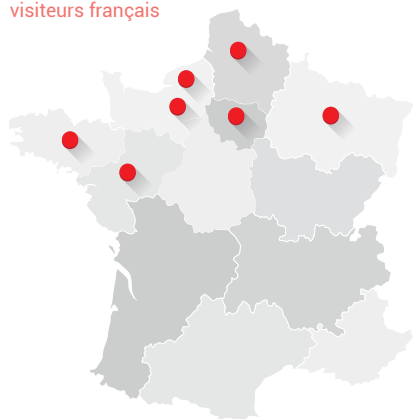
Parce que la Normandie et le Québec ont un passé commun richissime, l'Office de Tourisme de Rouen a proposé, lors des "Rouenversants" de juin à août 2018, un programme où figuraient pièces de théâtre, dégustation de poutine, conférence et visites guidées d'une exposition qui était le ciment de ces animations.

Saviez-vous par exemple que le pionnier normand Pierre Tremblay prête aujourd'hui son nom à plus d'un pourcent des Québécois ? Cet exemple est l'une des très nombreuses raisons d'un tourisme généalogique grandissant aujourd'hui en Normandie. Chacun y trouvait son compte, Québécois comme Français, soit en découvrant une histoire presque insoupçonnée, soit en étant agréablement surpris de la voir racontée de façon humoristique, mais précise !



L'exposition "Connaissez-vous le Québec ?" a touché environ 100 personnes par jour, soit un total de 6 000 personnes sur toute la durée d'exposition.

59 %
visiteurs français



Principales provenances françaises : Métropole, Île-de-France, Seine-Maritime, Hauts-de-France, Bretagne, Eure, Grand-Est et Pays-de-la-Loire.

41 %
visiteurs étrangers



Principales provenances étrangères¹ : Grande-Bretagne/Irlande (17%), Allemagne (16%), Espagne (12%), USA (12%), Italie (8%), Belgique (8%), Pays-Bas (6%), Canada, Russie, Japon.

¹ Part calculée parmi les visiteurs étrangers

ACCUEIL DES PUBLICS À JUMIÈGES

Chiffres clés

12 686

VISITEURS EN DEMANDES QUALIFIÉES
(+10,17% PAR RAPPORT À 2017)

Les Français sont en augmentation de
16,16% par rapport à 2017.

Top 3 des nationalités étrangères :

- Grande Bretagne / Irlande
- Allemagne
- Pays-Bas

Zoom

Accueil des partenaires le 6 avril 2018

A l'occasion de la réouverture du Bureau d'Information de Jumièges début mars 2018, Monsieur Leclerc et Madame Hervé ont convié les adhérents de la presqu'île de Jumièges-Le Mesnil à un verre de l'amitié au sein du Bureau de Jumièges.

Monsieur Le Maire ainsi qu'une quinzaine de partenaires étaient présents, une belle occasion de lancer la saison touristique.



LA BOUTIQUE

ÉVOLUTION DES VENTES BOUTIQUE

Le chiffre d'affaires (181 595€ HT) connaît une hausse de **+7,75%** par rapport à l'année 2017 (168 542€ HT) soit +13 054€ HT.

Chiffre d'affaires ht

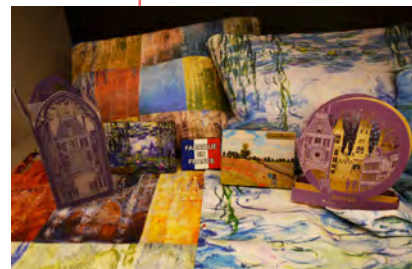


Audio-guides

Il y a eu 2 144 audio-guides loués cette année pour un montant de 9 022€ HT.



Zoom



Des produits "Made In France"

Dans l'objectif de proposer des articles de qualité et de consommation **éco-responsable**, la boutique propose à ses visiteurs un grand choix de produits fabriqués en France.

CROISIÈRES MARITIMES ET FLUVIALES



Croisières fluviales

NOMBRE D'ESCALES À L'ANNÉE PAR BATEAU							
	THE B	JOIE DE VIVRE	A-ROSA VIVA	SWISS RUBY	MS BIZET	SWISS SAPPHIRE	VIKING ROLF
2018	10	71	50	27	31	31	38
2017	-	-	47	-	27	28	39
2016	-	-	-	-	31	29	41
2015	-	-	-	-	29	36	-
2014	-	-	-	-	31	35	-
	SEINE COMTESSE	AMALYRA (AMALEGRO)	EXCELLENCE ROYAL	SCENIC GEM	RIVER VENTURE	BOTTICELLI	MS SEINE PRINCESS
2018	40	52	35	19	17	53	56
2017	39	34	36	19	25	51	55
2016	29	35	35	22	31	54	54
2015	-	33	33	18	26	65	47
2014	-	36	35	11	27	57	45
	MS RENOIR	AMADEUS	AVALON TAPESTRY II	VIKING KADLIN	VIKING RINDA		
2018	54	32	42	33	34		
2017	44	30	41	34	35		
2016	43	32	32	34	35		
2015	41	31	27	-	39		
2014	37	-	-	-	-		

Chiffres clés

725

ESCALES À ROUEN
(+1,54% PAR RAPPORT À 2017)

54

NOMBRE D'ESCALES À DUCLAIR
(PAS D'ESCALE ANTÉRIEURE)

106 574

ESTIMATION DU NOMBRE DE PASSAGERS
À ROUEN (+1,54% PAR RAPPORT À 2017)

7 830

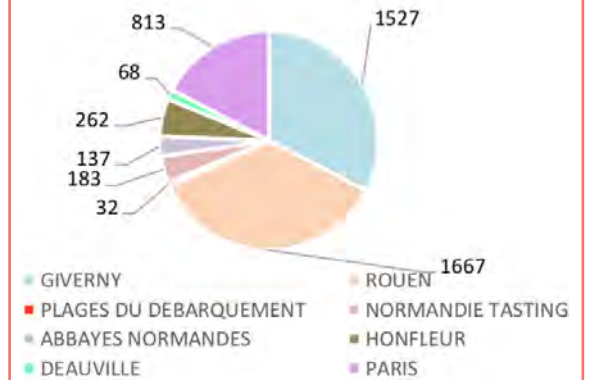
ESTIMATION DU NOMBRE DE PASSAGERS
À DUCLAIR (PAS D'ESCALE ANTÉRIEURE)

114 404

ESTIMATION DU NOMBRE TOTAL DE PASSAGERS
SUR LA MÉTROPOLE
(+9% PAR RAPPORT À 2017)

