

# RAPPORT D'ACTIVITÉS 2023

RU  
EQ  
EN

TOURISME









# SOMMAIRE

## **3 ÉDITO**

## **5 L'ANNÉE 2023**

## **6 ROUEN TOURISME**

**7** Le Conseil d'Administration

**8** Nos missions / Les objectifs 2023

**9** L'équipe

## **10 FÉDÉRER**

**11** Nos adhérents

**12** Des partenaires fidèles

**13** Les éductours

## **14 ACCUEILLIR**

**15** Qualité Tourisme

**16** Accueils Rouen et Jumièges

## **18 COMMERCIALISER**

**19** Les nouvelles offres

**20** Rouen pass

**22** La commercialisation

**26** Nos nouveaux produits

**28** La boutique

**29** La location de vélos

## **30 ANIMER**

**31** L'Armada

**38** Les Fêtes Jeanne d'Arc

**40** La gastronomie à l'honneur

**44** Les collaborations

## **46 PROMOUVOIR**

**47** Nos supports de communication

**48** Nos campagnes de communication

**52** Nos outils en ligne

**55** Les réseaux sociaux

**59** Les salons et workshops

**62** Les relations presse

## **66 OBSERVATOIRE TOURISTIQUE**

**67** La saison touristique

**70** L'activité hôtelière

**71** Les croisières

**72** Fréquentation des sites touristiques

## **74 NOS COMPTES**

**75** Comptes annuels clos  
au 31 décembre 2023









**Christine de Cintré**  
Présidente  
de Rouen Tourisme

Les guides et médias internationaux reconnaissent Rouen et sa Métropole en la sélectionnant parmi les destinations incontournables à découvrir en 2024. Notre territoire a su briller grâce à une offre touristique diversifiée et attrayante. Nous avons accueilli **9,75 millions de touristes**, un nombre record de visiteurs, attirés par notre riche patrimoine culturel, nos événements animés et grand public, de l'Armada aux Fêtes Jeanne d'Arc, et notre scène gastronomique florissante. Les initiatives de promotion et de développement touristique ont porté leurs fruits, renforçant la réputation de Rouen en tant que destination incontournable.

L'année a aussi été rythmée par la candidature de Rouen en tant que Capitale Européenne de la Culture dans laquelle l'Office de Tourisme s'est fortement engagé. Cette expérience a été l'occasion de mettre en lumière la richesse culturelle et la créativité de Rouen, ainsi que notre capacité à rassembler les acteurs et à innover. Elle a également permis de renforcer notre identité culturelle et de tisser des liens précieux avec d'autres villes européennes.

En parallèle, Rouen Tourisme a renforcé sa stratégie digitale avec le lancement d'un nouveau site internet intégrant un chatbot utilisant l'intelligence artificielle et permettant de communiquer 24 h / 24, en temps réel. L'équipe a développé un véritable outil de découverte de la destination. Ce PASS, imaginé en lien avec les professionnels du tourisme, mise sur l'utilisation des mobilités douces afin d'engager des séjours plus longs et plus équilibrés sur le territoire métropolitain.

Enfin, l'Office de Tourisme a renouvelé les deux campagnes météo programmées en avant saison auprès de la clientèle de proximité. Ces campagnes massives visent à déclencher les réservations sur le territoire et développer les ailes de saison sur les vacances et les week-ends.

En cette nouvelle année, nous sommes déterminés à poursuivre sur cette lancée, en mettant en valeur nos atouts et en offrant à nos visiteurs des expériences mémorables et enrichissantes.



# L'ANNÉE 2023



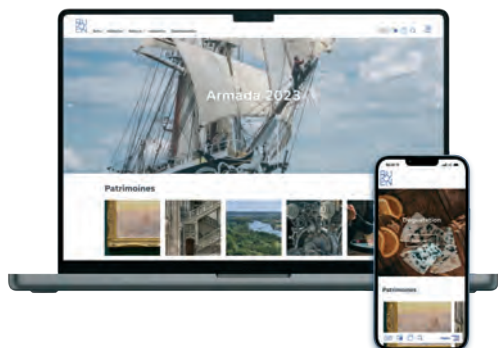
## JANVIER

Refonte du plan de destination



## FÉVRIER

Anniversaire du Club des Toques



## MARS

Lancement du nouveau site internet



## AVRIL

Rouen Tourisme s'affiche à Paris



## MAI

Nouvelle édition du Rouen à Table



## JUIN

L'Armada





## JUILLET

Reprise de la location de vélos  
à Rouen et Jumièges



## AOÛT

Lancement de nouvelles expériences  
liées au patrimoine naturel



## SEPTEMBRE

La Grande Tablée des Toques



## OCTOBRE

Diffusion du reportage  
des Racines et des Ailes



## NOVEMBRE

Commercialisation de nouveaux bons  
et cartes cadeaux



## DÉCEMBRE

Rouen 2028





# 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**

## **Les commissions 2023 avec les administrateurs et professionnels :**

- 2 commissions hôtelières
- 9 petits déjeuners avec les Toques
- 1 commission Tourisme vert éco durable et dématérialisation des supports
- 1 commission équipements fluviaux, maritimes et autocaristes

## **BUREAU DU 10 JUILLET 2023**

### **Présidente**

Christine de Cintré

### **Vice-Président**

Éric Choulant

### **Vice-Président**

Henry Decaëns

### **Vice-Président**

Philippe Coudy

### **Vice-Président**

Fabrice Antoncic

### **Secrétaire**

Josette Cheval

### **Trésorier**

Pierre-Marie Soulat

### **Assesseurs**

Laure Dufay  
Ludovic Deconihout  
Philippe Depreaux  
Jean-Yves Heyer  
Xavier Lemoine  
Matthieu Lucas  
Sileymane Sow



# 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.

## LES OBJECTIFS 2023

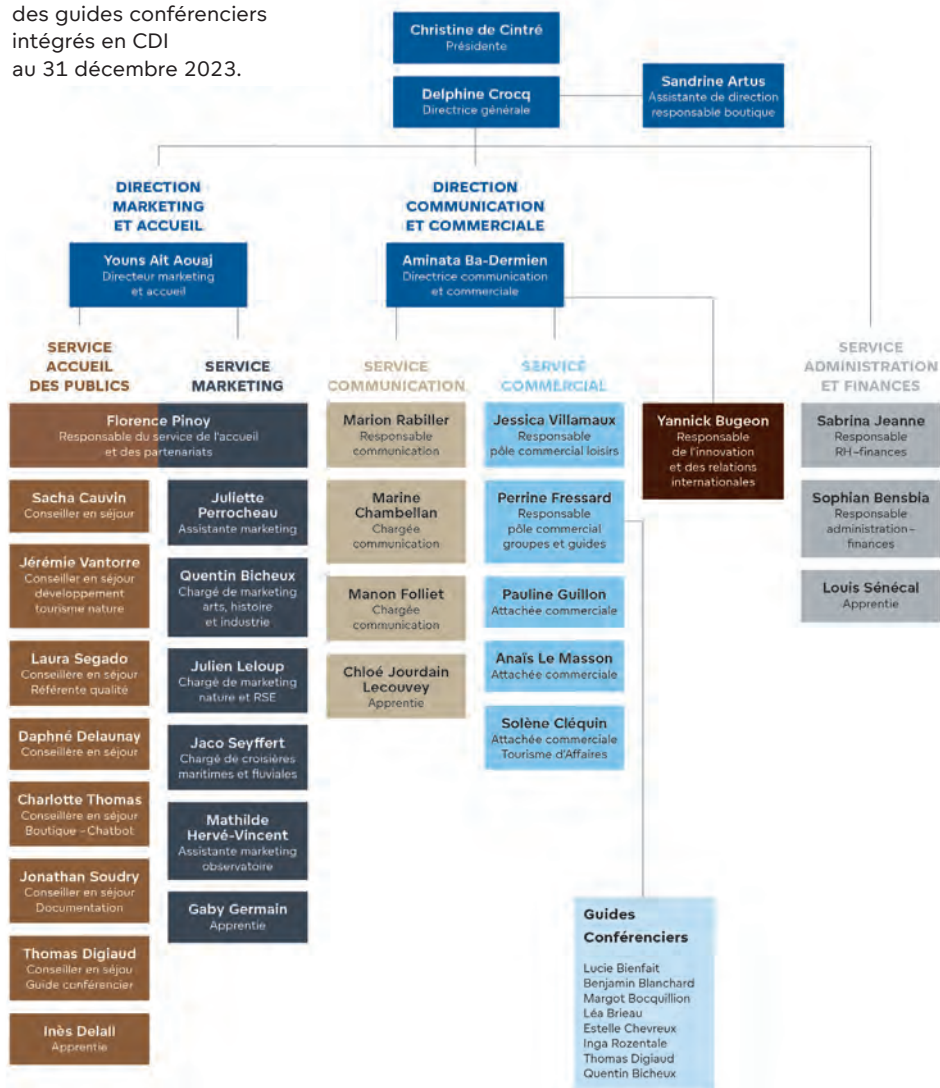
**À travers ces 5 patrimoines, la destination se positionne sur un tourisme patrimonial innovant qui s'appuie sur 5 valeurs clés : l'exemplarité, la qualité, la durabilité, la résilience et l'inclusion.**

1. La poursuite de l'implémentation de la stratégie de positionnement : continuité du déploiement des nouvelles offres autour des 5 patrimoines : arts, histoire, industrie, nature et gastronomie.
2. Le travail sur la mise en cohérence des offres, pour qu'elles soient plus adaptées au positionnement et à la demande des touristes.
3. Le déploiement de la nouvelle stratégie digitale avec la sortie du nouveau site Internet et la mise en place d'un chatbot fonctionnant sur l'intelligence artificielle pour répondre aux internautes 24 h / 24.
4. La poursuite du travail engagé sur la fidélisation avec de nouvelles propositions pour les habitants.
5. La production d'événements pour valoriser les différents types de patrimoine : événement de clôture de la saison touristique, soutien en promotion pour les fêtes Jeanne d'Arc.
6. La préparation et le déploiement de l'Armada.
7. La continuité des accueils de presse.
8. Le lancement en janvier de la nouvelle formule du pass pour les touristes.
9. La préparation du centre d'introduction à la visite de la ville en partenariat avec le label VPAH et l'université de Paris-Nanterre dans le cadre du contrat de destination impressionniste sur la partie « Expérience Monet ».
10. La participation à l'élaboration et à la mise en œuvre de la stratégie de développement touristique durable.
11. La participation aux travaux de l'Axe Seine Paris-Rouen-Le Havre sur les sujets touristiques.



