



# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2022

RJ  
EIN  
TOURISME



# SOMMAIRE

## 5 ÉDITO

## 6 L'ANNÉE 2022

## 8 ROUEN TOURISME

- 9 Le Conseil d'Administration
- 10 L'équipe
- 11 Nos missions
- 12 Nos adhérents
- 14 Nouveau positionnement, nouvelle identité
- 18 Un nouvel espace d'accueil

## 19 ACCUEILLIR

- 20 Qualité
- 22 Accueils Rouen et Jumièges
- 24 La boutique
- 25 La location vélo
- 26 La commercialisation

## 30 ANIMER

- 31 Restaurons l'Abbatiale Saint-Ouen
- 35 Tous derrière La Bouille
- 36 Les fêtes Jeanne d'Arc
- 37 Les Beaux Jours #2
- 40 Rouen à table avec le Chef Damien
- 41 Le Club des Toques
- 42 Armada 2023 : lancement de la billetterie

## 43 PROMOUVOIR

- 44 Nos outils en ligne
- 45 Les newsletters
- 46 Les réseaux sociaux
- 50 Les relations presse
- 53 Les salons et workshops
- 54 Promotion de la destination
- 55 Nos supports de communication
- 58 Nos campagnes de communication

## 60 OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

- 61 La saison touristique
- 65 L'activité hôtelière

## 66 COMPTES ANNUELS

## 72 CONTACTS





**ROUEN**  
**terre d'inspiration**





**Christine de Cintré**  
Présidente  
de Rouen Tourisme

## UNE ANNÉE 2022 COURONNÉE DE SUCCÈS POUR ROUEN TOURISME

Rouen Tourisme fait peau neuve avec un nouveau positionnement pour la destination : un tourisme patrimonial innovant.

La nouvelle identité visuelle de l'Office de Tourisme s'inscrit dans cette belle dynamique : un nouveau logo accompagne le changement de nom de notre entité pour Rouen Tourisme. Le tournant majeur de notre stratégie promotionnelle repose sur la mise en avant de nos cinq patrimoines majeurs, présents en nombre sur le territoire arts, histoire, nature, industrie et gastronomie, invitant nos visiteurs à vivre une expérience durant leur séjour.

L'année 2022 est une année couronnée de succès avec la reprise de grands événements fédérateurs tels que les Beaux Jours, la fête du fleuve et les nouvelles fêtes Jeanne d'Arc. Viennent s'y ajouter l'ensemble des offres créatives autour de la gastronomie créées dans le cadre de notre intégration au réseau Unesco « Ville créative ». Tous ces nombreux temps forts contribuent à rendre notre ville encore plus attractive auprès à la fois des habitantes et habitants du territoire et de nos visiteurs.

Une nouvelle dynamique s'enclenche avec la création d'un espace d'accueil situé au Musée des Beaux-Arts, le temps des travaux du Bureau des finances. Ce nouveau lieu permet d'accueillir nos visiteurs dans un lieu adapté aux couleurs modernes et chaleureuses.

Toutes ces nombreuses actions sont rendues possibles grâce au dynamisme de l'équipe et à l'importante mobilisation des partenaires qui soutiennent au quotidien Rouen Tourisme. 2022 a été une année de fréquentation forte avec plus 4 millions de visiteurs, soyons au rendez-vous des événements majeurs 2023. Continuons la mobilisation et faisons rayonner notre ville et sa métropole.

Cap vers Capitale Culturelle Européenne 2028.

# L'ANNÉE 2022



## JANVIER

Collaboration avec Chef Damien



## FÉVRIER

Facebook live dédié à Arsène Lupin



## MARS

Campagne de communication  
"La Bouille, village préféré des français"



## AVRIL

Location de vélos à Rouen et Jumièges



## MAI

Nouvelles Fêtes Jeanne d'Arc



## JUIN

Deuxième édition de l'événement  
Les Beaux Jours



## JUILLET

Les randos de la rose



## AOÛT

Préparation de la Fête du canard de Duclair



## SEPTEMBRE

Dévoilement de la nouvelle identité de Rouen Tourisme



## OCTOBRE

Remise du don de la maison Vatelier au profit de la restauration de la rose



## NOVEMBRE

Commercialisation des produits Armada



## DÉCEMBRE

Sortie du 1<sup>er</sup> magazine entièrement repensé

# ROUEN TOURISME



# LE CONSEIL D'ADMINISTRATION

L'association Rouen Tourisme est administrée par un Conseil d'Administration composé de 36 membres répartis en trois collèges :

## **12 membres de droit désignés par chaque institution :**

- 7 membres nommés par la Métropole Rouen Normandie
- 1 membre nommé par la Région Normandie via le Comité Régional du Tourisme de Normandie
- 1 membre nommé par le Département de Seine-Maritime
- 1 membre nommé par la Chambre de Commerce et d'Industrie de Rouen
- 1 membre nommé par le Grand Port Maritime de Rouen
- 1 membre nommé par la Chambre de Métiers et de l'Artisanat

## **12 membres élus issus du Collège des professionnels**

## **12 membres élus issus du Collège des personnalités qualifiées**

## **2 Présidents d'Honneur**

## **BUREAU**

Présidente  
Christine de Cintré

Vice-Président  
Éric Choulant

Vice-Président  
Henry Decaëns

Vice-Président  
Vincent Mesureux

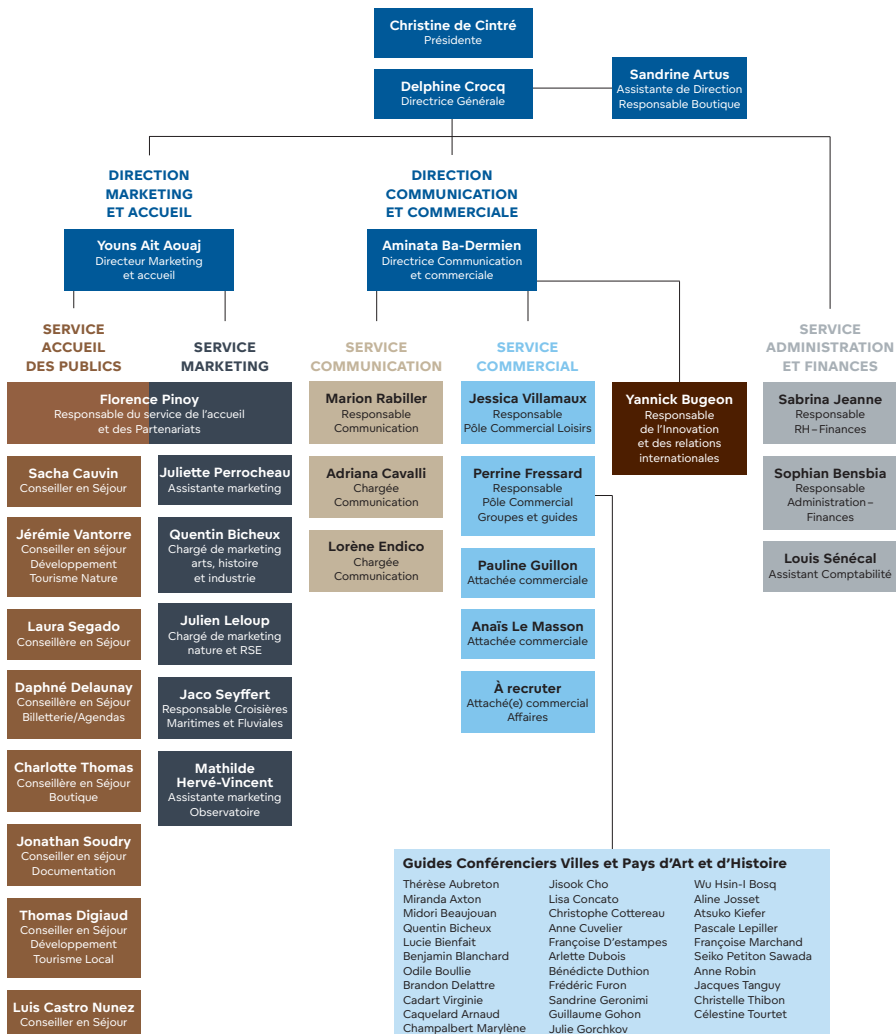
Secrétaire  
Josette Cheval

Trésorier  
Philippe Coudy

Assesseurs  
Fabrice Antoncic  
Ludovic Deconihout  
Philippe Depréaux  
Jean-Yves Heyer  
Xavier Lemoine  
Matthieu Lucas  
Sileymane Sow

# L'ÉQUIPE

Notre association est composée de 30 collaborateurs répartis dans 2 directions :

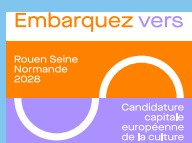


# NOS MISSIONS

- L'accueil et l'information des touristes.
- La promotion touristique de la Métropole Rouen Normandie en France et à l'étranger.
- La participation à la mise en œuvre de la politique touristique de la Métropole Rouen Normandie.
- La commercialisation de produits touristiques.
- La mise en place d'outils d'évaluation de la politique touristique et de mesure de l'activité touristique.
- La contribution à la coordination des interventions des divers partenaires du développement touristique local, en cohérence avec l'ensemble des partenaires institutionnels.

## CAPITALE EUROPÉENNE DE LA CULTURE 2028

Rouen Tourisme s'est fortement engagé dans la préparation de la candidature de Rouen comme Capitale Européenne de la Culture 2028 et de l'oral qui a permis à Rouen de passer le 1<sup>er</sup> tour de la sélection en 2023.



## LES OBJECTIFS 2022

- **L'implémentation de la stratégie de positionnement**: déploiement de nouvelles offres autour des cinq patrimoines : arts, histoire, industrie, nature et gastronomie.
- La mise en cohérence et la hiérarchisation des offres pour être plus adaptées au positionnement et à la demande des touristes.
- La **refonte globale de la communication** avec une **nouvelle stratégie digitale** intégrant la refonte du site internet.
- La poursuite du travail engagé sur la **fidélisation** avec de nouvelles propositions aux habitants.
- Le développement d'événements pour valoriser les différents types de patrimoine.
- La préparation de l'Armada.
- L'intensification des accueils de presse.
- Le lancement de la **nouvelle formule du pass** pour les touristes.
- La participation à la définition de la future stratégie de développement touristique durable.