Croisières maritimes	2014	2015	2016	2017	2018
Nombre de croisiéristes	7 474	10 786	6724	18 999	19 779
Nombre d'escales	10	16	9	24	26
Nombre de nuitées	9 869	8 839	7 206	19 858	22 494
Origines principales des croisiéristes	Royaume-Uni (6 352), USA (671), Allemagne (129)	Royaume-Uni (4 851), USA (1 615), Allemagne (1 255)	Royaume-Uni (6 068), USA (466), Australie (63)	Royaume-Uni (13 694), USA (2 499), Allemagne (712)	Royaume-Uni (14 770), USA (1 734), Allemagne (1 596)
Nombre de navettes assurant le transport des croisiéristes	28	44	16	97	92
% de croisiéristes ayant participé à une excursion	40,19%	32,57%	29%	38,90%	29%

Répartition des excursions



Zoom croisières fluviales

Accueil du plus grand navire de croisière résidentielle « THE WORLD »

Du 30 septembre au 3 octobre 2018, les conseillers en séjour ont accueilli les 178 passagers du paquebot de luxe.

Tout au long de leur séjour à bord, de 3 à 6 mois en moyenne, les résidents peuvent profiter des différents services tels qu'un sommelier, des piscines, un spa ou même pour les plus sportifs d'un court de tennis...

THE WORLD en quelques chiffres : 96m de longueur, 29,80m de largeur, 8,5 nœuds soit 34,30 km/h de vitesse moyenne, 12 ponts, 165 appartements, 280 membres d'équipage, capacité moyenne de 150 à 200 passagers.

Coûts et entretien :

- Un studio de base coûte entre 5 et 7,3 millions de dollars plus 10 à 15% du prix d'achat pour l'entretien annuel de celui-ci.
- Une journée à bord dans un studio coûte entre 1 300 et 2 300 dollars.

À noter :

- Le bateau appartient collectivement aux résidents.
- Moyenne d'âge : 60 ans.
- Avantage principal : avec l'équipe de direction et le capitaine, les résidents participent à l'élaboration des itinéraires vers des destinations les plus éloignées et exotiques de la planète.



OBSERVATOIRE DU TOURISME

L'observatoire du Tourisme détermine les actions à mener par l'Office de Tourisme grâce à une réunion d'indicateurs existants qui permettent une vision de l'offre du territoire et de la structure.

Parmi les données recueillies : les nuitées hôtelières sur la métropole (chiffre INSEE). Leur analyse a pour but de quantifier de manière concrète l'impact de la politique touristique sur le terrain.

Principales nuitées hôtelières sur la Métropole de Rouen (Sources INSEE)					
	2014	2015	2016	2017	2018*
Ensemble	994 866	966 904	1 007 496	1 047 570	1 033 758
France	732 262	697 168	751 362	761 976	754 492
Étranger	262 604	269 736	256 134	285 595	279 268
Europe	212 728	218 579	211 823	232 528	223 582
Allemagne	27 197	28 165	31 993	33 876	32 741
Belgique	17 004	17 617	21 505	22 692	21 276
Espagne	15 757	12 851	12 219	14 461	14 651
Italie	26 717	26 073	22 184	21 351	23 225
Pays-Bas	12 451	13 482	15 254	18 565	17 760
Royaume-Uni	81 452	82 432	75 452	77 055	72 443
Suisse	3 249	3 968	4 686	6 848	7 419
Amérique	24 515	26 085	24 411	30 478	29 709
États-Unis	17 213	19 449	17 629	22 415	22 655
Asie/Océanie/Australie	20 100	19 453	16 010	19 255	21 669
Japon	10 794	8 319	4 710	6 040	6 132
Chine	2 496	2 722	3 076	3 898	4 389
Proche et Moyen-Orient	2 273	2 329	2 313	3 029	2 231
Afrique	5 262	5 619	3 891	3 331	4 308

* Données définitives de l'année 2018

Zoom

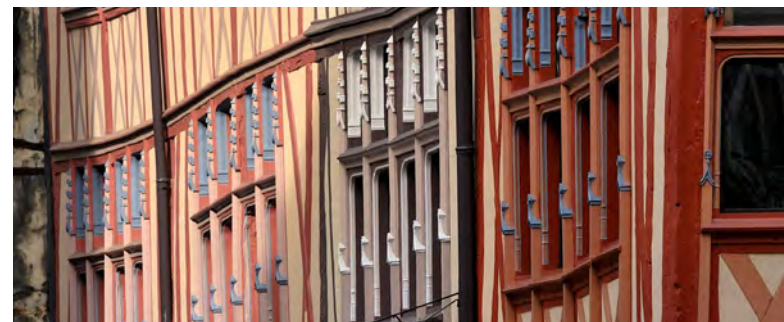
Création du "Club indicateurs"

La Fédération Nationale des Offices de Tourisme a mis en place un « Club Indicateurs » qui réunit les Offices de Tourisme adhérant à la Fédération Nationale, soucieux de disposer d'un outil d'analyse de leur structure et de leur territoire de compétence. Cet outil a été pensé et développé par un groupe d'Offices de Tourisme, en partenariat avec l'Université de Perpignan.

Son objectif est de s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue des stratégies et des pratiques organisationnelles :

- en mesurant le potentiel touristique du territoire, à travers un indice de « touristicité » prenant en compte son offre, son accessibilité et son attractivité (labels, sites exceptionnels, événements, citations dans les guides).
- en évaluant l'efficacité de l'Office de Tourisme, par le croisement des ressources mobilisées avec les résultats obtenus (par exemple, le nombre d'actes de renseignements au regard du nombre d'équivalents temps plein mobilisés sur l'accueil).
- en adoptant une démarche d'évaluation comparative avec les autres membres du Club.

Plusieurs données doivent être recueillies afin de permettre cette analyse : la fréquentation de l'Office de Tourisme, son financement, ses ressources humaines, son activité boutique et billetterie, la commercialisation, le web et les réseaux sociaux, l'offre et la fréquentation du territoire, son accessibilité et ses éléments d'attractivité.