# L'ÉQUIPE

Une équipe renforcée avec des guides conférenciers intégrés en CDI au 31 décembre 2023.



## Nos stagiaires accueillis en 2023

Tiffany Varin, Université de Rouen  
Alicia Piednoël, Lycée Camille Saint Saëns Rouen  
Manon Toutain, Université de Rouen  
Juliette Lebreton, Université Marne La Vallée  
Chloé Jourdain Lecouvey, Lycée Jeanne d'Arc Rouen  
Pauline Ropers, Lycée André Maurois Deauville  
Isild Odin, Université Le Havre

## Une équipe renforcée pendant l'Armada

Ambre Adam  
Alexis Delmez  
Julie Deschouvert  
Amélia Amour  
Léa Folliet  
Maréva Duval  
Ambre Florit

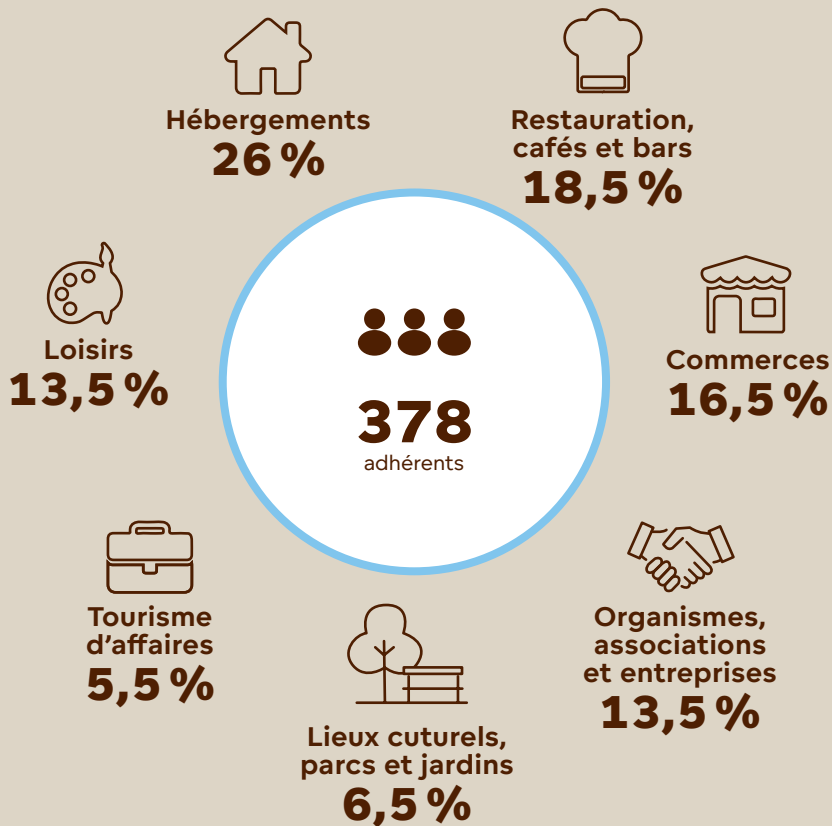




# FÉDÉRER



# 378 ADHÉRENTS NOUS FONT CONFIANCE



**77 930 € HT**

de cotisations (- 4 %)

**4 583 € HT**

de régie publicitaire



# DES PARTENAIRES FIDÈLES



## MISE EN SYNERGIE ET IMPLICATION DE NOS PARTENAIRES À TRAVERS

- La stratégie de notre nouveau positionnement autour des 5 patrimoines.
- L'Armada.
- Campagne sur les réseaux sociaux pour mettre en avant les hôteliers durant l'Armada.
- Partenariat marinières Saint-James.
- Partenariat de visibilité dans le cadre de jeux concours proposant des dotations offertes par les partenaires.
- Mise en place du Rouen Pass.
- Les 20 ans du Club des Toques.
- Shooting photos pour la campagne de notoriété EVJF.

## 2 ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS POUR LES ADHÉRENTS

- Avril : visite immersive laboratoire des Confiseurs (10 pers).
- Décembre : les animaux dans les musées (25 pers).

## 1 SOIRÉE PARTENAIRES

**170 partenaires** de Rouen Tourisme ont participé à cette soirée organisée au sein du nouvel Hangar 105, au restaurant Pintxos, qui offre une vue imprenable sur la Seine face aux plus beaux voiliers du monde. Un événement placé sous le signe de la convivialité, avec au programme un cocktail dînatoire et le feu d'artifice de l'Armada aux premières loges. La soirée a également été ponctuée d'animation organisée conjointement avec les membres de l'Association Rouen 2028 afin de sensibiliser les partenaires à l'enjeu de cette candidature.





# LES ÉDUCTOURS

**En 2023, Rouen Tourisme a poursuivi l'implémentation de nouvelles offres reflétant la richesse de ses 5 patrimoines que l'on retrouve en grande quantité et qualité sur le territoire de la Métropole Rouen Normandie.**

Afin de mieux connaître les spécificités du territoire, l'équipe de Rouen Tourisme a participé à 3 éductours ayant permis d'expérimenter les patrimoines historique, industriel et naturel. Les programmes ont été imaginés en étroite collaboration avec le label « Ville et Pays d'art et d'histoire », véritable incubateur accompagnant Rouen Tourisme dans la création de ses nouvelles visites à destination du grand public mais aussi des groupes, scolaires et entreprises.



## **Patrimoine historique**

### **Jeudi 12 janvier**

- Test des nouvelles visites :  
« Saint-Ouen La Lumineuse »  
et « Dentelle de Saint-Maclou ».
- Atelier autour des patrimoines de la destination animé par le label.

## **Patrimoine industriel**

### **Jeudi 9 mars**

- Visite de la Fabrique des savoirs.
- Visite du passé industriel de la ville d'Elbeuf.
- Dégustation du Douillon d'Elbeuf.
- Visite du musée industriel de la Corderie Vallois et de l'atelier des Confiseurs.

### **Mardi 10 octobre**

- SMÉDAR, visite de l'unité de valorisation énergétique et du centre de tri des déchets recyclables.

## **Patrimoine naturel**

### **Mardi 27 juin**

- Maison des forêts d'Orival et randonnée sur le sentier des troglodytes.
- Panorama du château Robert le Diable.
- Panorama de Barneville-sur-Seine.
- Parc de l'Abbaye de Jumièges, cueillette.
- Chèvrerie du Courtil.

## **Croisière Armada**

### **Lundi 12 juin**

- Feu d'artifice sur la Seine.





A photograph of the ruins of a large stone building, likely a cathedral or church, featuring a tall tower and multiple arches. The structure is made of light-colored stone and shows significant wear and damage. In the foreground, a dirt path leads through a grassy area towards the ruins. Several people are walking along the path, and a group is gathered near the base of the tower. The sky is blue with scattered white clouds. The word "ACCUEILLIR" is overlaid in large white capital letters across the center of the image.

# ACCUEILLIR



# ACCUEILS

## ACCUEIL ROUEN

**114 000**

visiteurs en 2023

(- 59 % vs 2022)

**38 000** demandes qualifiées

**60 %**  
français

**40 %**  
étrangers



### Top 3 Étrangers



1. Royaume-Uni **11 %**



2. Allemagne **5 %**



3. Pays-Bas **4 %**

### Top 3 France



1. Normandie **29 %**



2. Île-de-France **13 %**



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

### Top 3 des demandes

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



# ACCUEIL JUMIÈGES

## 12 744

visiteurs en 2023

(- 10 % vs 2022)

5 609 demandes qualifiées



50 %  
français

50 %  
étrangers

## Top 3 France



1. Normandie **21 %**



2. Île-de-France **6 %**



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

## Top 3 Étrangers



1. Allemagne **10 %**



2. Royaume-Uni **10 %**



3. Pays Bas **10 %**

## Top 3 des demandes

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



# COMMERCIALISER





# LES NOUVELLES OFFRES

**En 2023, Rouen Tourisme a proposé au grand public et aux groupes des nouvelles visites pour renforcer son offre autour des patrimoines gastronomique, naturel et artistique :**

- Le goût du panier.
- Vikings, bières et légendes.
- Découverte de la Seine en paddle ou kayak.
- Découverte des vignes du Mont Fortin.
- Les animaux dans les musées.



## JEU D'ENQUÊTE « LA QUÊTE D'ARSÈNE LUPIN »

À l'occasion des fêtes de fin d'année, Rouen Tourisme a également lancé son tout premier jeu de piste interactif sur les traces de Maurice Leblanc, au côté de son célèbre personnage : Arsène Lupin. Un jeu qui s'adresse aux familles, aux groupes d'amis, qu'ils soient curieux ou amateurs de jeux de catégorie escape game.





# ROUEN PASS

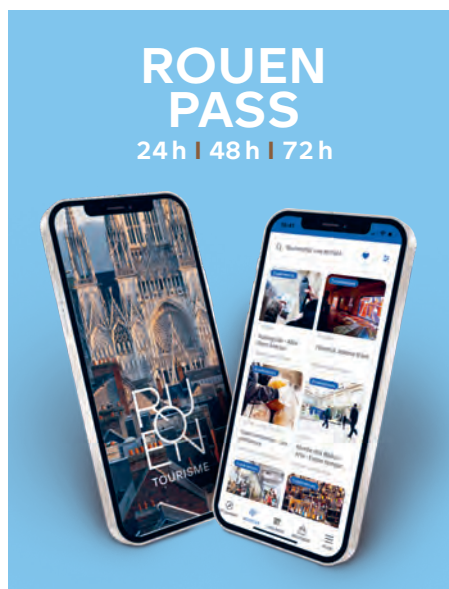
Découvrir la ville de Rouen et sa vallée de Seine à son rythme et profiter de nombreuses expériences à vivre selon ses goûts et ses envies est la promesse du Rouen PASS. Rouen PASS, c'est la possibilité de découvrir la richesse du territoire telle que des visites de sites, des expériences gastronomiques, des hébergements en utilisant les transports en commun pendant le séjour.

Rouen Tourisme a ainsi fédéré ses partenaires adhérents et institutionnels du tourisme en créant ce nouvel outil de découverte de la destination. L'objectif partagé par tous de ce PASS mise sur l'expérience touristique et l'utilisation des mobilités douces afin d'engager des séjours plus longs et plus équilibrés sur le territoire métropolitain.