# 408 ADHÉRENTS NOUS FONT CONFIANCE



Hébergements  
**27 %**



Tourisme  
et loisirs  
**17 %**



**408**  
adhérents



Tourisme  
d'affaires  
**9 %**



Restaurants  
et vie nocturne  
**19 %**



Commerces  
et associations  
**28 %**

---

**81 406 € HT**  
de cotisations

---

**1 631 € HT**  
de régie publicitaire

---



## 6 ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS POUR LES ADHÉRENTS

1. Exposition Cirque & Saltimbanques musée des Beaux-Arts de Rouen (39 participants)
2. Visite du Cirque Théâtre d'Elbeuf (38 participants)
3. Rallye centre-ville spécial partenaires / enfants (12 participants)
4. Visite du carillon de la Cathédrale (68 participants)
5. Visite du monument juif (68 participants)
6. Soirée partenaires au musée des Beaux-Arts (250 participants)

## SOIRÉE PARTENAIRES

Les partenaires de Rouen Tourisme ont été conviés à une soirée organisée dans le Jardin des sculptures du musée des Beaux-Arts de Rouen. L'occasion pour l'équipe de dévoiler le nouveau positionnement et la nouvelle identité graphique, l'aboutissement de deux années de réflexion.

Au programme également, un moment convivial autour d'un cocktail dînatoire et une visite ludique d'une partie des collections.

# NOUVEAU POSITIONNEMENT, NOUVELLE IDENTITÉ

Rouen Tourisme a conventionné avec le centre de recherche Industries Créatives Culture de KEDGE Business School pour définir le positionnement de la destination et co-construire la stratégie de tourisme culturel et créatif avec les acteurs de la Métropole et les partenaires du territoire. À travers cinq patrimoines d'exception Historique, Artistique, Industriel, Naturel et Gastronomique et des expériences touristiques uniques, la destination mise sur un tourisme patrimonial innovant s'appuyant sur 5 concepts clés tels l'exemplarité, la qualité, la durabilité, la résilience et l'inclusion.



ROUEN  
TOURISME

## UN NOUVEAU LOGO DESSINÉ PAR PHILIPPE APELOIG

Le nouveau logo conçu par le célèbre designer Philippe Apeloig est composé des cinq lettres du mot ROUEN écrites en capitales. La lettre O est positionnée au centre de la composition rectangulaire. Il rappelle les nombreux cercles présents dans l'architecture rouennaise : rosaces, spirale de ferronnerie, bobines de la Corderie Vallois, silos du port... Avec ses lignes droites et obliques, il rappelle également les poutres des maisons à pans de bois. Les lignes qui rayonnent autour de la lettre O se font l'écho d'une carte, pareil à un plan rendu abstrait et symbolique. Le logo évoque ainsi le centre-ville à partir duquel rayonnent les quartiers et villes alentours. La disposition des quatre autres lettres, en rectangle, autour du O, raconte l'extension de Rouen.



© Aatjan Renders



## UNE NOUVELLE POLICE SUR-MESURE

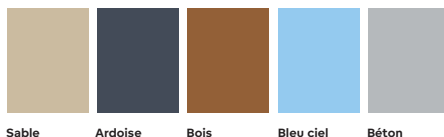
La nouvelle police Foundry Unie est très lisible, tout en simplicité et modernité. Les couleurs de la nouvelle identité graphique sont quant à elle choisies dans une gamme qui reflète les nuances des matériaux des architectures rouennaises, de sa nature environnante et la lumière si particulière de la Normandie.



## FOUNDRY UNIE

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890  
 à é è ê ï î ò ó ô õ ö œ @ # \$ % € £  
 ! ? . : ; " « » ' ( ) [ ] { } % & \* / + - =

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
 1234567890  
 à é è ê ï î ò ó ô õ ö œ @ # \$ % € £  
 ! ? . : ; " « » ' ( ) [ ] { } % & \* / + - =



Sable Ardoise Bois Bleu ciel Béton



Bleu nuit Terre brune

## LE PHOTOGRAPHE PIERRE-OLIVIER DESCHAMPS DE L'AGENCE VU'

Pierre-Olivier Deschamps a produit pour Rouen Tourisme 25 clichés esthétiques, innovants et contemporains. Son regard et sa maîtrise technique sur les sujets autour de l'architecture, l'artisanat d'art et le design urbain ont particulièrement séduit.



© Pierre-Olivier Deschamps



Le nouveau positionnement stratégique de Rouen Tourisme et la nouvelle identité qui en découle ont été dévoilés en septembre 2022, dans le cadre des Journées du patrimoine.



# UN NOUVEL ESPACE D'ACCUEIL

L'Office de Tourisme est classé depuis décembre 2013 en catégorie I par le Ministère chargé du Tourisme, labellisé « Tourisme Handicap » et certifié « Qualité Tourisme ». Pour répondre aux nouveaux comportements et modes de consommations des visiteurs, nos espaces d'accueil doivent évoluer et répondre à de nouveaux objectifs :

1. **Faire de l'Office de Tourisme un lieu de destination en lui-même**
2. **Offrir un haut niveau de service dans un lieu convivial et de détente**
3. **Créer un parcours de visite**

**Une première phase** de travaux a démarré en octobre 2022 pour assurer une réouverture en juin 2023 afin de permettre l'accueil des visiteurs pendant l'Armada.

**La seconde phase** débutera après la saison touristique 2023 jusqu'en 2025 et concernera :

- L'agrandissement de l'accueil du public dans la cour intérieure avec la création d'une verrière ;
- L'agrandissement de la surface dédiée à la boutique ;
- L'amélioration des locaux administratifs et la création de nouveaux espaces de bureaux ;
- L'installation d'un ascenseur jusqu'aux combles ;
- La mise en valeur extérieure par la restauration des deux façades ;
- La création d'un espace d'introduction à la visite touristique de la Métropole.



## UN NOUVEL ESPACE D'ACCUEIL AU MUSÉE DES BEAUX-ARTS

L'agencement du nouvel espace d'accueil des visiteurs pendant la période des travaux du Bureau des Finances place de la Cathédrale a été confié à Laurence Hébert de l'agence PièceUnik, architecte d'intérieur rouennaise.

S'inspirant de l'histoire du lieu, le musée des Beaux-Arts de Rouen et de la toute nouvelle identité, l'agence a proposé un projet unique avec une attention toute particulière au choix des matériaux et à l'optimisation des espaces pour le confort des visiteurs et des conseillers en séjour.

Les services supports et administratifs se sont temporairement installés sur la rive-gauche de Rouen (Avenue de Bretagne, immeuble Montmorency 2). Nous remercions la Métropole Rouen Normandie notre principal partenaire ainsi que la Réunion des Musées Métropolitains (RMM) pour le prêt des lieux mais aussi pour leur accompagnement tout au long de ce projet représentant un véritable tournant pour tous.



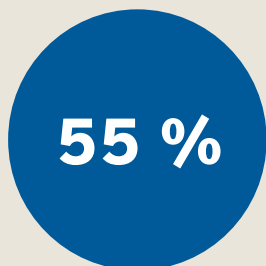
# ACCUEILLIR

# QUALITÉ TOURISME ET HANDICAP

**54** AVIS SUR 2022  
**97 % D'AVIS POSITIFS**

## TOP 3 DES THÉMATIQUES ABORDÉES

Accueil



Ville



Événements



Source : avis Google



**4 SUR 5**  
**192 AVIS**



**4,3 SUR 5**  
**429 AVIS**

Les Bureaux d'information de Rouen et de Jumièges ont obtenu la **Marque Tourisme & Handicap** en 2014. Le droit d'usage de la marque Tourisme & Handicap a été renouvelé pour une durée de 5 ans en novembre 2020.

Au-delà d'une obligation légale, la mise en accessibilité constitue pour Rouen Tourisme, une démarche positive pour tous et un moteur de convivialité.

De nombreux outils sont ainsi proposés à l'accueil : documents en braille, écrit en gros caractère ou FALC, visites guidées en langue des signes, boucle magnétique pour faciliter les échanges, rampes d'accès et comptoirs surbaissés pour les personnes en fauteuil roulant.

**Nos équipes sont toutes formées et sensibilisées à accueillir dans les meilleures conditions tous les visiteurs.**

### **Expérience Yanous.com**

#### **Le magazine francophone du handicap**

Le musée des Beaux-Arts nous a ouvert ses portes dans le cadre de l'aménagement d'un espace temporaire accessible au public voyant et non-voyant.

Cette exposition intitulée « L'art et la matière, prière de toucher. » donnait à percevoir l'Art autrement que par la vue. Une expérience insolite vécue par notre attachée de presse, qui a fait l'objet d'un article sur Yanous.com, le site de référence en matière de handicap.