FRÉQUENTATION ANNUELLE DES SITES TOURISTIQUES						
	2014	2015	2016	2017	2018	Évolution par rapport à 2017
Panorama XXL	-	121 643	93 946	127 000	90 830	-28,48%
Historial Jeanne d'Arc	-	66 836	56 498	60 500	62 080	+2,61%
Musée des Beaux-Arts		124 507	122 677	178 799	133 386	-3,97%
Museum d'Histoire Naturelle		36 387	36 273	46 878	50 555	+2,51%
Gros-Horloge		27 589	26 910	20 438	23 733	-4,36%
Musée des Antiquités		30 176	25 699	26 912	30 300	+9,46%
Musée National de l'Éducation (Gratuit depuis sept 2016, *janv à oct : travaux, musée fermé)		4 809*	17 557	15 797	20 507	+5,37%
Musée Le Secq des Tournelles		11 569	10 121	16 249	25 591	-14,13%
Musée de la Céramique		6 139	6 845	9 639	10 239	-59,15%
Musée Flaubert et d'Histoire de la Médecine		7 984	7 711	7 228	7 413	-1,45%
Le Donjon de Rouen (escape game depuis 2017)		-	-	-	7250*	*Réouvert à la visite
Musée Maritime, Fluvial et Portuaire		4 141	4 545	6 679	3 583	-35,51%
Musée Industriel de la Corderie Vallois		9 007	9 827	11 366	12 169	+24,49%
Musée Pierre Corneille Rouen		3674	7 081	5 730	7 699	+29,33%
Musée Pierre Corneille Petit-Couronne		4 221	4 189	3 088	2 830	-20,44%
Pavillon Flaubert		828	1 101	2 024	nc	/
Fabrique des Savoirs		35 785	29 345	43 137	22 918	-10,63%
Centre d'Art Contemporain de la Matmut		15 702	19 720	20 770	21 225	-39,99%
Abbaye Saint-Georges		27 306	24 137	21 588	19 070	-7,92%
Château du Taillis		5 210	2 857	7 719	18 246	+75,46%
COMPTEURS DE VISITES						
Église Sainte Jeanne-d'Arc		284 824	278 037	193 791	245 222	-3,08%
Abbatiale Saint-Ouen		93 009	82 027	67 295	74 280	-4,12%
Église Saint-Maclou		71 926	64 912	38 695	55 960	+1,14%
Aître Saint-Maclou (*estimations suite à compteur endommagé)		235 082*	308 000	nc	nc	/
Abbaye de Jumièges		78 367	92 634	80 161	79 898	+9,78%

SERVICE PROMOTION & DÉVELOPPEMENT

Le service promotion et développement accroît l'image et la notoriété de notre territoire lors de workshops et salons professionnels.

Au rythme des tendances, RNT&C démarque de nouvelles cibles en participant à des actions dans des pays préalablement sélectionnés et en invitant des Tour-Opérateurs, de voyageurs ou d'autocaristes à venir vivre des nouvelles expériences et ce en partenariat avec les professionnels du tourisme sur la Métropole Rouen Normandie, SMA76 et Normandie Tourisme.

EDUCTOURS		
DATES	NOM DE L'EDUCTOUR	NATIONALITÉS
25 & 26 mars	Prétours RVEF 2018	Multi-nationalités
12 & 13 juillet	Meet & Travel magazine	Presse France
2, 3, 4 & 5 août	Agence Torres Turismo	Brésil
4 & 5 octobre	Événements & conventions	Presse France
11 octobre	Nogent voyages	France
12 & 13 octobre	Eductour Corée	Coréenne

MICE (TOURISME D'AFFAIRES)		
DATES	NOM DE L'EDUCTOUR	NATIONALITÉS
15 & 16 janvier	BBT On Line Bruxelles	Multi-nationalités
20 mars	Workshop Normandie Hilton Paris	France
24 mai	MICE Place City "Au bord de l'eau" Musée du parfum Paris	France
28 & 29 mai	MICE Place Lyon	France
4 octobre	Démarchage MICE Bruxelles	Belgique
21 & 22 novembre	MICE Place Bruxelles	Multi-nationalités
27, 28 & 29 novembre	IBTM Barcelone	Multi-nationalités

CROISIÈRES		
DATES	NOM DE L'EDUCTOUR	NATIONALITÉS
24, 25 & 26 avril	Cruise Europe à Saint-Petersbourg	Europe
2 au 8 décembre	Démarchage croisières à Seattle et Miami	Etats-Unis



SALONS ET DÉMARCHAGES			
MARCHÉS	ACTIONS	LIEUX	DATES
FRANCE			
	Tourissima	Lille	26 au 28 janvier
	Destination Nature	Paris Porte de Versailles	15 au 18 mars
	Forum des associations	Rouen Esplanade Préfecture	8 septembre
	Salon CE	Lille	10 au 12 septembre
	Salon CE	Rouen	2 & 3 octobre
	Fêtes normandes	Evreux	6 & 7 octobre
	Salon CE	Paris	18 au 20 octobre
EUROPE			
BELGIQUE	Salon des vacances	Bruxelles	1 ^{er} au 4 février
ALLEMAGNE	Workshop Allemagne	Lyon	8 au 11 novembre

Zoom

La stratégie de promotion 2018 a voulu conforter le positionnement du territoire et profiter de la notoriété établie grâce à la venue de nombreux tour-opérateurs en mars 2017 lors du salon Rendez-vous en France.

2018 a été la 1^{ère} année de la mutualisation entre RNT&C et le Pôle Métropolitain pour certains salons.

2018 fut également une année consacrée à la promotion de l'événement "Armada de Rouen 2019" auprès des professionnels du tourisme, Comités d'Entreprise, CCAS et associations en France et dans les pays limitrophes.

SERVICE PARTENARIATS

Le service des Partenariats œuvre chaque année pour accompagner et valoriser ses partenaires. Des visites gratuites et des formations sont proposées tout au long de l'année à l'ensemble des adhérents. Le personnel du service des Partenariats met un point d'honneur à entretenir un contact privilégié avec la totalité de ses partenaires en les informant des actions, parutions, événements, nouveautés de l'Office de Tourisme.

547
ADHÉRENTS EN 2018

100 938€ HT
MONTANT DES COTISATIONS

38 621€ HT
RÉGIE PUBLICITAIRE

4 980
NOMBRE DE PASS EN LIBERTÉ VENDUS EN 2018

14 929€ HT
CHIFFRE D'AFFAIRES



Zoom

Soirée des partenaires

Deux soirées sont organisées chaque année dans l'atelier Claude Monet, ce sont des rendez-vous incontournables et appréciés par les adhérents de Rouen Normandie Tourisme & Congrès.

Ce moment convivial et privilégié entre l'équipe de l'Office de Tourisme et ses partenaires permet de resserrer les liens, de connaître le retour et le ressenti des professionnels vis-à-vis de l'offre de visibilité sur nos supports de communication. Identifié par des badges mentionnant le nom de leur structure, chaque adhérent peut ainsi échanger avec d'autres professionnels et étoffer ses contacts.