**3 formules tout compris qui visent à allonger la durée de séjour des touristes sont disponibles pour découvrir la métropole de Rouen :**  
**24 h à 25 €**  
**48 h à 37 €**  
**72 h à 45 €**

**Les offres de visites et activités incluses et proposées aux titulaires du Rouen Pass :**

- La visite guidée les incontournables.
- Rallye touristique.
- L'historial Jeanne d'Arc.
- L'aitre Saint-Maclou Audioguide.
- Les confiseurs, immersion dans le laboratoire + sucre de Pomme offert et plateau dégustation.
- Le Petit train.
- Le Gros Horloge.
- Le Musée des Beaux-Arts accès à l'exposition temporaire.



**Des réductions sont aussi accordées sur présentation du Rouen Pass :**

- Réduction Donjon Espace Game.
- Réduction Visite guidée Maison Sublime.
- Réduction Explore Game Château Robert le Diable.
- Offres de réduction dans 9 hôtels de la métropole avec - 20 % sur la 2<sup>e</sup> nuitée et - 50 % sur la 3<sup>e</sup> nuitée.

**Le pass comprend également l'offre de transports en commun du Réseau de la Métropole.**

Développée par Otipass, la e-carte du PASS, en vente sur le site internet [visiterouen.com](http://visiterouen.com), est téléchargeable directement vers l'application mobile ROUEN PASS disponible et accessible sur iPhone et Android.





Nombre de pass vendus

**71**

24 h **38**

48 h **21**

72 h **14**

## Top des activités

Historial Jeanne d'Arc **29** entrées

le Gros-Horloge **22** entrées

Expositions temporaires Musée des Beaux-Arts **13** entrées

Audioguide Aître Saint-Maclou **4**

Les confiseurs **1** entrée





# QUALITÉ TOURISME

## VENTE EN LIGNE

**4,41 SUR 5**  
**1 881 ÉVALUATIONS**  
toutes catégories  
de produits confondus

### Visite à recommander à tous les...

★★★★★ de Yasmine Thiam

Date d'évaluation: 19/08/2023 15:06

Visite à recommander à tous les visiteurs.

Visite facile à réserver, tout le personnel est très compétent, serviable et d'une grande gentillesse.

### Facile à réserver, personnel...

★★★★★ de Jacqueline Errington

Date d'évaluation : 23/08/2023 05:19

Facile à réserver, personnel disponible et sympathique. Le guide s'exprimait de façon claire et avec sympathie et possédait d'énormes connaissances. Une très belle façon de connaître la ville de Rouen.



**4,2 SUR 5**  
**49 AVIS**



**Très professionnel et patient** y compris par téléphone 😊. Allez-y vous serez bien conseillé.

**Très belle ville** ayant échappé en grande partie miraculeusement aux bombardements de la libération. À visiter lentement !

## ACCUEIL

**22 réclamations enregistrées**

Sources : avis Regiondo (service de réservation et d'achat en ligne) et Google

## NOS LABELS



Depuis 2012



Depuis 2012



Depuis 2016



Depuis 2018

## NOS RÉSEAUX





# LA COMMERCIALISATION

## INDIVIDUELS

**133 252 €**

Volume d'activité (hors Armada) dont :

**60 584 €** chiffre d'affaires Rouen Tourisme

**72 668 €** volume d'activité pour le compte de partenaires



**77 %**  
online

**Canal**  
de vente



**23 %**  
comptoir accueil

Visites guidées  
**6 685** personnes  
soit **+ 26 %**

Activités  
**1 871** personnes  
soit **+ 32 %**



**10 705**  
personnes  
soit **+ 29 %**  
vs 2022

Croisières  
**1 037** personnes  
soit **- 35 %**

Billetterie  
spectacles  
**913** personnes  
soit **+ 207 %**





95 %  
français

5 %  
étrangers

### Top 3 France



1. Seine Maritime



2. Île-de-France



3. Normandie

### Top 3 Étrangers



1. Belgique



2. Canada



3. Royaume-Uni

### Top 5 des offres (en volume)

1. Les incontournables (2 410 billets)
2. La Maison Sublime (787 billets)
3. Le port de Rouen en bateau (581 billets)
4. Concert caritatif à la cathédrale (459 billets)
5. La grande tablée des toques (407 billets)



# GROUPES



## Visites guidées

Chiffre d'affaires **228 598 € HT** soit + 32 % vs 2022  
1 050 groupes (+ 16,5 %) – 35 293 participants (+ 13,2 %)



## Croisières

Chiffre d'affaires (hors Armada) **15 932 € HT**  
38 groupes – 1 604 participants



## Journées / séjours

Chiffre d'affaires (hors Armada) **133 351 €**  
87 groupes – 2 703 participants

### Top 5 des langues



1. **403** groupes en **français**



2. **194** groupes en **allemand**



3. **139** groupes en **japonais**



4. **128** groupes en **anglais**



5. **126** groupes en **italien**

### Top 5 des offres

1. Les Incontournables (2 h)
2. Les Incontournables (1 h 30)
3. La Route des Abbayes
4. Musée des Beaux-Arts, salles Impressionnistes
5. Rallye au cœur de la capitale de Normandie





## Chiffres d'affaires séminaires Armada

**225 377 € HT**

**17 séminaires - 480 participants**

## Chiffre d'affaires tourisme d'affaires (hors Armada)

Séminaire: **9 195 € HT**

Congrès: **11 514 € HT**

### L'atelier Claude Monet

Dans le cadre de la restauration de l'Hôtel des Finances, l'atelier Claude Monet n'a pas été accessible à la location durant toute l'année 2023.





# NOS NOUVEAUX PRODUITS

## MARINIÈRES SAINT JAMES ET ROUEN TOURISME

Pour femmes et hommes,  
marinière 100 % coton.

À partir de 65 €

Rouen Tourisme a poursuivi ses collaborations avec les entreprises et artisans normands. Afin de mettre à l'honneur sa nouvelle identité imaginée par le célèbre designer Philippe Apeloig, l'Office de Tourisme a fait le choix, pour sa boutique située près du Musée des Beaux-Arts, de proposer des articles qu'on ne trouve nulle part ailleurs. Sa création inspirée de la destination est fièrement apposée sur de nombreux objets.

## CABAS SAINT JAMES / GRENOUILLE ROUGE ET ROUEN TOURISME

Grand sac avec  
anses en cuir pour vous  
accompagner partout.

99 €



## CARNET ROUEN TOURISME

Un joli carnet,  
notez-y vos secrets,  
vos idées ou vos projets.

3,90 €





## PELUCHES SAINT JAMES ET ROUEN TOURISME

Le cadeau parfait  
pour les enfants.

**39€ la peluche Mouton**

**45€ la peluche Léopard**



## TOTEM ROUEN

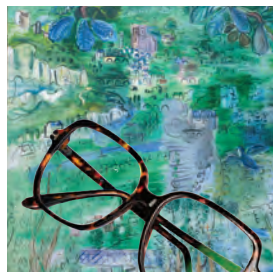
**Logo Rouen**

Design Philippe Apeloig

Format 18x20 cm.

En métal

**69€**



## ESSUIE-LUNETTES

Pour des lunettes et  
des écrans plus propres  
avec les œuvres du musée  
des Beaux-Arts.

**4,90 €**



## SUCRES DE ROUEN

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

**À partir de 1,20€**



## LA LINE

La ville de Rouen et ses incontournables  
pour décorer la maison.

**30€**

## LE PARAPLUIE DE CHERBOURG ET ROUEN TOURISME

L'anti-bourrasque est le parapluie  
le plus résistant au monde.  
Conçu en fibre de verre,  
il plie mais ne rompt pas.

**169 €**



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



# LA BOUTIQUE

Chiffre d'affaires  
**88 193 € HT**  
( - 21,8 % vs 2022\*)



**Panier  
moyen**

**9,97 €** (+ 0,78 cts)

Taux  
de transformation  
**6,97 %**

## Top 5 des ventes

1. **Carte postale** Movi Normandie **2 €**
2. **Médaille Saint-Ouen** Monnaie de Paris **3 €**
3. **Magnet classique** Rouen **3 €**
4. **Sucre de Rouen** Petit 17 g / N° 20 **1,20 €**
5. **Carte postale**, Alain Baudry 10x15 **1 €**



\* La boutique a déménagé de la place de la Cathédrale au musée des Beaux-Arts en septembre 2022.



# LA LOCATION DE VÉLOS



L'Office de Tourisme de Rouen et le Bureau d'Information Touristique de Jumièges proposent un service de location de vélos à assistance électrique, classique et enfants pour la 3<sup>e</sup> année. Ces propositions de locations répondent aux enjeux de tourisme durable pour des vacances responsables qui favorisent la mobilité douce.

En 2023, cette activité représente

**11 063 € HT**  
**Chiffre d'affaires**  
pour **219 réservations**  
du 1<sup>er</sup> mai au 31 octobre.



## Rouen

**121**  
Réservations

**59,92 €**  
Panier moyen

**111**  
Jours de sorties

## Jumièges

**98**  
Réservations

**49 €**  
Panier moyen

**114**  
Jours de sorties







ANIMER



# L'ARMADA

## FRÉQUENTATION

Le public a été au rendez-vous de cette dernière édition de l'Armada. Le programme, la qualité des animations ont séduit plus de 878 000 excursionnistes et 623 000 touristes. La part des visiteurs étrangers a augmenté représentant 28 % des visiteurs sur le territoire métropolitain ainsi que celui de nos voisins de l'Île de France et du Nord.

1,5 million de touristes et excursionnistes dans la métropole durant les 10 jours d'Armada






## UN DISPOSITIF D'ACCUEIL À LA HAUTEUR DE L'ÉVÉNEMENT

Déployées sur **7 sites d'accueil** à Rouen et à Jumièges, en centre-ville et sur les quais de Seine, les conseillers de séjour ont accueilli plus de **24 600 personnes** (26 600 en 2019). Les profils des visiteurs de points d'accueil étaient différents : plus d'étrangers place de la cathédrale quand l'accueil au Musée des beaux-arts renseignait davantage les touristes nationaux.






Le chalet à la gare remplissait pleinement sa mission d'orientation et de promotion du territoire. Quant aux deux chalets installés sur les quais rives droite et gauche, les équipes assuraient la vente de prestations touristiques en direct. Les appels téléphoniques ont également été très nombreux pendant l'Armada. Plus de **6 500 appels** répondus au total.