# ACCUEILS

## ACCUEIL ROUEN

**150 000**

visiteurs en 2022  
(+ 78 % vs 2021)

**43 815** demandes qualifiées

**60 %**  
français

**40 %**  
étrangers

+ 15 points  
vs 2021



### Top 3 France



1. Normandie **28 %**



2. Île-de-France **14 %**



3. Hauts-de-France **4 %**

### Top 3 Étrangers



1. Allemagne **8 %**



2. Royaume-Uni **6 %**



3. Espagne **5 %**

### Top 3 des demandes

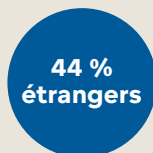
1. Sites et monuments
2. Renseignements pratiques
3. Musées

# ACCUEIL JUMIÈGES

## 14 174

visiteurs en 2022  
(+ 65 % vs 2021)

6750 demandes qualifiées



+ 15 points  
vs 2021

## Top 3 France



1. Normandie **25 %**



2. Île-de-France **13 %**



3. Hauts-de-France **5 %**

## Top 3 Étrangers



1. Allemagne **10 %**



2. Pays Bas **10 %**



3. Belgique **7 %**

## Top 3 des demandes

1. Sites et monuments
2. Abbayes Normandes
3. Renseignements pratiques

# LA BOUTIQUE

Chiffre d'affaires

**112 856 € HT**

(dont 16 363 € HT de produits Saint-Ouen)



Panier  
moyen

**9,19 €**

Taux  
de transformation

**7,13 %**

## Top 5 des ventes

1. **Cartes postales** Rouen, éditions A. Baudry
2. **Monnaie de Paris** abbatale Saint-Ouen
3. **Magnet** Rouen
4. **Cartes postales**, Heula
5. **Sucres de Rouen**, N° 20



# LOCATION VÉLO



Rouen Tourisme propose depuis mai 2021, un service de location de vélos électriques, classiques, adultes et enfants dans ses bureaux d'informations de Rouen et Jumièges

En 2022, cette activité représente

**13 669 € HT**

**Chiffre d'affaires**  
pour **306** réservations



**Rouen**

**210**

Réservations

**61,70 €**

Panier moyen

**106**

Jours de sorties

**Jumièges**

**96**

Réservations

**42,62 €**

Panier moyen

**33**

Jours de sorties



# LA COMMERCIALISATION

## INDIVIDUELS

Chiffre d'affaires total  
**134 276 € HT**  
(+ 47 % vs 2021)  
dont visites guidées **44 263 € HT**

  
**9,70 €**  
pour les visites  
guidées

**Panier  
moyen**



  
**23,50 €**  
pour les activités /  
croisières / billetterie

 **69 %**  
online

**Canal  
de vente**

**31 %**  
comptoir accueil



Visites guidées  
**5 299 personnes**  
soit + 48 %

  
**8 305**  
personnes  
soit + 42 %  
répartis  
comme suit

Activités et ateliers  
**1 422 personnes**  
soit + 63 %

Croisières  
**1 584 personnes**  
soit + 63 %



● **94 %**  
de français

● **6 %**  
d'étrangers



1. Seine  
Maritime



1. Belgique



2. Île de France



2. Allemagne



3. Normandie



3. Espagne

## Top 5 des offres

(en volume)

1. Rouen et ses trésors (visite guidée)
2. Le port de Rouen en bateau (croisière)
3. Les incontournables (visite guidée)
4. La Maison Sublime (billetterie)
5. Un dimanche en croisière  
Rouen-La Bouille (croisière)

# GROUPES



## Visites guidées

### Chiffre d'affaires

**176 824 € HT**

(+ 117% vs 2021)

901 groupes représentant

31 169 participants



## Journées / séjours

### Chiffre d'affaires

**207 230 € TTC**

(+ 524% vs 2021)

177 groupes représentant

4 485 participants

## Top 5 des langues demandées



1. **539** groupes en **français**



2. **179** groupes en **allemand**



3. **118** groupes en **anglais**



4. **100** groupes en **italien**



5. **66** groupes en **espagnol**

## Top 5 des offres

1. Les hauts lieux de Rouen
2. L'express de Rouen en toute liberté
3. La vie quotidienne au Moyen Âge
4. La route des abbayes
5. Rallye au cœur de la capitale de Normandie



## Chiffre d'affaires

**82 988 € HT**

(soit + **56 %** vs 2021)  
pour **1 673** participants

---

Nos clients sont les entreprises,  
les administrations, les associations  
et les banques / assurances

---

Près de **78 %** de nos clients  
sont localisés en Seine-Maritime

**L'atelier Claude Monet**  
n'est plus accessible à la location  
depuis le mois d'août 2022,  
dans le cadre des travaux  
de restauration de l'Hôtel  
du Bureau des Finances.

## Faits marquants de l'activité

### 21 au 23 mars 2022

Séminaire AXA (80 pax).  
Restauration, hébergement,  
activité Teambuilding.

### 5 au 7 juillet 2022

Congrès « journées hydrogène dans  
les territoires » (450 pax) : cocktail  
dînatoire et visites guidées.

### 22 octobre 2022

Soirée de gala Avalon Charters.  
Cocktail dînatoire au musée des Beaux-Arts  
avec concert de musique classique.





ANIMER

# RESTAURONS L'ABBATIALE SAINT-OUEN

Depuis le lancement de la campagne de financement participatif pour restaurer la rose de l'abbatiale Saint-Ouen, menée conjointement avec la ville de Rouen et la Fondation du patrimoine, les initiatives et partenariats se multiplient et font l'objet de dons qui sont reversés à la restauration de l'édifice.



## LE SUCCÈS DE LA ROSE

Dès l'ouverture de sa boutique rouennaise le 10 février 2022, la Maison Vatelier s'est engagée dans la campagne de financement participatif. La pâtisserie individuelle « La rose Saint-Ouen » vendue 5,50 € a connu et connaît encore un vif succès. Une rose alliant la douceur d'une ganache à la Vanille de Madagascar, d'une mousse noix de coco et la fraîcheur d'un crémeux citron vert et de framboises sur un socle de pâte sablée.

La promesse d'un euro par gâteau vendu a permis à la Maison Vatelier de faire un don de **6 830 €**.

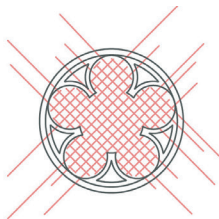
## GRAND SUCCÈS POUR LE PIQUE-NIQUE DES CHEFS

Le dimanche 5 juin 2022, c'est dans les Jardins de l'Hôtel de Ville au pied de Saint-Ouen que les restaurateurs se sont mobilisés.

Au programme, la dégustation d'un pique-nique champêtre des chefs et des artisans de bouche du Club des Toques.

Un menu 100 % normand, bucolique et gastronomique concocté au profit de la restauration de la rose de Saint-Ouen. Une nouvelle étape de franchise et un carton plein, 307 personnes se sont donc réunies avec enthousiasme et bonne humeur et **500 €** ont été récoltés suite à la vente de produits dérivés.





## LES BARMEN DE ROUEN S'ENGAGENT

Quatorze barmen des bars, hôtels et restaurants ont répondu positivement à la proposition de Rouen Tourisme de participer au concours du meilleur cocktail dans le cadre de cette campagne.

Faisant appel au savoir-faire et à l'imagination de ces professionnels, chacun a créé un cocktail de couleur rose, déclinable avec et sans alcool. Le prix de vente du cocktail a été laissé au libre choix de chaque établissement engagé à reverser une contribution au profit de la restauration de l'abbatiale.

Du 4 au 30 juin, les clients et amateurs de boissons colorées ont été invités à déguster et à voter en ligne pour leur cocktail préféré.

Bravo à l'O'Kallaghan's et à l'Alchimie et L'Nzo Bar ! 2 gagnants, le premier par le nombre de votes récoltés, le second par la somme reversée au profit de la restauration. Un don global de **5 000 €** a été remis par les 14 bars rouennais participants à la Fondation du patrimoine. Les heureux gagnants ont reçu un prix offert par Les Maisons de Léa et Le Vert Bocage.

En décembre 2022, grâce aux nombreuses actions menées et à la vente de produits dérivés, la cagnotte s'élevait à plus de **170 000 €**. La mobilisation continue !

**Donnez sur [restaurons-saintouen.fr](https://restaurons-saintouen.fr)**



**Période**  
de publications  
**du 9 au 22 juin**



**14**  
**14 posts**  
(non sponsorisés)



**LinkedIn**  
**7 608**  
impressions  
et plus de  
**300 interactions**



**Facebook**  
**90 365**  
personnes  
touchées,  
**243 mentions**  
et **102 partages**



## LES RANDOS DE LA ROSE

Le vendredi 22 juillet 2022, Rouen Tourisme a lancé ses premières randonnées au profit de la restauration de la rose! Deux types de randonnées ont été imaginés : l'une patrimoniale et naturelle, l'autre ornithologique. Pour chacune de ces marches, des guides ont accompagné les participants pour leur donner à (re)découvrir les secrets de la ville.

À la fin de l'ascension, les 97 participants ont pu profiter d'un cocktail de la Rose, d'une assiette apéritive du restaurant Cancan et de la rose de la pâtisserie Vatelier, le tout accompagné d'une animation musicale.



Et pour finir l'année 2022 en beauté, Rouen Tourisme a remporté le coup de cœur du Jury des Trophées de la communication de Normandie dans la catégorie stratégie digitale.

# TOUS DERRIÈRE LA BOUILLE



Rouen Tourisme s'est mobilisée auprès du village de La Bouille, candidate à la célèbre émission de Stéphane Bern « Le village préféré des français » sur France 3.

Regardé par près de 3 millions de téléspectateurs chaque saison, le programme, au-delà de la mobilisation des locaux pour leur patrimoine, engendre de véritables retombées économiques grâce à une fréquentation qui peut doubler voire tripler après sa diffusion. Chiffres d'affaires en hausse pour les commerces et équipements touristiques, cette médiatisation nationale est une réelle opportunité pour l'ensemble du territoire.

Afin de soutenir cette candidature, l'équipe de Rouen Tourisme a réalisé une vidéo promotionnelle de la destination. Dans ce support, nous y décrivons ses attraits, ses atouts et invitons tous les habitants à voter.

Parmi les 14 villages sélectionnés pour cette dixième édition, le village des bords de Seine s'est hissé à **la sixième position**.



**16**  
posts



**443,9 K**  
impressions  
cumulées



**96,2 K**  
vues  
de + de 3 s.  
(sur 2 vidéos)



**28,5 K**  
interactions



**6,1 K**  
j'aime

# LES FÊTES JEANNE D'ARC



C'est avec enthousiasme que Rouen Tourisme s'est associé à la ville et aux Vitrites de Rouen à l'initiative des nouvelles Fêtes Jeanne d'Arc. La multitude d'animations a séduit plus de 160 000 excursionnistes et 75 000 touristes à majorité française.