Tous considérés comme des ambassadeurs du territoire pouvant relayer l'information touristique, la programmation des grands événements annuels est présentée lors de la soirée du début d'année afin de les informer des dates à ne pas manquer. La seconde soirée, organisée en juin, offre à nos partenaires la plus belle des vues pour admirer le spectacle de lumière sur la façade de la Cathédrale du 1^{er} étage de l'Office de Tourisme.



ACTIONS

Les partenaires de Rouen Normandie Tourisme & Congrès bénéficient d'avantages dans le cadre de leur partenariat. Le service des Partenariats programme chaque année des visites en lien avec les événements, ainsi que 2 soirées, afin qu'ils puissent être les relais de l'information auprès de leur clientèle.

Les sorties réservées aux partenaires

- Soirée du 5 février : Présentation des grands événements 2018
- Soirée du 25 juin : Spectacle Cathédrale de Lumière dans l'atelier Claude Monet
- Panorama XXL : Rouen 1431 le 26 juin - Rome 312 le 9 octobre
- Exposition ABCDUCHAMP au Musée des Beaux-Arts le 18 juin
- Visite guidée « Les Animaux dans la Ville » proposée à nos adhérents et leurs enfants pendant les vacances de la Toussaint et de Noël

Les actions du Pass en Liberté

- Partenariat mené avec l'association « Les Vitrites de Rouen » pour valoriser le pass à travers leurs chèquiers privilèges : au printemps et à la rentrée, une **réduction de 20% sur l'achat du Pass** ; Chéquier édité à 200 000 exemplaires et valable 6 semaines sur chaque période.
- Newsletter trimestrielle à destination des porteurs de la carte
- Offre Marché Privé sur le mois de décembre : **7€ la carte** au lieu de 10€
- Actions promotionnelles : **1 Pass acheté = 1 Pass offert** valable un week-end de novembre – 1 Pass acheté, le second à -50% sur tout le mois de décembre

-30%
Sur l'achat du Pass en Liberté

-50%
TOUTE L'ANNÉE VOS SORTIES À PETITS PRIX !

Du 15 mars au 30 avril 2018

-20%

Sur l'achat du Pass en Liberté
sur présentation de ce coupon
à l'Office de tourisme de Rouen

Le Pass en Liberté offre de nombreux avantages (gratuités, réductions...) pour seulement 10€.

Vous coordonnez sur
www.monpassenliberte.com

Rouen Normandie Tourisme & Congrès
25, place de la Cathédrale - 76000 Rouen
Tél : 02 32 76 12 49
www.rouentourisme.com

COMMUNICATION ÉDITORIALE

Le service communication de Rouen Normandie Tourisme & Congrès crée, met à jour et édite une large gamme de brochures, dépliants et flyers à destination de tous les publics individuels et professionnels.

ÉDITIONS GRAND PUBLIC

• Plan Guide Rouen

FR : 90 000 ex. - GB : 50 000 ex.
NL : 10 000 ex. - D : 15 000 ex.
SP : 10 000 ex. - IT : 10 000 ex.
P : 2 000 ex. - R : 2 000 ex.
J : 2 000 ex. - CH : 2 000 ex.

• Plan Guide Jumièges

FR/GB/D : 2 000 ex.

• Nos bonnes adresses

Hébergements : 5 000 ex.
Restaurants : 5 000 ex.

• Roadbooks : 1 500 ex.

• Partez, naviguez : 10 000 ex.

• Flyer Audioguide

FR : 1 700 ex.
GB/D/J : 1 000 ex.
IT/SP/NL : 200 ex.

• Flyer Patrimoine religieux

FR/GB/D : 1 000 ex.

• Magazine de l'Office de Tourisme & des Congrès n°13

FR : 20 000 ex. - GB : 10 000 ex.

ÉDITIONS PROFESSIONNELLES

• Manuel des Ventes

FR : 5 000 ex. - GB en pdf

• Tourisme Jeunes et Scolaires

FR : 1 700 ex.

• Flyer Armada Groupes & Affaires

FR : 1 000 ex.

• Rouen Meeting Guide

FR/GB : 200 ex.

• Rouen, channel to Paris : GB 200 ex.

• Rapport d'activité 2017 : 100 ex.

• Guide du Partenaire

FR : 1 000 ex.

• Dossier Presse

FR/GB/D/NL/IT/JAP en pdf

SUPPORTS DE COMMUNICATION AUX ANIMATIONS

• Flyer location de vélos à Jumièges

FR : 1 500 ex.

• Flyer Rouenversants

FR : 1 500 ex.

OUTILS DE COMMUNICATION

• Signalétique, blocs-notes, cartes de correspondance...

Nouveau



SUPPORTS DE COMMUNICATION ÉDITÉS EN PARTENARIAT AVEC LA MÉTROPOLE ROUEN NORMANDIE ET LE PÔLE MÉTROPOLITAIN :

• Rendez-vous Métropole

FR : 44 000 ex. (3 éditions)

• Rouen médiévale & tendance

City-guide : FR / GB / D : 55 000 ex.

• Quatre abbayes en vallée de Seine

FR : 5 000 ex.

• La Seine normande, à pied de gare en gare : FR : 1 000 ex.

Zoom

Des illustrations colorées pour la nouvelle charte graphique

La charte graphique des éditions grand public et professionnelles a été repensée avec l'aide du service communication de la Métropole Rouen Normandie qui assure depuis 2014 la conception graphique de l'ensemble des supports de l'Office de Tourisme.

Inspirée des tendances actuelles, c'est l'illustrateur rouennais Emmanuel Kerner qui a mis son talent au service du tourisme en créant près d'une centaine de pictogrammes : monuments, musées, personnages historiques, ...

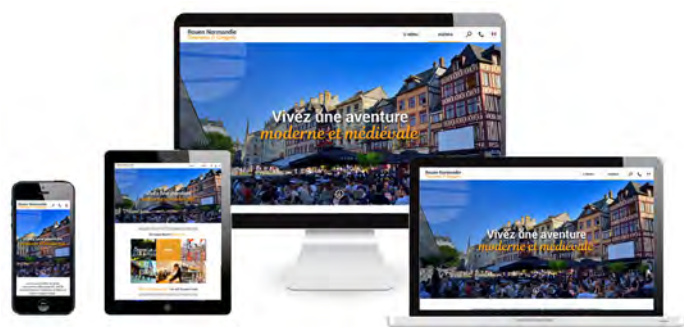


LE WEB

Chiffres clés

1 312 259 (+ 17,02%)
VISITES

2 872 733 (+ 24,48%)
PAGES VUES



Zoom

Un nouveau design pour Rouentourisme.com

Après un état des lieux et une étude comparative de destinations touristiques majeures, le site Rouentourisme.com a connu une refonte graphique en 2018.