## TOP 5 origines des touristes

### FRANÇAIS

-  1. Seine-Maritime **26,10 %**
-  2. Île-de-France **17,50 %**
-  3. Eure **5,70 %**
-  4. Nord **4,20 %**
-  5. Calvados **2,70 %**

### ÉTRANGERS

-  1. Allemagne **8 %**
-  2. États-Unis **7,70 %**
-  3. Espagne **6,10 %**
-  4. Belgique **5,10 %**
-  5. Pays Bas **4,50 %**



# LA COMMERCIALISATION

## INDIVIDUELS

Suite à la signature de la convention avec l'association Armada, Rouen Tourisme a géré en exclusivité la vente des produits destinés au grand public : descente et montée de Seine, croisières-journée ou feux d'artifice, ou simple promenade d'une heure sur le fleuve.

Rouen Tourisme a affiché **une progression de 34 % des ventes avec 22 647 billets vendus** contre 16 852 en 2019 et 6 756 billets en 2013. Débutée fin novembre 2022, la commercialisation s'est poursuivie pendant l'événement dans les nombreux points d'accueil de Rouen Tourisme et sur le site internet, 48 % du total des ventes ayant été réalisé entre le 7 et le 17 juin.

**L'événement Armada 2023 a rencontré un vif succès. Rouen Tourisme affiche un bilan très positif avec des objectifs de billetterie largement dépassés avec 1 489 439 € de volume d'activité.**

## TOP 5 des offres grand public

Offres	Nombre de billets vendus
Croisière promenade 1 h	16 894
Croisière feu d'artifice	2 757
Croisière petit-déjeuner	1 031
Descente de Seine grande parade	464
Croisière plateau-repas	438

**1 489 439 €**

Volume d'activité lié  
à l'Armada dont :

**888 155 €** chiffre d'affaires

Rouen Tourisme

**601 284 €** volume d'activité  
pour le compte de partenaires





## GROUPE

La promotion de l'événement réalisée depuis plus de deux ans a permis d'accueillir **287 groupes soit plus de 14 000 personnes** présentes à Rouen et sur le territoire de la Métropole Rouen Normandie d'une simple journée à plusieurs jours. Ces clients étaient majoritairement français (Normandie, Île de France, Hauts de France).

**94 événements pour des entreprises** souhaitant promouvoir leur activité auprès de prospects lors de l'Armada ou souhaitant être ambassadeur du territoire en réunissant leurs collaborateurs régionaux ou nationaux à Rouen soit **4 544 personnes** ont été gérées par les équipes commerciales de Rouen Tourisme.

L'activité Groupes a été plus en recul pour cette édition.

Cela s'explique par plusieurs facteurs :

- L'augmentation des coûts de location de bateau, d'hébergements et de restauration durant cette période.
- Le phénomène national de pénurie de guides conférenciers n'a pas permis de répondre favorablement à toutes les demandes.



### Produits service Groupes Armada

**567 649 €**

(- 22% vs 2019)

**284 groupes**

(- 38% vs 2019)

**13 850 participants**

(- 26% vs 2019)





## LA COMMUNICATION

Le plan de communication en place a été très dense avec notamment l'accueil de nombreux journalistes et la programmation de diverses campagnes digitales qui ont permis de promouvoir l'événement et de booster les ventes durant plusieurs mois.

3 brochures  
éditées



### Campagnes digitales: 5 pastilles vidéo



**Période**  
de publications  
**janvier/février**  
**2023**



**23 277**  
**clics**  
sur un lien



**484 828**  
personnes ont vu la publicité.  
Les publicités ont été vues  
**1 335 269** fois



**Période**  
de publications  
**31 mai**  
**au 17 juin 2023**



**23 357**  
**clics**  
sur un lien



**285 213**  
personnes ont vu la publicité.  
Les publicités ont été vues  
**865 353** fois



## LES HÔTELIERS AUX COULEURS DE L'ARMADA

À l'occasion de l'Armada, l'Office de Tourisme s'est associé à Saint James, partenaire officiel, pour proposer à ses équipes et à l'ensemble de son écosystème, des marinières personnalisées d'un écusson rouennais. L'occasion pour Rouen Tourisme de fédérer ses partenaires et de mettre à l'honneur son nouveau logo.

Pour aller plus loin, cette marinière sur mesure a fait l'objet d'une campagne de valorisation de l'offre hôtelière du territoire. Le message: Appelez en direct!



**Période**  
de publications  
**du 10 au 31 mars**  
**2023**



**11 712**  
**clics**  
sur un lien



**275 154**  
personnes ont vu la publicité.  
Les publicités ont été vues  
**823 917** fois



## ROUEN INSTANTANÉE

Rouen Tourisme a également souhaité profiter de l'Armada, événement de référence, qui accueille des milliers de visiteurs sur le territoire, pour lancer **une opération digitale ambitieuse.**

L'objectif ? Asseoir son nouveau logo imaginé par Philippe Apeloig et encourager les habitants à se l'approprier.

Résolument moderne et audacieux, ce logo est conçu avec les cinq lettres du mot ROUEN écrites en capitales.

La lettre O est positionnée au centre de la composition rectangulaire, évoquant ainsi le centre-ville à partir duquel rayonnent les quartiers et villes alentours.

**Nous voulions donc faire de cette nouvelle marque un véritable objet collector à conserver, qui donne envie d'être accroché chez soi ou au bureau. Un emblème qui se fond dans le quotidien des Rouennais, un objet brut et authentique.**

L'équipe de Rouen Tourisme a donc imaginé la parfaite reproduction de son logo en bois. Ce totem, fabriqué en France, en **édition limitée à 5 000 exemplaires**, est une pièce de collection, unique, chaque production étant numérotée de 0000 à 5 000. Ce totem a ensuite été mis sous pli par l'ESAT du Pré de la Bataille dans une pochette en papier réalisée sur-mesure, tel un bijou dans son écrin.

Le grand public a ensuite été invité à récupérer gratuitement ce sésame dans l'un de nos points d'informations touristiques, Cathédrale ou Musée des Beaux-Arts durant les 10 jours d'Armada.

À la clé, de belles surprises et des moments privilégiés à partager tout au long de l'année !





## PLUS DE 400 PHOTOS POSTÉES AVEC LE #ROUENINSTANTANÉE



**1 teaser vidéo  
sponsorisé**  
version  
post et réels



**Instagram**  
couverture  
**30 036**  
**633 interactions**



**Facebook**  
couverture  
**60 201**  
**328 réactions**  
**115 clics**



**LinkedIn**  
**2 626**  
impressions  
**105 réactions**  
**60 clics**



**Divers posts  
et stories**  
Du 7 juin au 31 juillet



**Facebook**  
(5 posts)  
couverture  
**206 384**  
**1 657 interactions**  
**577 clics**



**LinkedIn**  
(5 posts)  
couverture  
**15 757**  
**796 réactions**  
**6 872 clics**



**Instagram**  
(55 stories)  
couverture  
**83 532**  
**530 clics**



# LES FÊTES JEANNE D'ARC

L'édition 2023 des Fêtes Jeanne d'Arc a vu sa part de touristes et d'excursionnistes étrangers augmenter par rapport à 2022.

**34 000** touristes étrangers  
soit + 10 %

**25 000** excursionnistes étrangers  
soit + 19 %

Pour cette troisième édition, la part de touristes étrangers a augmenté de 3 points avec 45 % contre 55 % pour les touristes français. Une manifestation qui attire donc de plus en plus au-delà du territoire.

Rouen Tourisme a profité des Fêtes Jeanne d'Arc pour lancer sa nouvelle visite « Vikings, bières et légendes ».

Une première expérience très positive puisque le taux de remplissage de cette visite a atteint les 100 %. Franc succès également pour l'escape game urbain et la visite guidée « sur les pas de Jeanne d'Arc » tous les deux complets sur cet événement. Enfin, le footing culturel, s'adressant à un public spécifique, a rassemblé 17 participants.



## Campagne d'affichage digital en gare Saint-Lazare

• Date : du 8 au 12 mai  
Tranche horaire de 17 h à 20 h

• Spot de 10 secondes qui tourne dans une boucle sur 30 mobiliers

• ODV (Occasion de voir) : 2 203 120







## Une opération de notoriété digitale vue par plus d'1 million d'internautes



**Date**  
du 16 avril  
au 19 mai



**Facebook**  
**6 posts**  
35 stories



**23 270**  
**clics**  
sur le lien



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



**400 384**  
personnes  
ont vu la publicité.  
Les publicités ont été vues  
**1 153 397 fois**



### Zone géographique

Normandie, Région Parisienne, Hauts de France, Belgique



# LA GASTRONOMIE À L'HONNEUR

## LE CLUB DES TOQUES

Rouen Tourisme accompagne et anime le Club des Toques. Diverses opérations ont été organisées tout au long de l'année.

## SOIRÉE UNESCO LE 11 JANVIER À L'HÔTEL DE VILLE DE ROUEN

Les chefs étaient présents lors de la soirée qui clôturait l'accueil de la **réunion annuelle du Comité français des villes créatives**. Ils ont été choisis pour leur savoir-faire, la qualité de leurs produits et leur engagement pour la transmission de leurs valeurs auprès des écoles et des institutions.

Un cocktail dînatoire, en différentes étapes gastronomiques, animé de démonstrations et de créativité, a ravi les invités des villes créatives ainsi que les ambassadeurs locaux du réseau.

## GOÛTER DES CHEFS

Donner le sourire aux enfants malades du service oncologie pédiatrie est resté un moment incontournable pour les membres du Club. En 2023, **2 goûters ont été programmés avec l'association Vie et Espoir** : les saveurs de l'été avec Benoît David et Christophe Lecourt et un avant-goût des douceurs de Noël avec Laurent Blanchard et Éric Autin.

Les chefs étaient très attendus tant par les enfants que par leurs parents et le personnel soignant.

## TÉLÉTHON

Chaque année des soupes et des gâteaux des chefs sont vendus lors du week-end du Téléthon représentant **un don de 1 100 €**.

## BROCHURE ROUEN À TABLE

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

Une deuxième édition du « Rouen à table » met en évidence l'ensemble des propositions touristiques telles la 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.





## L'ANNIVERSAIRE DU CLUB DES TOQUES

Créé à l'initiative de l'Office de Tourisme de Rouen en 2003, le Club des Toques invite les meilleurs restaurateurs et artisans de bouche à préserver le patrimoine gastronomique et à devenir les ambassadeurs de notre destination au-delà des frontières de Rouen, de la vallée de Seine et de la Normandie.