## **FOOTING CULTUREL**

### **Au rythme de Jeanne**

Escape Game Urbain :  
Rouen Le secret de Jeanne

## **VISITE GUIDÉE**

### **Sur les pas de Jeanne**

Visite libre avec audioguide :  
Jeanne d'Arc dans les oreilles

**70 personnes ont participé  
à ces quatre activités relatives  
à la figure de Jeanne d'Arc.**

# LES BEAUX JOURS #2

**Pour cette seconde édition des « Beaux Jours » organisée le week-end des 4 et 5 juin, Rouen Tourisme a proposé une rêverie collective empreinte de poésie et de contemplation active.**

Cette année encore, ce fut l'occasion pour les habitants et les visiteurs de (re)découvrir l'ensemble des patrimoines d'exception de la Métropole et notamment les nouvelles propositions touristiques autour de la gastronomie, des arts, de la nature et de nombreux événements qui ont rythmé ce week-end festif estival.

Les équipes de Rouen Tourisme se sont donc pleinement investies pour imaginer ce programme original avec notamment la proposition d'un spectacle et de visites flashes. Une profusion d'événements proposée par de nombreux partenaires (adhérents, Réunion des Musées Métropolitains, Normandie Sites et Monuments, Métropole Rouen Normandie ville de Rouen, Label Ville Pays d'Arts et d'Histoire...) s'est ainsi déclinée sur tout le territoire de Rouen à Elbeuf, de La Bouille à Notre-Dame-de-Bondeville.



## « L'ENVOL »

Un spectacle déambulatoire signé La compagnie Remue-Ménage ! Ainsi, le grand public a pu suivre et s'émerveiller face à ces machines articulées et lumineuses en forme de hérons, iris, paons... Une balade poétique qui a enchanté ce week-end.

## « ROUEN ET LES CHEFS-D'ŒUVRE DES MUSÉES EN VISITES FLASH »

10 minutes chrono pour découvrir 6 sites clés de la capitale normande. De la Cathédrale, au Gros-Horloge en passant par le musée des Beaux-Arts, les participants ont pu découvrir sous un autre angle leurs patrimoines préférés.

## Fréquentation du week-end des Beaux-Jours (Pentecôte)

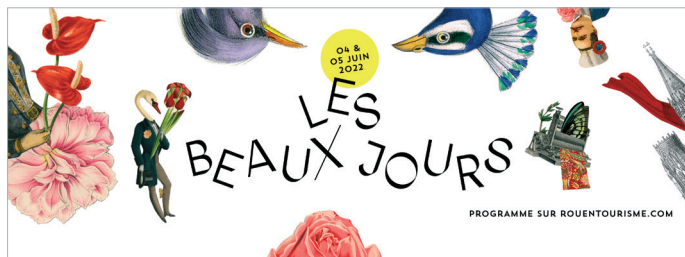


**66 000**  
excursionnistes  
(+18% vs 2021)



**36 000**  
touristes  
normands et parisiens  
(+57% vs 2021)

Une charte graphique a été spécialement créée pour assurer la promotion de cet événement.



**19**  
posts



**302 K**  
impressions  
cumulées



**96,2 K**  
vues de +  
de 3 secondes



**5 026**  
interactions



**1 357**  
j'aime



**35,3 K**  
vues



ILLUSTRATIONS : EMMANUEL PIERRE. DESIGN : CYRIL CABRY / ATELIER LE MAGNIFIQUE.

TOUT LE PROGRAMME  
SUR [ROUENTOURISME.COM](http://ROUENTOURISME.COM)



# ROUEN À TABLE AVEC LE CHEF DAMIEN

Rouen est l'unique ville française à être distinguée **ville créative par l'UNESCO** en matière de gastronomie. Les restaurateurs, les chefs du club des Toques Rouennaises, les Canardiens, les producteurs locaux sont le socle et l'avenir de ce réseau.

En s'appuyant sur son patrimoine culturel, sa convivialité, et les savoir-faire culinaires de ses commerces et artisans, Rouen Tourisme poursuit ses actions en proposant de nouvelles activités autour de la gastronomie et en produisant une série de 20 vidéos de promotion touristique de la gastronomie rouennaise.

Rouen Tourisme s'est associé à Damien Duquesne, plus connu sous le nom de **Chef Damien**, célèbre chef cuisinier, enseignant et cofondateur du site internet 750g.com.

Dix épisodes vidéo de 2 séquences chacun ont été diffusés sur les réseaux sociaux et le site internet de l'Office de Tourisme pour donner envie aux visiteurs de découvrir à leur tour le patrimoine gastronomique du territoire.

## BROCHURE ROUEN À TABLE

Les expériences touristiques gastronomiques sont au cœur des nouvelles propositions de Rouen Tourisme.

Un dépliant « **Rouen à table** » a été édité pour mettre en évidence l'ensemble des propositions touristiques telles la nouvelle visite Rouen Gourmande, la découverte du MIN, les secrets d'un chef à Jumièges, les événements festifs ainsi que les portraits des Toques Rouennaises, fers de lance de notre patrimoine gastronomique.

Support diffusé 4 000 exemplaires en français et 2 000 exemplaires en anglais.



**22**  
posts



**139,2 K**  
impressions  
cumulées



**96,2 K**  
vues de +  
de 3 secondes



**12,8 K**  
interactions



**2,9 K**  
j'aime

# LE CLUB DES TOQUES

Cette année encore, Rouen Tourisme continue d'accompagner et d'animer le Club des Toques. Diverses opérations à dimension sociale ont été organisées tout au long de l'année.

• **Soirée Alzheimer à l'Orangerie du Jardin des plantes - le 13 septembre 2022 :**

à la demande du Rotary Club les membres du club se sont investis pour préparer une soirée gastronomique pour 100 personnes.

**Goûter au service Oncologie pédiatrie**

**du CHU** avec l'association « Vie & espoir » en juin 2022. Les goûters, chers aux enfants malades mais aussi aux parents et au personnel soignant ont repris après 2 ans

d'arrêt. Les chefs tiennent à perpétuer cette action qui offre aux enfants un moment unique de partage et de rencontres.

• **Festival de la Gastronomie à Bergen du 1<sup>er</sup> au 5 septembre 2022 :**

dans le cadre de Ville créative en matière de gastronomie Rouen Tourisme était présente au Food Festival à Bergen. Le chef Philippe du restaurant « Philippe, père & fils » a animé un atelier de cuisine pour promouvoir la gastronomie de notre territoire.

• **Téléthon :** comme chaque année des soupes et des gâteaux des chefs sont vendus lors du week-end du Téléthon.



# LANCEMENT DE LA BILLETTERIE ARMADA 2023

Rouen Tourisme a travaillé dès 2022 à la promotion de l'événement Armada 2023 en France comme à l'étranger. Capitaliser sur ce rassemblement unique de voiliers permet de renforcer l'image et l'attractivité du territoire.

Pour donner suite à la signature de la convention avec l'association Armada, Rouen Tourisme a mis en vente les produits destinés au grand public, aux groupes et aux entreprises le 25 novembre 2022 sur [visiterouen.com](https://visiterouen.com) ainsi qu'auprès des conseillers de séjour de notre bureau d'accueil situé au musée des Beaux-Arts.

**Réalisation de trois brochures présentant les produits de l'Armada.**



**Conception de 5 pastilles vidéo format post et Réels.  
Lancement d'une campagne de recrutement.  
Cibles : régions parisiennes et limitrophes.  
Durée : 1 mois.**

A photograph of a half-timbered building with a dark grey roof and a large Gothic cathedral spire in the background. The building features multiple windows with blue frames and a decorative balcony. The word "PROMOUVOIR" is overlaid in large white letters across the center of the image.

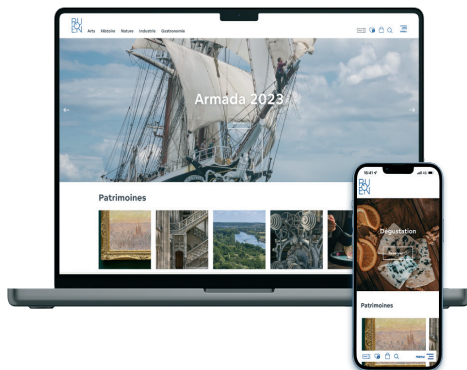
PROMOUVOIR

# NOS OUTILS EN LIGNE

## VISITEROUEN.COM

Fin 2022, Rouen Tourisme a effectué un changement de nom de domaine passant de rouentourisme.com à **visiterouen.com**. Ce changement a été opéré pour optimiser le référencement du site internet, notamment auprès de la cible internationale mais aussi pour être en ligne avec les autres destinations françaises et étrangères.

Malgré le changement de nom de domaine la perte de trafic a été limitée avec une perte de sessions d'environ 12 % par rapport à 2021.



-  1. France
-  2. Belgique
-  3. Allemagne
-  4. États-Unis
-  5. Royaume-Uni

### TOP 3 des pages les plus consultées

- 1. Page d'accueil
- 2. Agenda
- 3. Cathédrale de lumière

visiterouen.com  
**1 507 000**  
(+ 8 % vs 2021)

**87 %** de français **13 %** d'étrangers



Tablette

**3 %**



Smartphone

**70 %**



Ordinateur

**27 %**

Source : Google Analytics

# LES NEWSLETTERS



**80** newsletters envoyées  
(+ 21 %)

Un total de  
**429 000** mails  
envoyés

Taux de **délivrabilité** moyen  
**97 %**

Taux d'**ouverture** moyen  
**36,1 %**



Taux de **clik**  
**7,2 %**

**+ 1,8 K**  
nouveaux profils  
dans le CRM

Source : outil CRM SPREAD



## Nouvelle image, nouveau lieu, nouvelle identité

Rouen Normandie Tourisme & Congrès se réinvente pour devenir Rouen Tourisme. À travers 5 patrimoines d'exception la destination mise sur un tourisme gastronomique innovant et une nouvelle identité créée par le designer Philippe Apollóg.