Lancé en juillet, il propose désormais un nouveau visage mettant en place une nouvelle ergonomie et une hiérarchisation des informations plus adaptée aux usages et aux attentes des internautes. Le succès est déjà au rendez-vous avec un nouveau record de fréquentation de plus de 1 300 000 visiteurs sur l'année.

MÉDIAS SOCIAUX

Rouen Normandie Tourisme & Congrès est très présent sur les médias sociaux. Il s'est notamment rapidement imposé comme l'un des acteurs touristiques les plus actifs sur Instagram, réseau social de partage de photos sur smartphone.



Zoom

Première fois au salon We Are Travel

Lors de ce salon qui se tenait à Millau, l'équipe de l'Office de Tourisme a rencontré plus de 35 blogueurs de voyage. Plusieurs d'entre eux sont venus par la suite découvrir Rouen et sa vallée de Seine.



RETOMBÉES ACCUEIL DES INFLUENCEURS 2018

Influenceurs	Nombre de personnes engagées*	Coût de l'accueil Euro TTC	Coût/personne Euro TTC
Rita3889	34 184	0€	0€
Swyder	3 659	0€	0€
La lykorne illettrée	10 712	183,10€	0,017€
PYM autour du monde	920	132,24€	0,144€
Itinera Magica	93 450	219,70€	0,01€
Qorz	48 150	0€	0€
À la conquête de l'Est	nc	nc	nc
Mademoiselle bon plan	24 939	342,07€	0,0137€
A lady in London	206 183	288,95€	0,0014€
Culturez-vous	146 200	78,82€	0,000539€
JDRoadTrip	62 600	78,82€	0,001259€
GlobeTrotting	66 480	78,82€	0,000529€
Le coin des voyageurs	94 000	78,82€	0,000838€
Un pied dans les nuages	46 856	78,82€	0,001682€
Suitcase & Sandcastles	98 991	0€	0€
TOTAL	937 324	1 560,16€	0,001664€

* Une personne engagée est une personne qui réagit à une publication (commentaires, like, partage...).

SERVICE COMMERCIAL LOISIRS GROUPE

Le service commercial de Rouen Normandie Tourisme & Congrès est l'interlocuteur privilégié pour toutes réservations de circuits et visites guidées pour les groupes.

Il gère une équipe de 41 guides conférenciers couvrant 10 langues. Ses offres sont à destination de différentes clientèles groupes : Tour-Opérateurs, croisiéristes, autocaristes, associations, scolaires et centres de loisirs.

VISITES GUIDÉES GROUPE

2 315
GROUPE

56 808
PARTICIPANTS

280 012€ HT
CHIFFRE D'AFFAIRES

CIRCUITS ET CROISIÈRES

155
JOURNÉES

18
SÉJOURS

6 641
PARTICIPANTS JOURNÉES +
SÉJOURS

173
CIRCUITS

352 087€ HT
CHIFFRE D'AFFAIRES

64 256€ HT
COMMISSION

VISITES DU PORT ET CROISIÈRES

56
GROUPE

2 464
PARTICIPANTS

24 339€ HT
CHIFFRE D'AFFAIRES



Zoom

Retour des groupes de Japonais en visite à Rouen en 2018

A la suite des attentats de 2015 et 2016, nous avons subi une très forte chute de la clientèle japonaise (-462 groupes sur un an).

Entre 2017 et 2018, l'année de la relance, il a été enregistré une augmentation de **93 groupes** en un an. Ceci est dû à une ambiance plus apaisée et à nos différentes actions menées sur ce marché :

- Eductour JATA en décembre 2016 : groupement des plus grands Tour-Opérateurs Japonais
- Rendez-vous France en mars 2017 : workshop avec les agences professionnelles japonaises
- Collaboration étroite avec le bureau Atout France Tokyo pour le suivi du marché

Prévisionnel 2019 :

- Poursuite de la reprise au 1^{er} trimestre qui s'annonce positif au vu des programmations des agences
- Démarchage au Japon prévu en avril 2019.



CENTRALE DE COMMERCIALISATION

Chiffres clés

3 708 (+24,65%)
PARTICIPANTS

594
VISITES GUIDÉES INDIVIDUELLES ORGANISÉES
PAR L'OFFICE

SOIT 7,29% DU CHIFFRE D'AFFAIRES
VISITES GUIDÉES GLOBAL

25 990€ HT (+26,98%)
CHIFFRE D'AFFAIRES

7 254€ HT (-18,23%)*
COMMISSION DE LA CENTRALE DE COMMERCIALISATION ET SUR AUTRES PRESTATIONS
(ATELIERS, CROISIÈRES...)

*En cause : un taux moindre de remplissage des croisiéristes et des problèmes techniques des bateaux en pleine saison touristique



Zoom

Été 2018 : les animaux dans la ville, une nouvelle visite guidée de l'un de nos guides conférenciers adaptée aux familles (petits et grands)

La participation à cette visite guidée pédestre d'une heure à la découverte des animaux fantastiques et folkloriques cachés dans les rues et sur les façades des monuments de Rouen était possible tous les jours durant les vacances scolaires (à la demande le matin et sur 2 créneaux horaires l'après-midi).

Cette visite guidée a remporté un grand succès : 796 visiteurs sur 4 mois de visites programmées

- Juillet – Août : 322 visiteurs
- Vacances Toussaint : 242 visiteurs
- Vacances Noël : 232 visiteurs

La moyenne d'âge des enfants est de 5 à 9 ans et les principales provenances sont : les Rouennais, les métropolitains, les Normands et la région parisienne.

Cette visite sera reconduite en 2019 à chaque vacances scolaires.



BUREAU DES CONVENTIONS

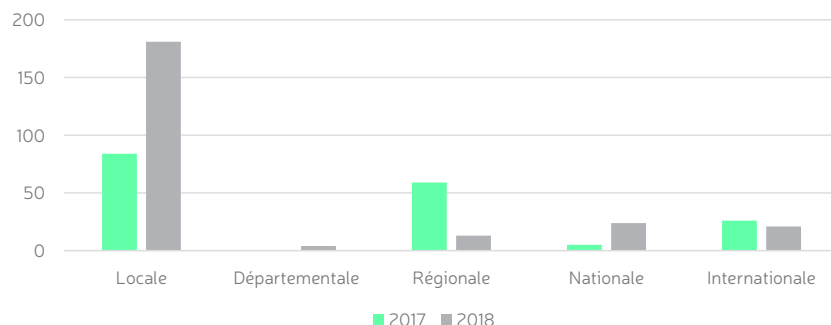
Le Bureau des Conventions de Rouen Normandie Tourisme & Congrès est le carrefour où se rencontrent les porteurs de projets et les partenaires. Sa connaissance de l'offre du territoire et ses compétences permettent d'assurer le succès des congrès, séminaires, salons, Workshops et réunions se déroulant à Rouen et sur le territoire de la Métropole.