Ces 15 « Toqués » font la renommée de la destination. En plus de proposer une cuisine régionale à base de produits issus de circuits courts, le Club a également une vocation sociale, d'inclusion et de transmission du savoir-faire. La Ville de Rouen est également la première et seule ville française à avoir intégré le réseau Unesco « Ville créative » en matière de gastronomie en novembre 2021.





En mars 2023, le Club a fêté ses **20 ans** d'existence. Pour l'occasion, une campagne digitale de 2 semaines a été orchestrée pour mettre en lumière l'ensemble de ces chefs engagés.



**Période**  
de publications  
du **1<sup>er</sup>** au **20 mars**



**21**  
posts



**127,8 K**  
impressions  
cumulées



**32,8 K**  
vues  
de + de 3 s.  
(sur 18 vidéos)



**8 K**  
interactions  
cumulées



**1,5 K**  
j'aime  
et réactions



**8**  
posts



**10,1 K**  
impressions  
cumulées



**4,4 K** vues  
de + de 3 s.  
cumulées  
(sur 7 vidéos)



**154**  
clics cumulés



**268**  
j'aime  
et réactions





## LA GRANDE TABLÉE

Dans le cadre de la campagne de financement participatif pour la sauvegarde de la rose du transept sud de l'Abbatiale Saint-Ouen, Rouen Tourisme, en collaboration avec le Club des Toques et avec le soutien de la Ville de Rouen et de la Métropole Rouen Normandie, a organisé un déjeuner inédit sur la place de la Cathédrale.

Le dimanche 17 septembre, dans le cadre des Journées Européennes du Patrimoine, ce sont **407 convives** qui se sont réunis pour partager un menu aux saveurs normandes, préparé sur place, sublimé par les chefs et servis par les étudiants.

L'événement ouvert au grand public a affiché complet 3 semaines après l'ouverture de la billetterie. Au total, **4 732 € ont été reversés à la Fondation du Patrimoine** pour la restauration de l'Abbatiale Saint-Ouen. La vente des billets mais également des boissons et des produits dérivés de la boutique sur place ont permis d'atteindre ce montant.

### Provenance



**58**  
stories



**9**  
publications



**1 campagne**  
**social ads**  
générant  
**1,6 M**  
de vues



**20 K**  
interactions



**2477**  
likes



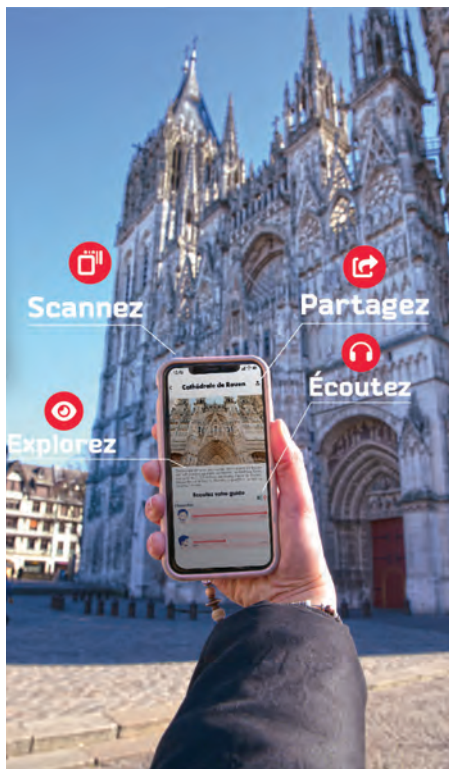
# LES COLLABORATIONS

## SHAZAM DES MONUMENTS

**Seine-Maritime Attractivité** en partenariat avec les Offices de Tourisme de **Rouen**, **Le Havre** et **Dieppe** proposent pour la première fois, à l'échelle d'un **département**, une application capable de reconnaître les monuments de leurs villes. Pour cette édition, **30 monuments** sont reconnaissables à **Rouen**, **25 au Havre** et **20 à Dieppe**, situés au centre de chaque ville.

Surnommée le « Shazam des monuments », Whatizis est une application innovante et gratuite qui permet de reconnaître les monuments. Révolutionnaire, Whatizis utilise la technologie de reconnaissance visuelle pour identifier instantanément les monuments rencontrés durant une visite.

Application téléchargeable sur Apple Store et Google Play



**Date**  
du 1<sup>er</sup> juin  
au 31 décembre



**2 119**  
Nombre de  
téléchargements



**4 331**  
Nombre de pages  
de monuments vus

### Le top des monuments les plus scannés en Seine-Maritime

1. Cathédrale Notre-Dame de Rouen
2. Le Volcan (Havre)
3. Gros-Horloge

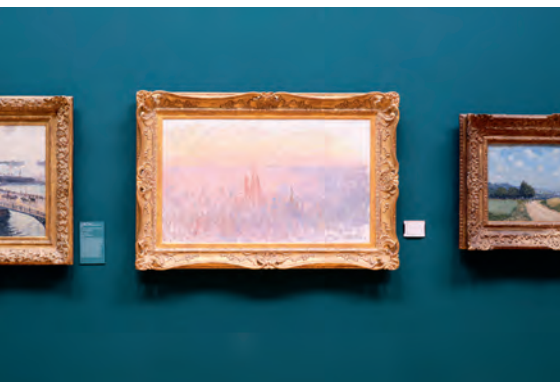
### Le top des monuments les plus scannés à Rouen

1. Cathédrale Notre-Dame de Rouen
2. Gros-Horloge
3. Église Saint-Maclou



## ROUEN 2028

Rouen Tourisme s'est fortement engagée pour soutenir **la candidature de Rouen au titre de capitale européenne de la culture** : Relais d'informations et distribution du kit communication auprès des socioprofessionnels, organisation de réunions d'échanges autour des ambitions de cette candidature, contribution à l'organisation d'événements professionnels et valorisation de cette initiative auprès de la presse et des professionnels du tourisme. La participation au 1<sup>er</sup> oral de candidature en mars 2023 devant le jury européen a permis de qualifier Rouen parmi les 4 villes retenues du 1<sup>er</sup> tour. En décembre 2023, c'est la ville de Bourges qui a été désignée Capitale Européenne de la Culture 2028. Un soutien continu, traduit tout au long de l'année, dans l'ensemble des opérations de Rouen Tourisme.



## JEU CONCOURS EN PARTENARIAT AVEC LE MUSÉE DU LUXEMBOURG

Le Musée du Luxembourg a présenté du 15 mars au 16 juillet 2023 une **exposition inédite dédiée à Léon Monet, le frère oublié de Claude**. L'exposition a réuni une centaine d'œuvres, parmi lesquelles des peintures et des dessins de Monet, Sisley, Pissarro et Renoir. Elle inscrit également Léon Monet dans la biographie de Claude et montre l'intérêt partagé des deux frères pour la couleur. Pour faire écho à cette exposition, c'est tout naturellement que Rouen Tourisme a imaginé un partenariat de visibilité via **deux jeux concours digitaux**, le premier adressé à la communauté Instagram du musée et l'autre adressé aux abonnés à sa newsletter. À la clé, un week-end pour deux à Rouen tout compris !



Base de données de  
**57 667 contacts**

Taux d'**ouverture** unique  
**20,72 %**  
(11 953)



Taux de **clic** unique  
**4,84 %**

Nombre de participants  
après dédoublennage  
**2 280**

Jeu Instagram  
du 3 au 7 juillet  
**262 participants**





PROMOUVOIR

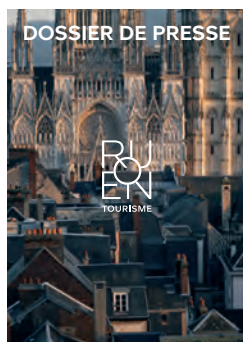


# NOS SUPPORTS DE COMMUNICATION

En 2023, Rouen Tourisme a poursuivi la refonte de ses supports de communication tout en assurant une impression en grand volume pour assurer la promotion et le renseignement auprès des visiteurs de l'Armada.

## ÉDITIONS

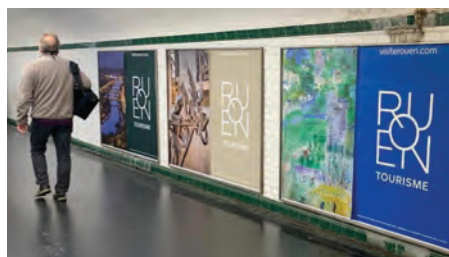
- Plans touristiques FR: 75 000 ex
- Plans touristiques GB: 40 000 ex
- Plans touristiques NL: 10 000 ex
- Plans touristiques IT: 10 000 ex
- Plans touristiques ES: 10 000 ex
- Plans touristiques AL: 15 000 ex
- Magazine #2 (avril-oct): 15 000 ex
- Magazine #3 (nov-avril): 15 000 ex
- Rouen à table FR: 8 000 ex
- Brochures Groupes: 100 ex
- Brochure Scolaires: version web
- Rapport d'activité 2022: 100 ex
- Dossier de presse FR: 100 ex
- Dossier de presse GB: 50 ex





# NOS CAMPAGNES DE COMMUNICATION

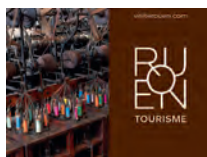
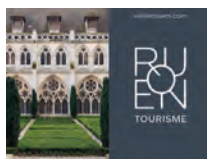
Destinées à séduire les visiteurs parisiens, premier bassin de clientèle de proximité pour les appeler à la réservation de leurs prochains week-ends et petites vacances scolaires, Rouen Tourisme poursuit ses campagnes publicitaires.



## ROUEN TOURISME S'AFFICHE À PARIS

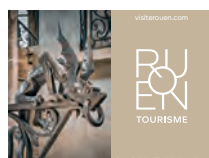
**25 millions d'utilisateurs du métro parisien ont été exposés par semaine aux campagnes d'affichage.**

Les deux campagnes d'affichage d'avril et octobre 2023 ont été déclinées sous la forme de 5 visuels représentatifs des 5 patrimoines identitaires de la destination appuyés par le logo ROUEN, la nouvelle identité graphique et soulignés de la nouvelle appellation du site internet visiterouen.com.



### Campagne printemps

### Campagne automne





## CAMPAGNE D’AFFICHAGE ROUENNAISE

Les patrimoines ont été dévoilés sur les réseaux métropolitains aux mêmes périodes, en amont des vacances scolaires de printemps et d’automne.