[En savoir plus](#)



## Le festival Zigzag

Près de 40 événements sont programmés de Mantes-la-Jolie au Havre pour cette quatrième édition du festival d'architecture et des arts de l'espace, dans plus de 20 sites différents. Des formats grand public pour s'immerger dans des lieux, guidés par des architectes, des élus, des urbanistes, des paysagistes et des artistes qui mettent en récit ces espaces vivants. Profitez-en jusqu'au 16 octobre !

[Découvrir le festival](#)

## Nos activités



Tour de passe-passe avec Maurice Leblanc

[Découvrir](#)



Dîner-spectacle « IMAGINE » au SO

[Découvrir](#)



La Cathédrale, mesures et dimensions

[Découvrir](#)



## La Fête du Ventre

Avant aux fins gourmets ! Devenue un rendez-vous incontournable des amateurs de la gastronomie, la Fête du Ventre à Rouen se déroulera les 15 et 16 octobre 2022. Retrouvez le programme, les nouveautés et les informations pratiques de cette 22<sup>e</sup> édition gourmande.

[Découvrir la fête](#)



## Expositions Héroïnes

La philosophe et romancière Simone de Beauvoir est au cœur d'une des expositions de la saison Hérodote, présentée par la Réunion des Musées Métropolitains Rouen Normande. À travers cette saison, découvrez jusqu'au 6 novembre 2022 deux expositions qui mettent à l'honneur des femmes, artistes, créatrices ou personnages de fiction.

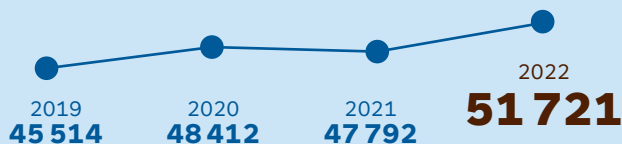
[Découvrir l'exposition](#)

# LES RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK



## ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ



Taux d'évolution par rapport à l'année 2021 **+ 8 %**

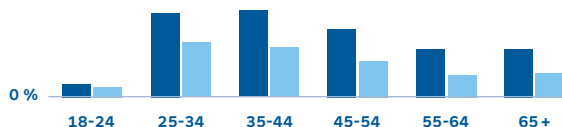
## AUDIENCE



Genre  
**63,9 %**  
de femmes



**36,1 %**  
d'hommes



### Principales villes

Ville	%
Rouen	13,4
Paris	2,7
Sotteville-lès-Rouen	1,6
Le Grand-Quevilly	1,3
Le Havre	1

### Principaux pays

Pays	%
France	80,9
Algérie	1,9
Italie	1,8
Belgique	1,3
États-Unis	1,1

Taux d'engagement moyen annuel **4,8 %**

Couverture moyenne annuelle **17 950**

Couverture totale sur l'année **1 83 194 (+ 7,3 %)**

Couverture payée **1 304 754 (- 2,9 %)**

Impressions payées **4 456 280 (- 16,7 %)**

TOP POST

Impressions

**95,6 K**



INSTAGRAM



## ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ



Taux d'évolution par rapport à l'année 2021 + 4 %

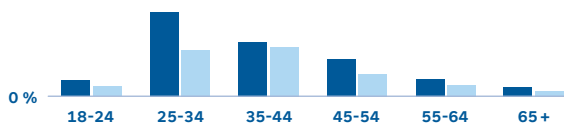
## AUDIENCE



Genre  
**63,5 %**  
de femmes



**36,5 %**  
d'hommes



### Principales villes

Ville	%
Rouen	11,6
Paris	2,8
Mont-Saint-Aignan	1,5
Sotteville-lès-Rouen	1,4
Bois-Guillaume	1,2

### Principaux pays

Pays	%
France	62,3
États-Unis	3,5
Italie	2,9
Brésil	2,2
Royaume-Uni	1,6

Taux d'engagement moyen annuel **8 %**

Couverture moyenne annuelle **1 850**

Couverture totale sur l'année **137 841 (-65,1%)**

TOP POST

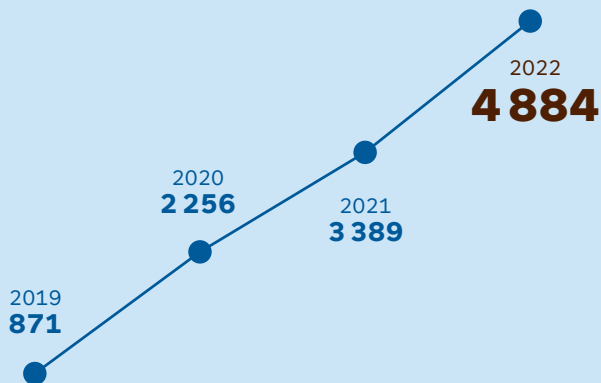
Impressions

**19,2 K**





## ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ



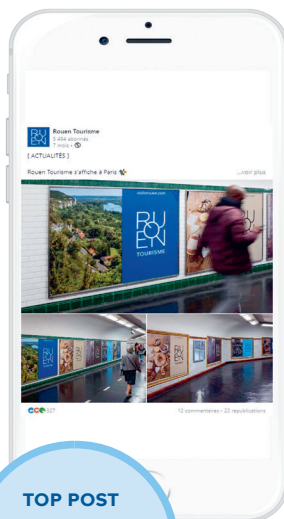
**Taux d'évolution** par rapport à l'année 2021 **+ 44 %**

### Données démographiques des abonnés

Lieu	%
Rouen et périphérie	51,8
Paris et périphérie	11
Caen et périphérie	3,2
Le Havre et périphérie	2
Lille et périphérie	< 1

**Taux d'engagement** moyen annuel **8 %**

**Couverture moyenne** annuelle **14 317**

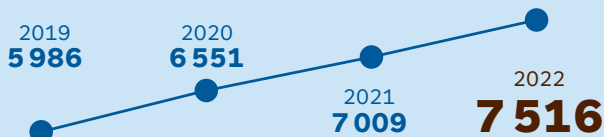


**TOP POST**  
Impressions  
**10,5 K**

TWITTER



## ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ



Taux d'évolution par rapport à l'année 2021 **+ 7 %**

Taux d'engagement moyen annuel **2,4 %**

 **9312** impressions

 **126** engagements avec le média

 **2003** vues du média

 **52** clics sur le lien

 **291** engagement totaux

 **23** retweets



**TOP POST**  
Impressions  
**9,3 K**

YOUTUBE



  
**597**  
abonnés

**32,3 K** vues enregistrées en 2022 **(+ 6 %)**

**573,9 heures** de visionnage

**+ 77** abonnés

# RELATIONS PRESSE

## PARTS DE VOIX

### L'analyse des parts de voix de Rouen sur le Web

Veille d'articles parus sur les web sur les mots clés ROUEN et TOURISME ROUEN

#### Rouen

**2 690 articles – 726 posts**

sur les réseaux sociaux  
soit **33 millions d'euros**  
de valeur de la couverture médiatique

#### Tourisme Rouen

**59 articles – 132 posts**

réseaux sociaux  
soit **1,8 millions d'euros**  
de valeur de la couverture médiatique

Source : Meltwater

## 151 ASSISTANCES PHOTOTHÈQUE ET PRESSE

### Les thématiques abordées

#### National

- Les incontournables
- Gastronomie
- L'Armada

#### International

- Les incontournables
- Impressionnisme
- Gastronomie

## PRESSE NATIONALE

### 25 ACCUEILS DE JOURNALISTES ET 30 RETOMBÉES PRESSE

#### Médias

- Des Racines et des Ailes
- Maisons Côté Ouest
- Télé 7 jours
- Météo à la Carte
- Version Femina
- Arts et Décoration
- La Voix du Nord
- Le Journal des Arts
- Europe 1
- ...

 & DES RACINES DES AILES

 CÔTÉ OUEST

 Europe 1

 LA VOIX DU NORD

 femina

 MÉTÉO À LA CARTE

#### Blogueurs – influenceurs

- Refuse to Hibernate
- Découvrir Ensemble
- Coraline et Léo
- ...

 Le Journal des Arts

 télé 7 JOURS

### Retours des journalistes français sur la destination

Les richesses de la destination sont encore méconnues. Rouen est une destination inclusive à fort potentiel de développement et la déclinaison des thématiques par patrimoine est infinie. Elle répond entièrement aux tendances actuelles et contente toutes les cibles : city break, slow tourisme, visites expérientielles, besoin de déconnexion et le tourisme de proximité.