LE TOURISME D'AFFAIRES EN 2018

645 160 nuitées d'affaires réalisées sur la métropole en 2018

(source INSEE 2018 – chiffres provisoires)

Evolution géographique du nombre d'événements entre 2017 et 2018



LES SÉMINAIRES SUR LA MÉTROPOLE EN QUELQUES CHIFFRES EN 2018

(étude réalisée par Rouen Normandie Tourisme & Congrès sur un échantillon dédié)

329 MANIFESTATIONS RECENSÉES PAR LE BUREAU DES CONVENTIONS SUR L'ENSEMBLE DE LA MÉTROPOLE : **+32,13%** PAR RAPPORT À 2017.

18% DES ÉVÉNEMENTS ONT UNE PORTÉE NATIONALE ET **74%** UNE PORTÉE RÉGIONALE.

165 PARTICIPANTS EN MOYENNE SUR L'ENSEMBLE DES MANIFESTATIONS SOIT **+53** PARTICIPANTS PAR RAPPORT À 2017.

27,59% DES DEMANDES HÔTELIÈRES SONT DES HÔTELS 3 ÉTOILES ET **31,03%** DES HÔTELS 2 ÉTOILES.

48,84% DES DEMANDES DES CLIENTS CONCERNENT LES TRAITEURS ET RESTAURANTS, **32,56%** LES LIEUX DE RÉUNION ET **14,73%** LES INFORMATIONS DIVERSES TELLES QUE LA DOCUMENTATION, LA BOUTIQUE, LA SONORISATION DE L'ESPACE, ETC...



Zoom

Développement de l'offre Team-Building en 2018 : de 7 à 22 prestataires

Les prestations proposées sont très diverses : des cours de cuisine aux parcours olympiade en passant par la chasse aux trésors et aux ateliers DIY (Do It Yourself). Les entreprises sont de plus en plus à la recherche d'événements pour encourager la communication, développer la collaboration et construire la confiance des équipes.

En 2018, le bureau des conventions comptabilise **34** demandes, plus du tiers des propositions faites ont été réalisées. Parmi les activités les plus plébiscitées : le tour en gyropode segway et les Urban Pursuit, jeux de piste interactifs dans la ville de Rouen.

GESTION DES RÉSERVATIONS HÔTELIÈRES DANS LE CADRE DE L'ORGANISATION DE 3 CONGRÈS :

Nom du congrès	Dates	Lieux	Nombre de participants
30 ^{ème} congrès SIA Powertrain	16 & 17 mai	Parc des Expositions	600
58 ^{ème} congrès Bourse de commerce	25 & 26 octobre	Parc des Expositions	100
Congrès international d'apiculture	25 au 28 octobre	Parc des Expositions	250

L'ATELIER CLAUDE MONET ET LE SALON GEORGES D'AMBOISE

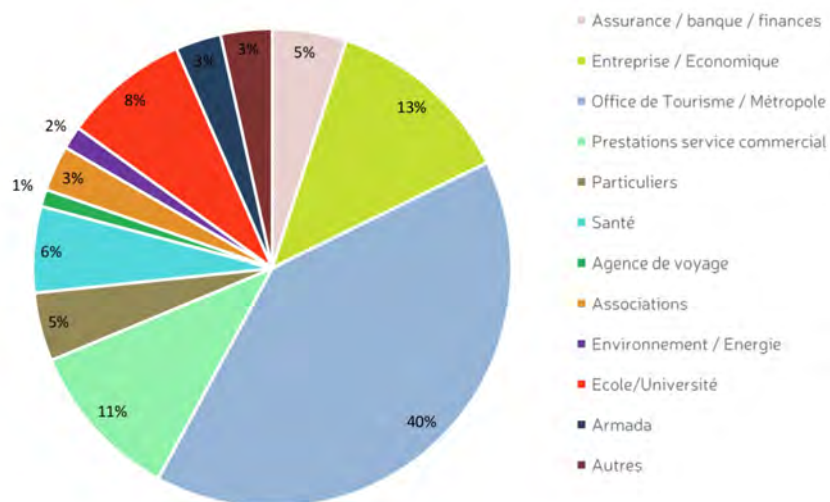
Rouen Normandie Tourisme & Congrès propose l'Atelier Claude Monet pour organiser séminaires, dîners, conférences,ancements de produits, prestations privées....

L'Atelier Claude Monet, situé au 1^{er} étage de l'Office de Tourisme est une salle de 140m² avec une capacité d'accueil de 120 personnes. Elle est destinée à accueillir des réunions, conférences, cocktails, etc...

259 manifestations s'y sont déroulées de janvier à décembre 2018.

Une salle de sous-commission, le Salon Georges d'Amboise vient en complément de l'Atelier Claude Monet. Situé également à l'Office de Tourisme, il peut accueillir jusqu'à 15 personnes maximum.

Manifestations par thématique dans l'Atelier Claude Monet et le Salon Georges d'Amboise en 2018



L'Atelier Claude Monet est occupé à 41,43% par des réunions internes de Rouen Normandie Tourisme, viennent ensuite les particuliers (mariage, baptême, anniversaire, etc...) puis la santé, les entreprises et les prestations du service commercial.