**Campagne  
printemps**



**Campagne  
automne**



CAMPAGNES DIGITALES

Rouen Tourisme s’est musclé sur le déploiement de sa stratégie digitale grâce à la mise en place d’un accompagnement rapproché assurée par une agence locale. En tout, **6 campagnes digitales** ont été lancées en 2023 afin d’assurer la promotion des événements du territoire (Armada, Fête Jeanne d’Arc) mais aussi développer la notoriété de la destination, prioritairement auprès du public métropolitain et franciliens. Une stratégie payante puisque Rouen Tourisme a vu progresser sa communauté Facebook de 13 % et Instagram de 14 %, un record !



Instagram  
+ 14 %



Facebook  
+ 13 %



SNCF CONNECT

**Dispositif explore France**  
Cette campagne de notoriété et de conversion, programmée du 20 novembre au 11 décembre 2023, a permis de valoriser, via les leviers marketing de SNCF Connect, 7 villes du pôle tourisme urbain, sur une période de 2 mois en fin d’année 2023.



683 K  
impressions



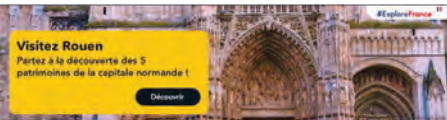
615 ventes  
de billets



1,1 K  
clics



948 visites  
sur le site





## INSERTIONS PRESSE

Parutions avril 2023

- Beaux-Arts magazine
- Télérama sortir
- Connaissances des arts





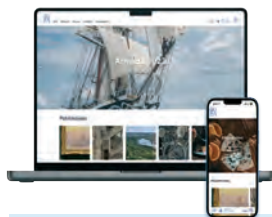
# NOS OUTILS EN LIGNE

## FRÉQUENTATION DU SITE INTERNET

**visiterouen.com**  
**1 115 624**  
sessions

La refonte du site internet de l'Office de Tourisme a pour objectif d'allonger la durée de séjour des touristes sur le territoire rouennais.

Une dynamique de création de nouveaux contenus rédactionnels, de production de nouveaux visuels, autour de la mise en valeur des 5 patrimoines de la destination, renouvelle l'image perçue par les touristes tout en offrant une meilleure expérience aux utilisateurs.



**81 %**  
français

**19 %**  
étrangers



Tablette

**3 %**



Smartphone

**70 %**



Ordinateur

**27 %**

### TOP 5 pour la France



• Île-de-France **31 %**



• Normandie **26 %**



• Hauts-de-France **7 %**



• Auvergne Rhône-Alpes **4 %**



• Nouvelle-Aquitaine **4 %**

### TOP 5 étrangers



• Allemagne **2,27 %**



• États-Unis **2,11 %**



• Royaume-Uni **1,79 %**



• Belgique **1,70 %**



• Pays Bas **1,01 %**

### TOP 5 des pages les plus consultées

1. Agenda
2. Armada
3. Visiter Rouen en une journée
4. Fêtes Jeanne d'Arc
5. Cathédrale de lumière





## UN CHATBOT ENTRE VOUS ET NOUS

Au lancement du nouveau site internet [visiterouen.com](http://visiterouen.com) de Rouen Tourisme, l'intégration d'un Chatbot sur la page d'accueil permet de communiquer 24 h / 24, en temps réel, avec l'Office de Tourisme et de conseiller les visiteurs sur les séjours à Rouen en fonction de leurs affinités.

Source : Tolk.ai

L'utilisation inédite de l'Intelligence Artificielle facilite au quotidien le travail des conseillers de séjour :

- L'Intelligence Artificielle fait du machine learning : l'IA apprend des cas et des questions des visiteurs pour apporter au fur et à mesure du temps la réponse la plus précise et la plus adaptée.
- Gérer le multilingue de manière optimale
- Réduire les appels téléphoniques et emails en apportant un premier niveau de réponse.

Depuis mars 2023, **16 765 conversations** avec plus de 25 000 messages ont été échangés sur l'outil, à **94 % en français** et 6 % en langues étrangères.

Les sujets de questionnement ont été nombreux notamment pendant l'Armada (6 600 messages).



## LES NEWSLETTERS



Nombre de **contacts**  
dans la base

**68 940**

**85** newsletters

envoyées (+ 1,33 %)

Un total de

**639 006** mails

envoyés

Taux de **délivrabilité** moyen

**95,6 %**

Taux d'**ouverture** moyen

**38,6 %**



Taux de **clic** **8 %**

(+ **0,8** points)

**+ 10 K**

nouveaux profils  
dans le CRM

Source : outil CRM SPREAD





# LES RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK



## ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ



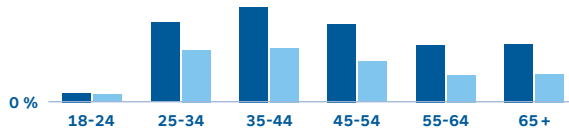
Taux d'évolution par rapport à l'année 2022 **+ 13 %**

## AUDIENCE



Genre  
**64 %**  
de femmes

**36 %**  
d'hommes



### Principales villes

	%
Rouen	12,1
Paris	3,1
Sotteville-lès-Rouen	1,7
Le Grand-Quevilly	1,2
Le Havre	1,1

### Principaux pays

	%
France	85,2
Algérie	1,6
Italie	1,6
Belgique	1,2
États-Unis	1

Taux d'engagement moyen annuel **2,6 %**

Couverture moyenne annuelle **215 157**

Couverture totale sur l'année **2 581 891 (+ 50,2 %)**

Couverture payée **13 620 (- 99 %)**

Impressions payées **14 664 (- 99,7 %)**

TOP POST  
Impressions

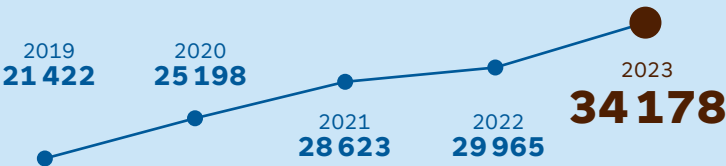
**722,7 K**







ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ

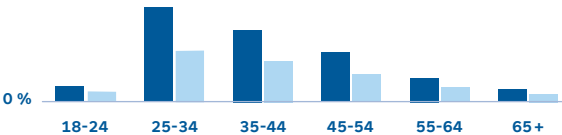


Taux d'évolution par rapport à l'année 2022 + 14 %

AUDIENCE



Genre  
**64 %**  
de femmes  
  
**36 %**  
d'hommes



Principales villes	%
Rouen	10,1
Paris	4,2
Sotteville-lès-Rouen	1,4
Mont-Saint-Aignan	1,3
Abidjan, Côte d'Ivoire	1,2

Principaux pays	%
France	63,2
États-Unis	3,5
Italie	3,2
Brésil	2,3
Royaume-Uni	1,8

Taux d'engagement moyen annuel **2 %**  
Couverture moyenne annuelle **17 816**  
Couverture totale sur l'année **213 791 (+63,6%)**  
Couverture payée **1 304 754 (-2,9%)**  
Impressions payées **4 456 280 (-16,7%)**

TOP POST  
Impressions  
**15,5 K**





## ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ



**Taux d'évolution** par rapport à l'année 2022 **+ 28 %**

### Principales villes

	%
Rouen et périphérie	53,1
Paris et périphérie	11
Caen et périphérie	3
Le Havre et périphérie	2,1
Évreux	1,4

**Taux d'engagement** moyen annuel **5,8 %**

**Couverture moyenne** annuelle **24 652**

**Couverture totale** annuelle **295 824**



**TOP POST**

Impressions

**14 K**





## ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ



Taux d'évolution par rapport à l'année 2022 **+ 6 %**

Taux d'engagement moyen annuel **0,3 %**



**9 312**  
impressions



**126**  
engagements  
avec le média



**2 003** vues  
du média



**52**  
clics sur le lien



**291**  
engagement  
totaux



**23** retweets



TOP POST

Impressions

**4 K**



# LES SALONS ET WORKSHOPS

## Rendez-vous en France les 21 et 22 mars 2023 à Paris

Événement incontournable dédié à la commercialisation internationale de l'offre touristique et commerciale de notre destination qui a permis de renouveler et de renforcer les contacts commerciaux avec les acheteurs internationaux.

- 2 journées de rendez-vous
- 80 rendez-vous planifiés
- 786 tour-opérateurs
- 67 pays représentés
- Plus de 650 exposants

En amont du salon nous avons accueilli 2 éductours :

- « Normandie Highlights » : 7 participants (Norvège, Suède, 2 Japon, États-Unis, Canada et Allemagne)
- « In the impressionist footsteps from Paris to Normandy » : 6 participants (2 Corée du Sud, 2 États-Unis, Japon, Canada)

**Thématiques phares: Les 5 patrimoines / L'Impressionnisme, Festival Normandie Impressionniste 2024 / Cathédrale de lumière / Le Patrimoine gastronomique**



## Travel France les 10 & 11 octobre 2023 à Liège et Anvers

Ce salon est incontournable pour présenter les nouveautés aux associations, clubs mais également les autocaristes, agences de voyages et Tour-opérateurs. L'occasion de renouveler et de renforcer les contacts commerciaux avec les acheteurs belges, marché prioritaire et de proximité.

- 2 journées de rendez-vous
- 54 rendez-vous à Liège et 95 à Anvers
- Table partagée

**Thématiques phares: L'Impressionnisme / Le Patrimoine gastronomique / Le Slow-tourisme et le tourisme équitable / La Seine à Vélo / Les écrivains dans la Métropole**





## **IFTM**

**du 3 au 5 octobre 2023 à Paris**

Cet événement est un salon multi-cibles qui couvre tous les motifs de déplacements : loisirs, affaires, MICE et événementiel, groupes et digital.

- 9 tour-opérateurs rencontrés de différentes nationalités : française, anglaise, américaine, allemande et japonaise

**Thématiques phares : Patrimoine historique / L'impressionnisme / La gastronomie / Le tourisme durable**

## **France Méditerranée**

**du 17 au 19 novembre 2023 à Toulon**

Ce salon a lieu tous les deux ans et regroupe 8 marchés du bassin méditerranéen : l'Espagne, l'Italie, la Grèce, l'Israël, le Moyen-Orient et la Turquie, le Moyen Orient et l'Europe centrale.