TOP **7 JOURS**

1,40€ PROGRAMMES DU 26 MAI AU 31 JUIN 2022

RENCONTRE AVEC **MARCEL NEUBAU**, le commandant **Falaise**

**TOM CRUISE** impressionnant dans **Top Gun: Maverick**

**JULIEN COURET** Pas de pitié pour les escrocs!

**SOINS** Mon espace santé, un nouveau outil

ELLE REVIENT DANS **LE FLAMBEAU** LA SUITE DE LA FLAMME SUR CANAL+

**Leïla Bekhti**

**HILARANTE ET BOULEVERSA**

"ÊTRE BIEN ENTOURÉ, C'EST LE PLUS IMPORTANT"

+ LE MEILLEUR

**ESCAPADE en famille**

**Un jardin merveilleux**

**ROUEN, TERRE DE SAVEURS**

**En famille**

**Que rapporter?**

TOP **Magazine CÔTE OUEST**

IMMERSIONS SÉRÈNES

INTIMITÉ ET ESPRIT DES LIEUX

COIFFURES, L'ART DE THÉRAPIÈME

ROUEN OU LES IMPRESSIONS GOURMANDES EN 23 PAGES

Visiter Rouen ? Que faire le temps d'un week-end en hiver

ROUEN, L'ÉTÉ EN HIVER

DERNIÈRE VILLE 3 ÉTOILES - MARS 2022

**Visiter Rouen**

LE TEMPS DU WEEK-END EN HIVER

**LE CAHIER de L'ÉTÉ**

NOS PLUS BEAUX VILLAGES

**IL EST BON DE FLÂNER À LA BOUILLE**

NOUS REVENIR, MÊME DANS L'ANTRE DE « DEMOCRATIE DE L'ÂME » à Vervins (50) 10€

MONIQUE GÉRARD-OT met de la couleur dans nos vies (PAGE 10)

COUVERTURE: ALAN ROY

**GEO**

Voyage & Destinations Environnement Histoire Aventures Géopolitique Innovation

Actualité Voyage

**Rouen devient «ville créative de l'Unesco pour la gastronomie»**

Partenaire

SUIVRE LE THÈME



## PRESSE INTERNATIONALE

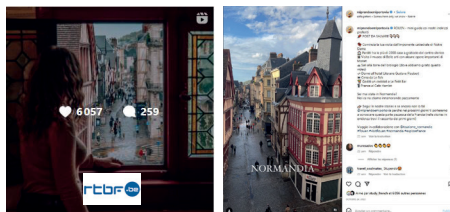
**19 ACCUEILS DE JOURNALISTES, 1 VOYAGE PRESSE ET 115 RETOMBÉES PRESSE**

### Médias

- Artsenkrant
- France Today
- RTBF
- Le club des gourmets
- The Guardian
- OP PAD
- ...

### Blogueurs / influenceurs

- Bodiek Reith
- Miprendoemiporovia
- Emeraude Trip



### Retours des journalistes étrangers sur la destination

Les patrimoines valorisés attirent les touristes dans la capitale normande. Il y a un fort intérêt pour son histoire, son architecture et également sa gastronomie, notamment grâce à la distinction ville créative en matière de Gastronomie. Les visites expérientielles et insolites attirent aussi l'intérêt de visiteurs venant du monde entier.

## LES SALONS ET WORKSHOPS

- **Workshop presse France – Paris**  
8 février 2022 - 25 rendez-vous avec la presse française.
- **Salon Rendez-Vous France – Nantes**  
22 et 23 mars 2022 - 59 rendez-vous sur les 2 jours de salon.



# PROMOTION DE LA DESTINATION

## TOURISME D'AFFAIRES

**19 au 21 avril 2022**

**Salon Heavent Meeting à Cannes**

34 contacts

**15 juin 2022**

**Salon soirée Normandie à Paris**

11 contacts

**7 septembre 2022**

**Salon festival Américain à Deauville**

Rencontre entre les 5 destinations membres du bureau des conventions

**12 octobre 2022**

**Eductour Event Days à Rouen**

10 contacts

**13 octobre 2022**

**Salon Events Days à Deauville**

16 contacts

### Top 3 des demandes

Salle de séminaires sur Rouen

Traiteur

Séminaires au vert / Activités Teambuilding



## CROISIÈRES MARITIMES ET FLUVIALES

**Seatrade Cruise global, Miami, du 25 au 28 avril 2022**

La Normandie et HAROPA PORT ont participé à nos côtés au Seatrade Cruise global de Miami. Le salon a rassemblé plus de 10 000 participants, représentant 80 compagnies de croisières et près de 500 exposants de plus de 140 pays.

**Seatrade Cruise Med Malaga, les 14 et 15 septembre 2022**

Le Seatrade Cruise Med a accueilli des dirigeants de croisières, des décideurs, des fournisseurs et des destinations de plus de 70 pays.

**Rencontres nationales du tourisme fluvial**

**Arles, les 8 et 9 novembre 2022**

Organisées tous les 2 ans, les Rencontres Nationales du Tourisme Fluvial (RNTF) rassemblent les acteurs publics et privés, français et européens, du tourisme fluvial ainsi que tous les acteurs économiques liés à la voie d'eau. Ce sont plus de 500 acteurs de la filière qui se sont rencontrés. Un formidable coup de projecteur sur notre destination, actrice du tourisme fluvial !



# NOS SUPPORTS DE COMMUNICATION

Dans le cadre de la définition du nouveau positionnement de Rouen Tourisme, l'ensemble des supports de communication a été entièrement repensé en lien avec la nouvelle identité visuelle.

Lignes éditoriales, messages, iconographies... une refonte globale qui a nécessité un vrai travail collaboratif entre l'ensemble des services mais aussi avec les partenaires, professionnels du tourisme et équipements culturels.

## ÉDITIONS

- **Plan touristique FR: 20 000 exemplaires**
- **Plan touristique GB: 7 000 exemplaires**
- **Plan touristique D: 10 000 exemplaires**
- **Flyer audioguide: 8 modèles à 2 300 exemplaires**
- **Brochure Armada: 3 modèles à 8 200 exemplaires**
- **Programme les Beaux Jours: 5 000 exemplaires**
- **Rapport d'activités 2021: 200 exemplaires**
- **Guide du partenaire: 100 exemplaires**



## UN NOUVEAU MAGAZINE DE DESTINATION POUR CONVERTIR ET FIDÉLISER

- Conçu et réalisé en collaboration avec les principaux acteurs culturels et touristiques.
- Diffusion dès mi-décembre en version digitale.
- Diffusion print auprès des hôteliers, partenaires institutionnels et culturels et principales communes de la Métropole Rouen Normandie.
- **Impression à 10 000 exemplaires (version FR).**



## UNE GAMME DE PRODUITS DÉRIVÉS BRANDÉE ROUEN TOURISME ET ABBATIALE SAINT-OUEN

### BADGE

3 €



### MICROFIBRE

Facile de garder ses lunettes  
et ses écrans au plus propre  
avec les carreaux de Rouen.

4,90 €

### CARNET DE ROUEN

Idéal pour vos notes,  
avant et après  
vos escapades.

3,90 € (64 pages)



### SUCRES DE ROUEN

La spécialité rouennaise  
par excellence, fabriquée  
au cœur de l'atelier  
Les Confiseurs.

À partir de 1,20 €

### SAC EN COTON

Fabrication française  
pour garder vos objets  
préférés au plus près  
de vous.

14,90 € (plusieurs  
coloris)





### BADGE

Le vitrail de la rose du transept sud de l'abbatiale magnifié sur ce badge de 56 mm.

5 €



### MONNAIE DE PARIS - ABBATIALE SAINT-OUEN

Une médaille de valeur à garder précieusement.

3 €



### T-SHIRT

Série limitée de tee-shirts à l'effigie de Saint-Ouen de la marque rouennaise R. (100% coton bio).

35 €



### PORTE CARTES PAUL MARIUS

Vos cartes bien rangées dans un écrin à l'effigie de la rose de Saint-Ouen de Rouen.

15 € (plusieurs modèles au choix)

La boutique Rouen  
Tourisme vous accueille  
toute l'année, esplanade  
Marcel Duchamp,  
en rez-de-jardin du musée  
des Beaux-Arts de Rouen.

# NOS CAMPAGNES DE COMMUNICATION

## CAMPAGNE MÉTROBUS PARIS

**Du 21 septembre  
au 4 octobre 2022**

**Durée : 14 jours**

**Diffusion : 134 faces**

**dans 23 stations**

**Résultat : 4 409 511 passagers  
touchés**



**/ C-MASSIFS / PARIS**  
Des réseaux couleurs impactants et géolocalisés.

GAMME IMPACT (M)

Nombre de faces : selon le réseau  
Format : 200 x 150  
Départ : selon le réseau  
Durée : 14 jours  
Tarif brut MT : selon le réseau

## CAMPAGNE MEDIAGARES PARIS

**Du 20 septembre  
au 3 octobre 2022**

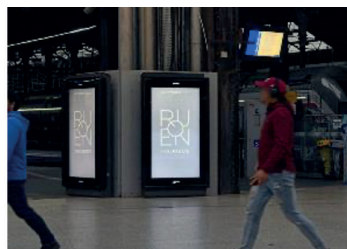
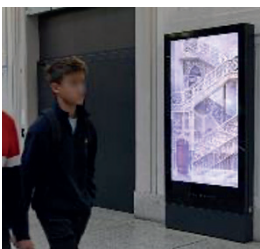
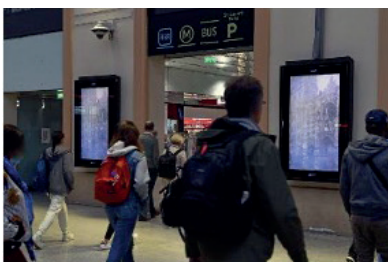
**Durée : 14 jours**

**Où : Saint-Lazare, Versailles-Chantiers, La Plaine Stade de France**

**Diffusion : 36 écrans**

**de 7 h à 10 h puis  
de 16 h à 20 h – Spot de 10 sec**

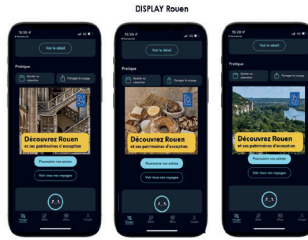
**Résultat : 115 462 logs,  
7 306 025 ODV**



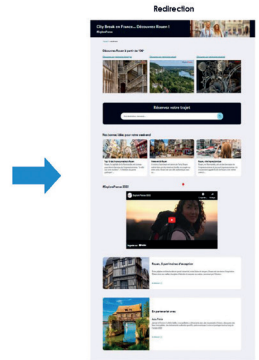
## CAMPAGNE SNCF CONNECT

**Du 21 septembre au 4 octobre 2022**  
**Campagne réalisée en partenariat avec Atout France et Normandie Tourisme.**

Bannières display valorisant les cinq patrimoines de Rouen Tourisme.  
 Campagne taguée Explore France avec un lien de redirection vers le site internet de réservation SNCF Connect.