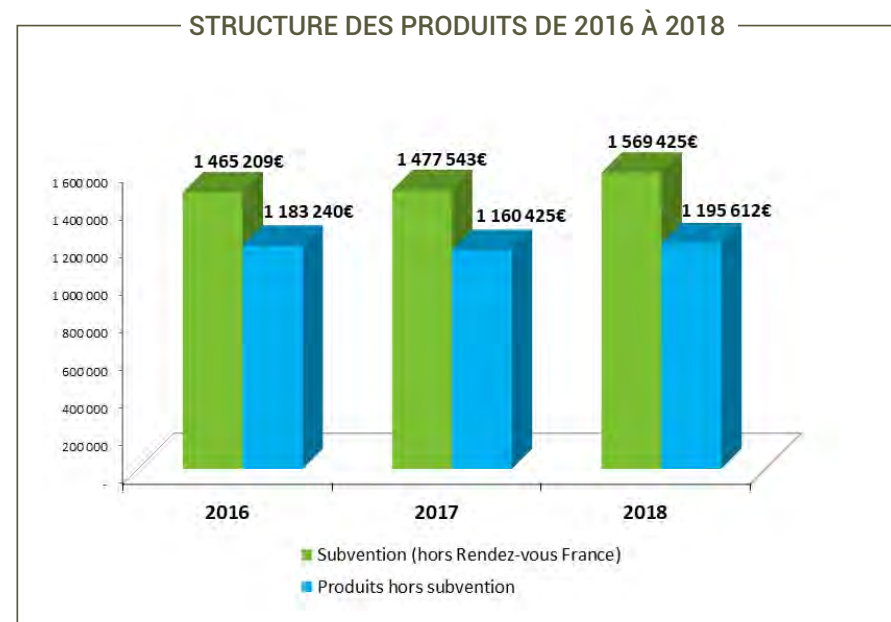
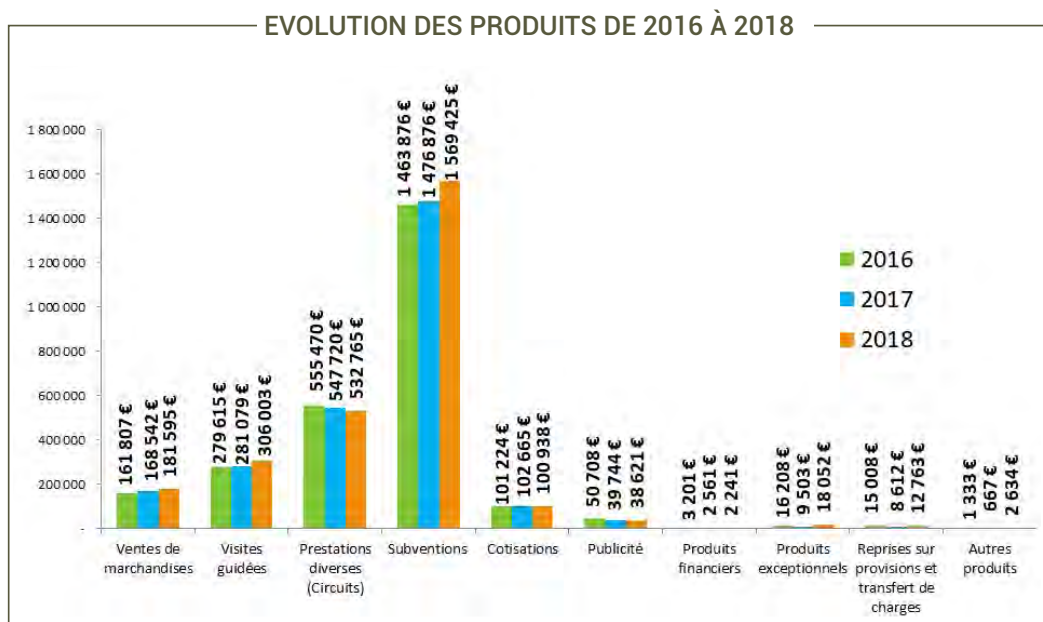
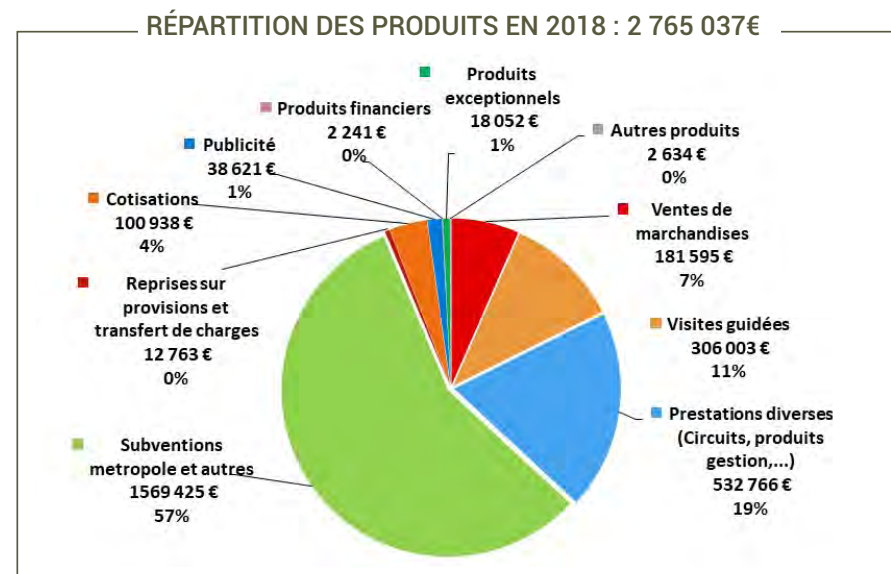
Chiffres clés

- 42 PARTICIPANTS EN MOYENNE À CHAQUE MANIFESTATION (+40,69 %)
- 72,81% DES SÉMINAIRES ONT UNE PORTÉE LOCALE ET 1,75% UNE PORTÉE DÉPARTEMENTALE. LES ÉVÉNEMENTS INTERNATIONAUX RESTENT STABLES.
- 93,68% DES ORGANISATEURS DE SÉMINAIRES SONT ORIGINAIRES DE SEINE-MARITIME ET 10,34% DE LA RÉGION PARISIENNE
- LA MOYENNE D'OCCUPATION DE LA SALLE EST DE 3h30 EN JOURNÉE CONTRE 5h EN SOIRÉE
- 55 SÉMINAIRES DE L'ANNÉE 2018 ONT EU LIEU SUR LA PÉRIODE DES PROJECTIONS SUR LA CATHÉDRALE
- 3,19% DES ÉVÉNEMENTS CONCERNENT L'ARMADA
- 95 253€ HT DE CHIFFRE D'AFFAIRE DÙ À LA LOCATION DE L'ATELIER CLAUDE MONET ET AUX SÉMINAIRES SOIT -4,79% PAR RAPPORT À 2017