- 2 journées de rendez-vous
- 20 rendez-vous planifiés
- 95 tour-opérateurs
- 14 pays représentés : Espagne, Italie, Grèce, Portugal, Croatie, Sloénie, Monténégro, Turquie, Israël, Émirats arabes unis, Arabie Saoudite, Koweït, Qatar et Liban

**Thématiques phares : L'Histoire / L'Impressionnisme / La Gastronomie / L'hôtellerie : principalement gammes 5 et 4 étoiles**



## **Seatrade Cruise Med**

**du 6 au 8 septembre 2023 à Hambourg**

Rouen Tourisme a renouvelé sa participation au salon Seatrade Cruise Med, à la rencontre de plus de 250 exposants pour échanger sur les tendances et les opportunités de développement des activités de croisières maritimes et fluviales sur le territoire.

Comme chaque année, une multitude de conférences instructives et de nombreuses occasions de s'engager lors de réunions de réseautage afin de faire de Rouen et sa métropole une destination incontournable pour les compagnies de croisières.



**Éductour de l'Ambassador Cruise Line  
les 29 et 30 novembre 2023**

**Participants: 30 agents de voyage  
du Royaume-Uni et Irlande  
3 membres du siège social d'Ambassador  
Cruises  
4 représentants de Rouen Tourisme  
6 guides experts**

Cet éductour avait pour but de faire connaître aux agents de voyage les prestations et services de Rouen Tourisme et le potentiel touristique et commercial de la destination. Visites des équipements phares comme l'Historial Jeanne d'Arc, l'Aître Saint-Maclou et le musée des Beaux-Arts, dégustations de produits locaux et découverte des richesses patrimoniales... un programme complet pour séduire les croisiéristes et pérenniser nos relations avec les compagnies.

**2 workshops presse nationale**

**Workshop presse Club de la presse  
de Lyon et sa région à Lyon  
le 28 mars 2023**

Présentation des grandes actualités de Rouen pour les deux années à venir ! L'Armada 2023, les expositions Normandie Impressionniste 2024... Tant de choses à faire sur le territoire rouennais, relié à Lyon par un train direct ! En plus de ces temps d'échanges, un déjeuner 100 % normand a été organisé par Les iodés pour faire voyager les papilles des invités en Normandie.

**15 journalistes présents**

**Workshop presse S'évader en France  
à Paris  
le 5 avril 2023**

Rencontre annuelle du club presse des Offices de Tourisme de France avec les journalistes des rubriques Tourisme : échanges et promotion de la destination et de ses événements.

**25 contacts qualifiés**





# PRESSE LOCALE ET NATIONALE

## 31 ACCUEILS DE JOURNALISTES

## 32 RETOMBÉES PRESSE NATIONALE

## ET 63 EN PRESSE LOCALE

### JOURNALISTES

- Le Figaro (x 2)
- Géo Histoire
- Camping-car magazine
- L'écho touristique
- Femme Actuelle
- France Dimanche
- La Voix du Nord
- Arts et décoration
- Ouest France
- Météo à la carte (France 3)
- Belles demeures
- Rustica
- Grands reportages
- Le Guide du routard
- ...

### BLOGGEURS ET INFLUENCEURS

- Découvrir Ensemble
- La Bougeotte Française
- Nath Paris
- Seb Gordon
- Herodote.net
- Claireenfrance
- Pratique Marche Nordique

### PRESSE LOCALE

- 3 conférences de presse
- 10 communiqués de presse

## 139 ASSISTANCES PHOTOTHÈQUE ET PRESSE

### Les thématiques demandées

#### National

- Armada
- Gastronomie
- Les incontournables

#### International

- Les incontournables
- Impressionnisme
- Gastronomie







**Vanessa Zha à Olivier Poels**  
Les balades du week-end

Tout les week-ends, Vanessa Zha, Olivier Poels et Marine Quenec'h vous font découvrir quelques adresses de la région.

## L'Armada de Rouen et le poule



**Vanessa Zha à Olivier Poels** (suite de la page 102)

Gastronomie, loisirs... Chaque week-end à 6h20, Olivier Poels et Vanessa Zha vous présentent un produit, un producteur et tous les bons plans pour (re)découvrir une région.



## DES RACINES ET DES AILES

### PASSION PATRIMOINE

« La France vue d'en Haut »

Diffusé le 25 octobre sur France 3.  
Valorisation de la restauration de l'Abbatiale Saint-Ouen, incarnée par Charlotte Hubert, l'architecte des Monuments historiques.



**1,77 million**  
de téléspectateurs



# PRESSE INTERNATIONALE

Plusieurs grands titres de presse et célèbres guides de voyage anglophones ont sélectionné la Normandie comme l'une des destinations à visiter en 2024 :

- Lonely Planet: Best in Travel 2024
- The Telegraph: The best 20 places to go in 2024
- Fortune Magazine: Where to go in 2024
- Fodor's: Go list 2024 (Rouen)
- Marriott Bonvoy Traveler: The 10 best places to visit in 2024 (Rouen)
- Telegraph Travel: Five overlooked corners of France to visit in 2024 (Le Perche)
- New York Times: Rouen est une des 52 destinations à voir dans le monde en 2024

## 16 ACCUEILS DE JOURNALISTES REPRÉSENTANT 9 NATIONALITÉS

## 36 RETOMBÉES PRESSE INTERNATIONALE

### JOURNALISTES

- Wanderlust (anglophone)
- Itinerari e Luoghi (italien)
- Grijs op reis (néerlandais)
- Hessischer Rundfunk (allemand)
- Miradas Viajes (espagnol)
- NTV Japon

### BLOGUEURS / INFLUENCEURS

- Gate 309 (italien)
- Dichtbij en ver weg (belge)
- 2Foodtrippers (portugais)
- La Petite Bette (canadienne)



The Telegraph

FORTUNE

Fodor's

MARRIOTT BONVOY  
TRAVELER™

Telegraph  
TRAVEL

The New York Times

Wanderlust

Itinerari  
LUGOGHI

 grijsopreis.nl  
onze ervaring, jouw reis

hr  
hessischer  
rundfunk

MIRADAS  
VIAJERAS

05L  
NIPPON TV HOLDINGS

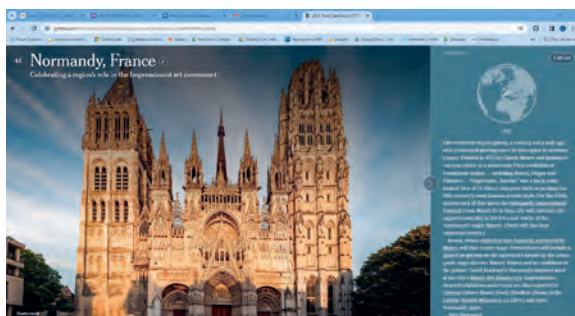
[  ] - GATE 309

DICHTBIJ & VER WEG  
leverancier van reisinspiratie

2foodtrippers

la petite bette 





For an introduction to the great 15th-century heroine and the events that caused her fame – and clarify themselves condemnation – don't miss this excellent site. It's less of a museum, and more of an immersive, theatre-like experience, where you walk through medieval corridors and watch and hear via headphones, in French, the dramatic retelling of Joan's actions, her victories, her trial that sealed her fate, and the mythologising that followed in the years after her death.





# OBSERVATOIRE TOURISTIQUE



# LA SAISON TOURISTIQUE

## 2023, UNE ANNÉE RECORD

Le dispositif d'observation touristique a évolué et intègre dorénavant le suivi statistique de fréquentation de la Métropole Rouen Normandie et des zones touristiques de La Bouille, Jumièges et Elbeuf.

## 9,75 MILLIONS DE TOURISTES SUR LA MÉTROPOLE

### DANS LA MÉTROPOLE

L'année 2023 s'achève avec un bilan touristique excellent : **9,75 millions de touristes** et **18 millions d'excursionnistes**.

La répartition des visiteurs français et étrangers, 62 % de Français (6 millions) et 38 % d'étrangers (3,7 millions) confirme le retour en force des étrangers, constaté pendant la saison estivale 2023.

### Statistiques françaises

	Nb	%
1. Seine-Maritime	2 487 609	40,80 %
2. Île-de-France	960 111	15,70 %
3. Eure	554 971	9,10 %
4. Nord	161 257	2,60 %
5. Calvados	141 733	2,30 %

### Communes Touristiques

#### Boucle de Jumièges

	Nb	%
<b>Global 2023</b>	<b>477 000</b>	<b>100 %</b>
Français	353 000	74 %
Étrangers	124 000	26 %

#### La Bouille et Boucle de Roumare

	Nb	%
<b>Global 2023</b>	<b>1 003 000</b>	<b>100 %</b>
Français	623 000	62 %
Étrangers	380 000	38 %

#### Pays d'Elbeuf

	Nb	%
<b>Global 2023</b>	<b>951 000</b>	<b>100 %</b>
Français	672 700	71 %
Étrangers	278 300	29 %

### À ROUEN

2023 est une **année record** pour la fréquentation touristique sur le périmètre de la ville de Rouen.

Les chiffres de fréquentation démontrent un réel intérêt pour la destination.

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





L'augmentation des touristes par rapport à 2022 est de **6 %**  
(+ **5 %** par rapport à 2019, année armada)

● **58 %**  
de français (2,560 M)

● **42 %**  
d'étrangers (1,866 M)



1. Seine-Maritime **41,50 %**



2. Île-de-France **18 %**



3. Eure **9,20 %**



4. Nord **2,60 %**



5. Calvados **2,20 %**



**1,9 million**  
de touristes étrangers

+ **16 %** par rapport à 2022 (1,6 M)  
et + **42 %** par rapport à 2019 (1,3 M)







## **+ 95 % de touristes américains**

(108 000 en 2019 à 210 000 en 2023)

**Les volumes de fréquentation,  
toutes nationalités confondues,  
sont exceptionnels !**

## **Top 5 nationalités**



1. USA **11,30 %**



2. Allemagne **7,70 %**



3. Royaume-Uni **7,30 %**



4. Pays-Bas **4,80 %**



5. Italie **4,40 %**



# L'ACTIVITÉ HÔTELIÈRE

## + 9 % DE TAUX D'OCCUPATION HÔTELIÈRE

Le taux d'occupation des hôtels de la métropole rouennaise atteint 69 % en 2023 contre 60 % en 2022 et 41 % en 2021.