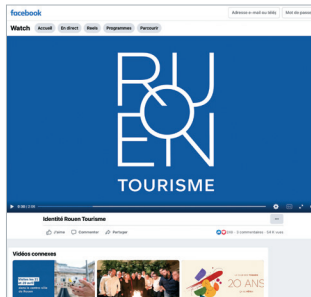
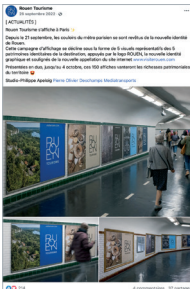
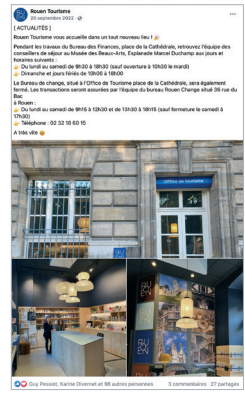


CTR : 0.17%



## CAMPAGNE DIGITALE

**Septembre 2022**  
 Dévoilement de la nouvelle identité de Rouen Tourisme dans le Cadre des journées du patrimoine.  
 Réalisation et diffusion sur les réseaux sociaux d'une vidéo explicative de la démarche créative et des choix graphiques.





# OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

# LA SAISON TOURISTIQUE

La saison touristique 2022 a tenu toutes ses promesses et redonné le sourire aux professionnels du secteur. La métropole rouennaise retrouve des niveaux de fréquentation d'avant la crise sanitaire.

## LE RETOUR DES TOURISTES ÉTRANGERS

Plus d'**1 500 000 touristes** ont été recensés sur le territoire de la Métropole du 1<sup>er</sup> mai au 31 août 2022 dont 2,5 fois plus de touristes étrangers qu'en 2021 (+ 142 %).

Comparée à 2019, année déjà exceptionnelle, 2022 enregistre + 14 % au global de touristes étrangers avec un pic de fréquentation sur les mois de juillet et août avec des hausses de + 50 % par rapport à 2019. Cette saison est plus que satisfaisante pour les acteurs du tourisme, avec un retour massif des Américains et de la clientèle européenne.

## LE SUCCÈS DES GRANDS ÉVÉNEMENTS

Le public a été au rendez-vous des **Nouvelles fêtes Jeanne d'Arc** durant le week-end de l'Ascension. La multitude d'animations a séduit plus de 160 000 excursionnistes et 75 000 touristes à majorité française.

L'autre temps fort de l'été est sans conteste la performance du **funambule Nathan Paulin qui traversait la Seine** en ouverture de la seconde édition de la Fête du Fleuve. Avec plus de 140 000 excursionnistes accueillis et 36 000 touristes (52 % français et 48 % étrangers), l'événement a attiré principalement les Seinomarins et les Franciliens.

Sans oublier le succès des **Beaux Jours**, lancement officiel de la saison touristique lors du week-end de la Pentecôte qui ont attiré 66 000 excursionnistes et 36 000 touristes normands et parisiens (59 % français et 41 % d'étrangers). La fréquentation des sites touristiques et des musées est en progression constante.

## LA REPRISE DES CROISIÈRES FLUVIALES ET MARITIMES

### LES CROISIÈRES FLUVIALES

**825 escales** comptabilisant **97 480 passagers**. Il s'agit d'une année record avec + 19 % vs 2019, un très bon signe de retour à la normale d'avant crise pour le tourisme fluvial.

### LES CROISIÈRES MARITIMES

**10 bateaux de croisières** accueillis en 2022 représentant **5 061 passagers** quand **26 escales** étaient réalisées en 2019, c'est le signe d'une reprise dans ce secteur complètement à l'arrêt au cours des deux dernières années.



# PLUS DE 4 MILLIONS DE VISITEURS



● **62 %**  
de français (2,6 M)

● **38 %**  
d'étrangers (1,6 M)



**Seine-Maritime**  
44,2 %



**USA**  
11,3 %



**Île-de-France**  
17,5 %



**Allemagne**  
6,9 %



**Eure**  
9,4 %



**Royaume-Uni**  
6,9 %

---

**Plus d'1,5 millions**  
de touristes pendant la saison touristique estivale

Source Flux Vision, solution de Big Data innovante développée par Orange, déployée sur le territoire grâce au partenariat avec SMA76 depuis 2019.

## FRÉQUENTATION DES SITES TOURISTIQUES

FRÉQUENTATION DE JANVIER À DÉCEMBRE	2022	2021	2019
Aître Saint-Maclou	673 000	NC	NC
Musée des Beaux-Arts	149 962	75 615	106 342
Historial Jeanne d'Arc	60 195	27 855	NC
Muséum d'histoire naturelle/ Musée des Antiquités/Beauvoisine	40 950	18 192	20 173
Musée Le Secq des tournelles	26 535	10 253	9 922
Fabrique des savoirs	14 717	8 580	7 048
Musée de la Céramique	12 441	5 794	7 728
Musée Industriel de la Corderie Vallois	12 070	4 125	6 949
Musée Flaubert et d'histoire de la médecine	8 596	6 144	1 771
Musée National de l'éducation	7 985	NC	3 169
Maison Natale de Pierre Corneille	5 896	3 090	NC
Musée Pierre Corneille Petit-Couronne	2 366	1 540	1 146
Musée Maritime, fluvial et portuaire	1 407	1 902	NC
Maison Sublime	1 185	NC	NC
Pavillon Flaubert	654	166	NC

Données cumulées 2022  
source « Cabinet Deloitte In Extenso »

# L'ACTIVITÉ HÔTELIÈRE

## NUITÉES HÔTELIÈRES DÉCLARÉES

**892 572**

## NOMBRE DE LITS MARCHANDS

répertoriés  
dans la Métropole Rouen Normandie  
toutes gammes confondues

**8 384**



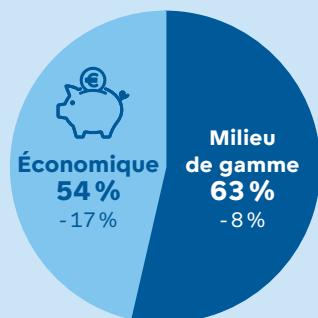
## NOMBRE DE LITS NON MARCHANDS

répertoriés  
dans la Métropole Rouen Normandie

**17 816**

## TAUX D'OCCUPATION

2022 variation vs 2019



Le parc hôtelier rouennais s'enrichit d'offres de qualité, avec les ouvertures, dans les prochains mois, d'établissements haut de gamme. Déjà en mars 2021, le Radisson Blue Hôtel 4\* a ouvert ses portes au pied du Donjon, alliant élégamment patrimoine historique et modernité, tout comme le Best Western Plus Le Conquérant 4\* sur les hauteurs de Rouen.

Au deuxième semestre 2023, un nouvel hôtel Ibis verra le jour et le Campanile Mermoz deviendra Ibis.

L'École Buissonnière poursuivra également sa transformation. Ce projet comprend des bureaux, un parc urbain, un restaurant, un hôtel 4\* Hyatt Place avec de magnifiques vues panoramiques sur le centre de Rouen et sa cathédrale.

Sur les quais de la rive gauche rouennaise, le 105 imaginé par l'architecte Marc Mimram regroupera des restaurants, un hôtel haut de gamme conçu par l'entreprise familiale Mess Family incluant deux restaurants, un bar, des espaces extérieurs, un spa et des espaces de coworking pour l'été 2023.

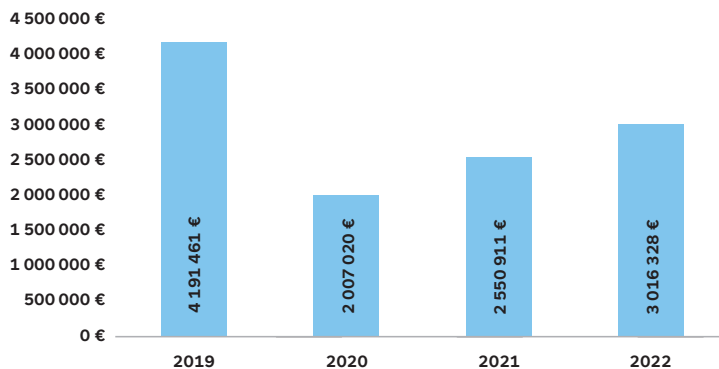
L'ancien Palais des Consuls abritera quant à lui un hôtel Novotel 4\* ainsi qu'un appart-hôtel Adagio Access 3\* et une résidence pour seniors autonomes. Ouverture prévue en 2024.

An aerial photograph of a city scene. In the upper left, a river flows through the city, with several boats docked along the banks. A road runs parallel to the river, with cars and a bus visible. To the right, there are buildings and more greenery. In the center, a church with two prominent spires is visible through the trees. The foreground is a grassy hillside where a group of about ten hikers are gathered, some with backpacks and trekking poles. The text 'COMPTES ANNUELS' is overlaid in large white letters across the middle of the image.