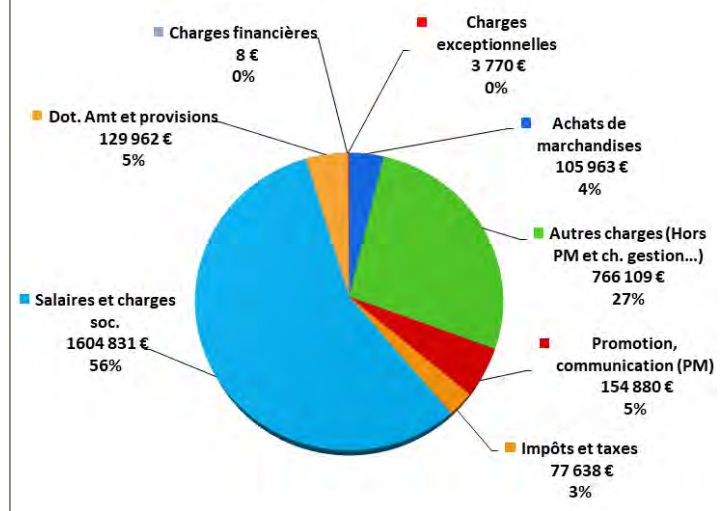
COMPTES DE L'EXERCICE 2018

Comptes annuels clos au 31 décembre 2018

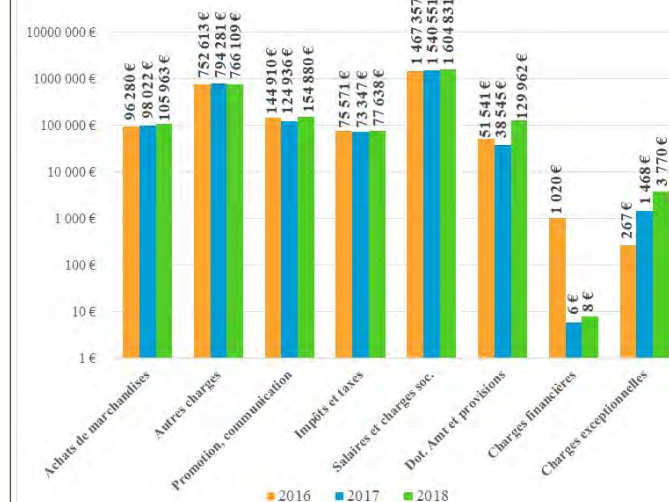
	2014	2015	2016	2017	2018
Produits d'exploitation	2 476 587	2 509 733	2 629 040	2 817 035	2 744 744
Résultat d'exploitation	-25 457	-72 102	40 768	-1 788	-94 639
Résultat net	-7 238	-53 047	58 891	8 802	-78 124



RÉPARTITION DES CHARGES EN 2018 : 2 843 161 €



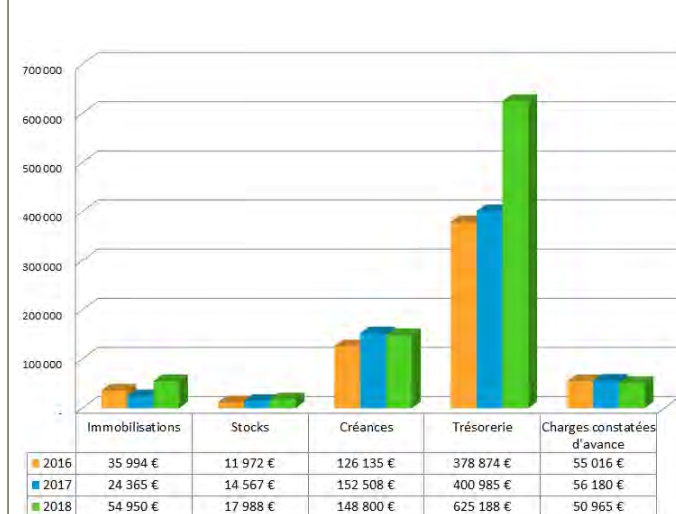
ÉVOLUTION DES CHARGES DE 2016 À 2018



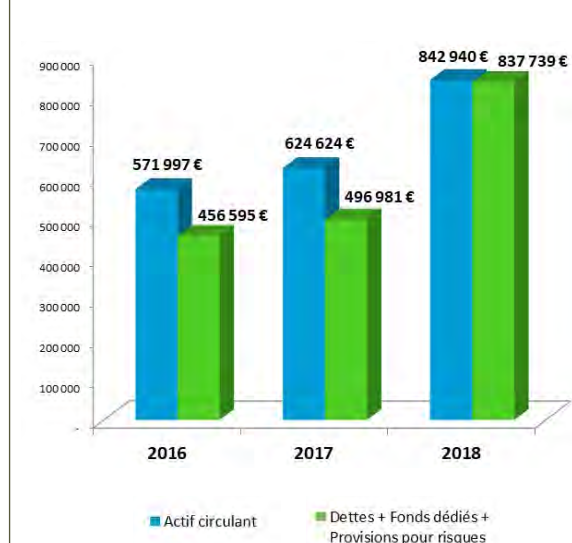
INVESTISSEMENT DE 2014 À 2018



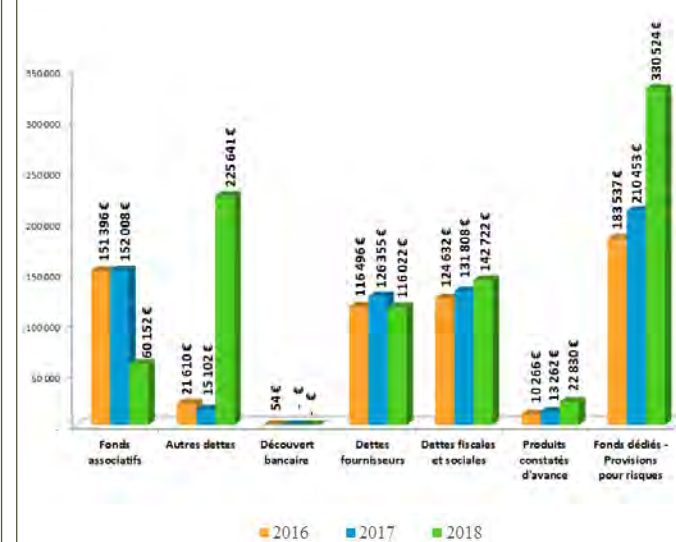
RÉPARTITION DU BILAN ACTIF DE 2016 À 2018



RATIO DE SOLVABILITÉ



RÉPARTITION DU BILAN PASSIF DE 2016 À 2018





©Métropole Rouen Normandie

CONTACTS

Bureau d'Information Touristique

JUMIÈGES

Rue G. Le Conquérant - 76480 Jumièges
Tél. 02 35 37 28 97
jumièges@rouentourisme.com

Bornes d'Information Touristique 24/24h

ELBEUF

Pôle de proximité
8, place Aristide Briand
76500 Elbeuf

LA BOUILLE

Mairie
1, rue de la République
76530 La Bouille
Tél. 02 35 18 01 48

DUCLAIR

Mairie
Place du Général de Gaulle
76480 Duclair
Tél. 02 35 05 91 50

Rouen Normandie Tourisme & Congrès

25, place de la Cathédrale - CS 30666 - 76008 Rouen cedex 1
Tél. 02 32 08 32 40

Borne d'Information Touristique 24h/24
accueil@rouentourisme.com

www.rouentourisme.com