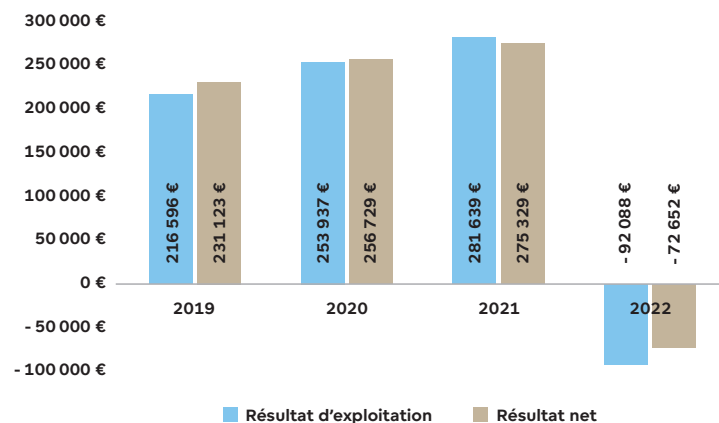
# COMPTES ANNUELS

# COMPTES ANNUELS CLOS AU 31 DÉCEMBRE 2022

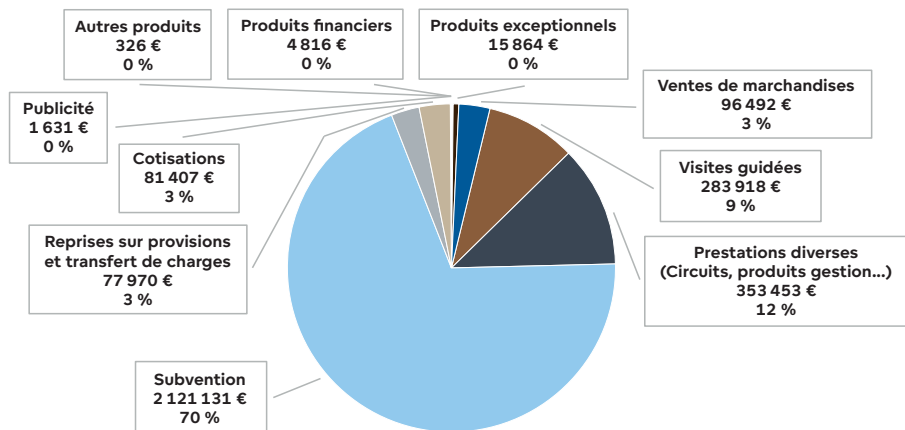
## PRODUITS D'EXPLOITATION



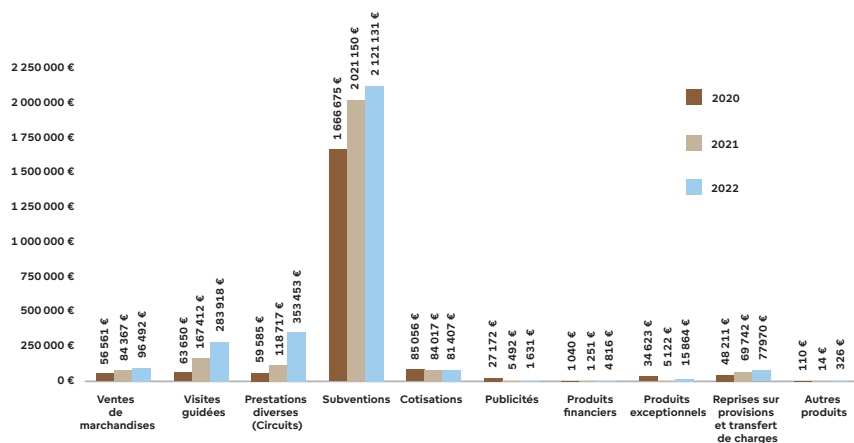
## RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET



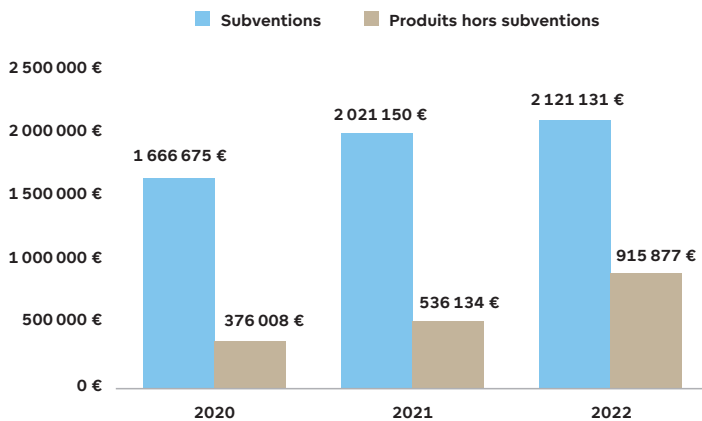
## RÉPARTITION DES PRODUITS EN 2022 : 3 037 008 €



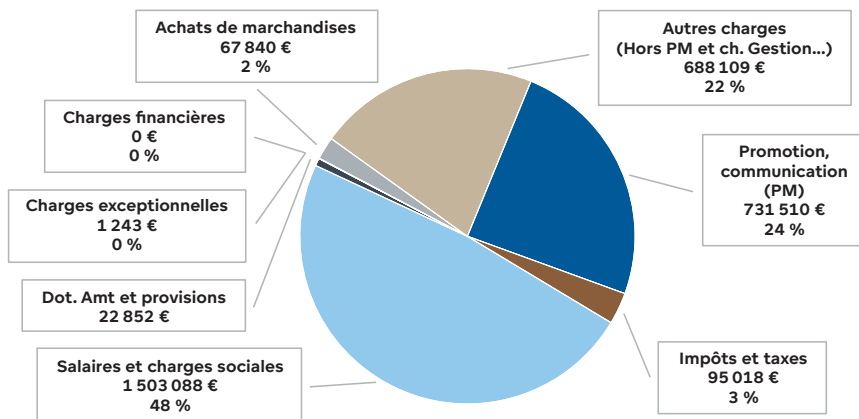
## ÉVOLUTION DES PRODUITS DE 2020 À 2022 (hors Armada)



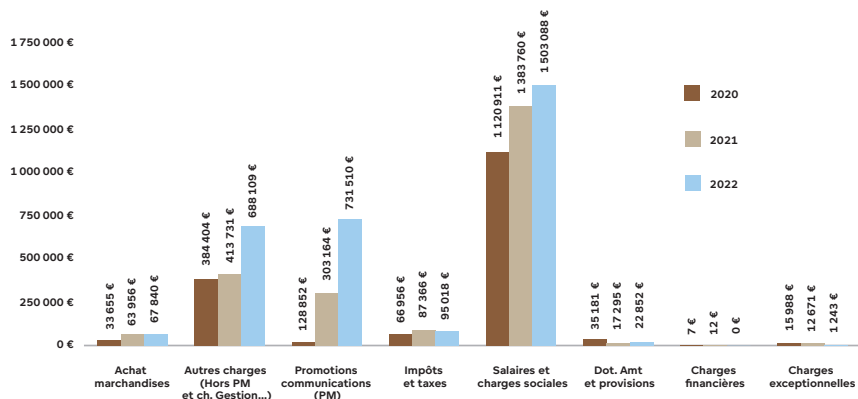
## STRUCTURE DES PRODUITS DE 2020 À 2022



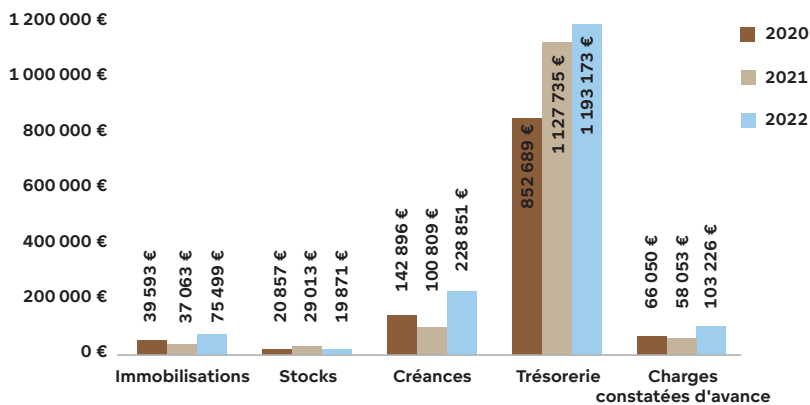
## RÉPARTITION DES CHARGES EN 2022 : 3 109 660 €



## ÉVOLUTION DES CHARGES DE 2020 À 2022 (hors Armada)



## RÉPARTITION DU BILAN ACTIF DE 2020 À 2022



**ROUEN TOURISME**  
**Rapport d'activités édité par Rouen Tourisme.**  
Directrice de la publication : Christine de Cintré -  
Directrice de la rédaction : Delphine Crocq - Direction  
artistique : Philippe Apeloig - Graphisme : Benoît Eliot/  
Octopus - Secrétariat de rédaction et iconographie :  
service communication Rouen Tourisme

2<sup>e</sup> trimestre 2023  
Impression : Iropa

# CONTACTS

## BUREAU DE ROUEN TOURISME

Musée des Beaux-Arts  
Esplanade Marcel Duchamp  
CS 30666  
76008 Rouen cedex 1  
Tél. + 33 (0)2 32 08 32 40  
accueil@rouentourisme.com  
www.visiterouen.com

### Horaires d'ouverture

Octobre à avril: du lundi  
au samedi de 9 h 30 à 18 h  
sauf mardi de 10 h 30 à 18 h  
(hors vacances scolaires,  
ouvert le dimanche:  
de 10 h à 18 h).  
Saison touristique mai  
à septembre: du lundi  
au samedi de 9 h 30 à 18 h 30  
(ouverture à 10 h 30  
le mardi).  
Dimanche et jours fériés  
de 10 h à 18 h.

## BUREAU DE JUMIÈGES TOURISME

Rue Guillaume Le Conquérant  
76480 Jumièges  
Tél. + 33 (0)2 35 37 28 97  
jumieges@rouentourisme.com  
www.visiterouen.com

### Horaires d'ouverture

Mars, avril et octobre:  
du mardi au samedi  
de 9 h 30 à 12 h 30  
et de 13 h 30 à 18 h  
(ouverture à 10 h le mardi).  
Fermé dimanche et lundi.  
Saison touristique mai  
à septembre: ouvert 7 / 7  
de 9 h 30 à 12 h 30  
et de 13 h 30 à 18 h  
(ouverture à 10 h le mardi).

## POINT D'INFORMATION TOURISTIQUE D'ELBEUF

La Fabrique des savoirs  
7 cours Gambetta  
76500 Elbeuf  
Tél. + 33 (0)2 32 96 30 40

## POINT D'INFORMATION TOURISTIQUE DE DUCLAIR

Mairie  
Place de Général de Gaulle  
76480 Duclair  
Tél. + 33 (0)2 35 05 91 50

# SUIVEZ-NOUS

[visiterouen.com](http://visiterouen.com)





**ROUEN**  
**TOURISME**

[visiterouen.com](http://visiterouen.com)