NUITÉES HÔTELIÈRES DÉCLARÉES  
**1,12 MILLION**



NOMBRE DE LITS NON MARCHANDS  
répertoriés  
dans la Métropole Rouen Normandie

**17 816**

TAUX MOYEN D'OCCUPATION  
**69 %** en 2023  
toutes catégories confondues

Sources : INSEE, Métropole Rouen Normandie, Liwango

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** a vu le jour et le Campanile Mermoz est devenu Ibis.

L'**École Buissonnière** poursuit 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 2024.

L'ancien Palais des Consuls, qui conserve ses décors Art Déco dans ses espaces communs et de séminaires, abritera quant à lui un hôtel **Novotel 4\*** de 82 chambres, un apart-hôtel **Adagio Access 3\*** avec 75 chambres ainsi qu'un restaurant aux saveurs italiennes avec vue sur Seine.



# LES CROISIÈRES



## CROISIÈRES FLUVIALES

**9** compagnies  
de croisières fluviales

**22** bateaux



**900** escales  
comptabilisant **128 797** passagers  
soit **+31 %** vs 2022  
**+60 %** vs 2019 / **+44 %** vs 2018

Retombées économiques globales  
**70 €** par passager en escale

## CROISIÈRES MARITIMES



**11** bateaux de croisières  
accueillis en 2023  
soit **+10 %** vs 2022  
**-58 %** vs 2019 / **-58 %** vs 2018

**9 490** passagers  
soit **+87 %**

Retombées économiques globales  
**87,53 €** par passager maritime en escale





# FRÉQUENTATION DES SITES TOURISTIQUES

La visite des sites touristiques  
et des musées de la Métropole reste  
une valeur sûre pour nos visiteurs.

## TOP 4 des sites les plus visités

(hors Cathédrale Notre-Dame de Rouen,  
Abbaye Saint-Georges de Boscherville  
et Abbaye Saint-Pierre de Jumièges)

L'Aître Saint-Maclou

**704 977** visiteurs

(453 648 visiteurs en 2022)

L'église Sainte-Jeanne d'Arc

**350 131** visiteurs

(205 641 visiteurs en 2022)

Le musée des Beaux-Arts

**176 310** visiteurs

(100 999 visiteurs en 2022)

L'Historial Jeanne d'Arc

**73 975** visiteurs

(39 220 visiteurs en 2022)





SITES ET MONUMENTS	2023	2022	2021
1. Aître Saint-Maclou*	704 977	673 000	-
2. Église Sainte-Jeanne-d'Arc*	350 131	251 471	115 548
3. Musée des Beaux-Arts	176 310	149 962	75 615
4. Abbaye Saint-Pierre de Jumièges	81 618	-	
5. Abbatale Saint-Ouen*	74 649	88 026	27 289
6. Historial Jeanne d'Arc	73 975	60 195	
7. Église Saint-Maclou	72 717	46 208	43 833
8. Musée Beauvoisine	50 599	40 950	18 192
9. Musée Le Secq des Tournelles	34 338	26 535	10 253
10. Centre d'art contemporain de la Matmut - Daniel Havis	25 902	38 202	16 311
11. Gros horloge	24 803	25 639	14 705
12. Château du Taillis / Musée Août 44	23 080	19 160	-
13. Musée Industriel de la Corderie Vallois	15 425	12 070	4 125
14. Fabrique des savoirs / Centre d'archives patrimoniales - Elbeuf	15 358	14 717	8 580
15. Musée de la céramique	11 995	12 441	5 794
16. Musée Flaubert et d'histoire de la médecine	11 395	8 596	11 395
17. Maison des champs, Pierre Corneille Petit-Couronne	6 115	2 366	1 540
18. Musée Maritime, fluvial et portuaire	2 992	1 407	1 902
19. Maison Natale de Pierre Corneille	2 387	5 896	3 090
20. Pavillon Flaubert	810	654	166
21. Musée national de l'éducation	-	7 985	-
22. Le Donjon de Rouen	-	-	
23. Maison sublime	-	1 185	
24. Abbaye Saint-Georges de Boscherville	-	-	-

\* Compteur

Source : sites et monuments



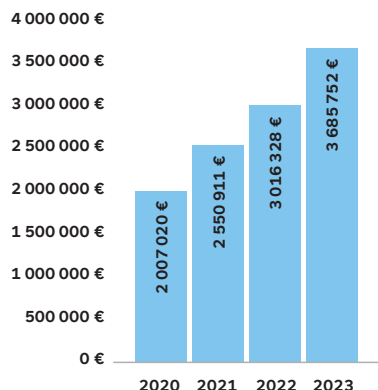
An aerial photograph showing a wide river on the left, a dense forest of green and yellow trees in the center, and a dirt path on the right. Two cyclists are riding on the path. The text "NOS COMPTES" is overlaid in the center.

# NOS COMPTES

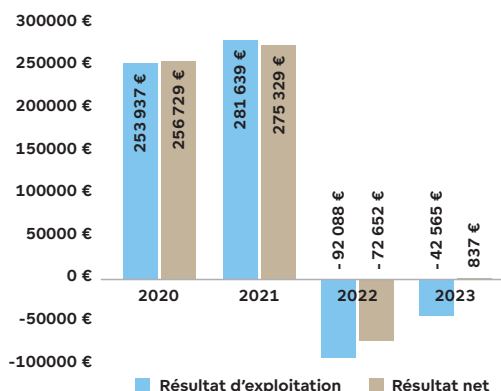


# COMPTES ANNUELS CLOS AU 31 DÉCEMBRE 2023

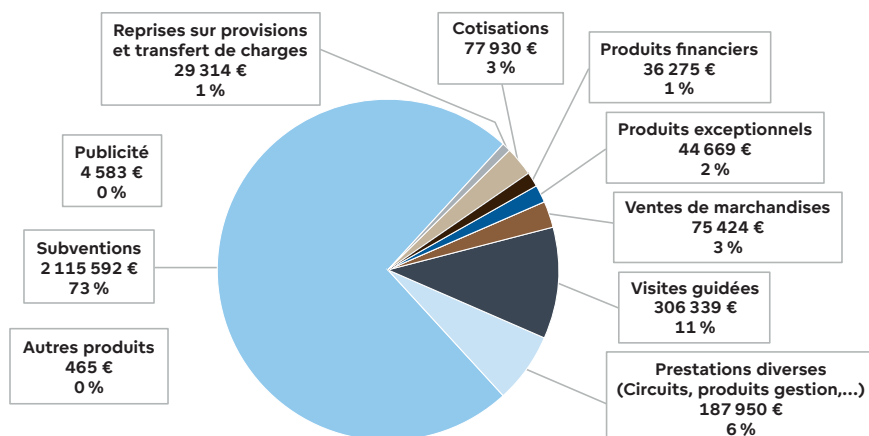
## PRODUITS D'EXPLOITATION



## RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET

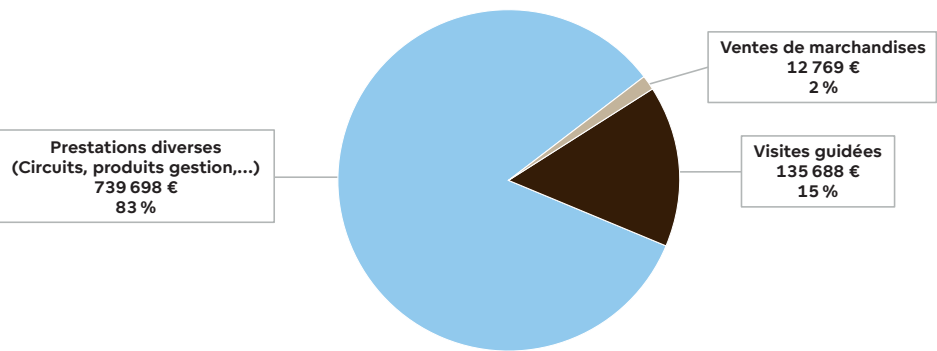


## RÉPARTITION DES PRODUITS HORS ARMADA EN 2023 : 2 878 540 €

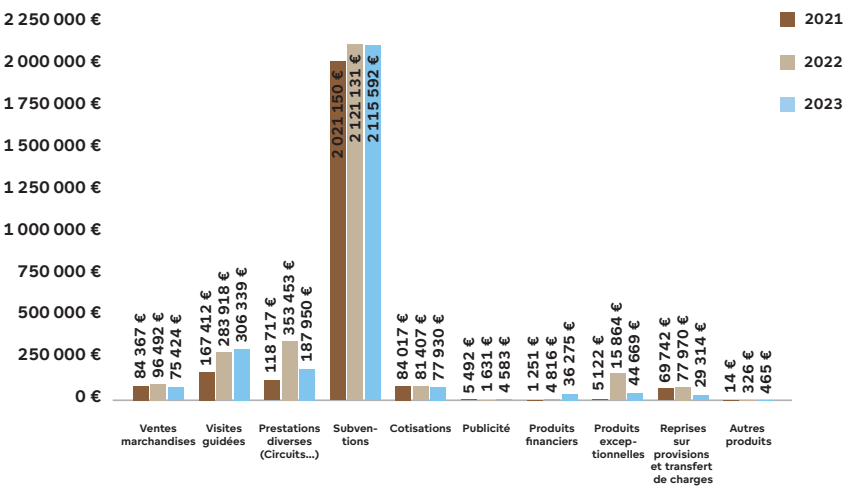




## RÉPARTITION DES PRODUITS ARMADA : 888 156 €

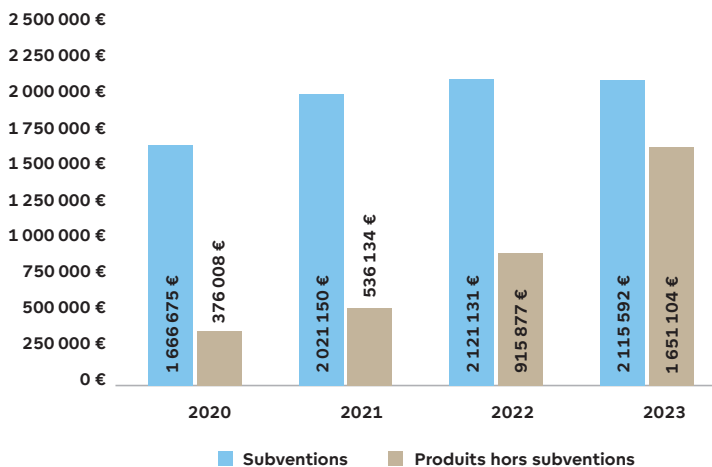


## ÉVOLUTION DES PRODUITS DE 2021 À 2023 (hors produits Armada)

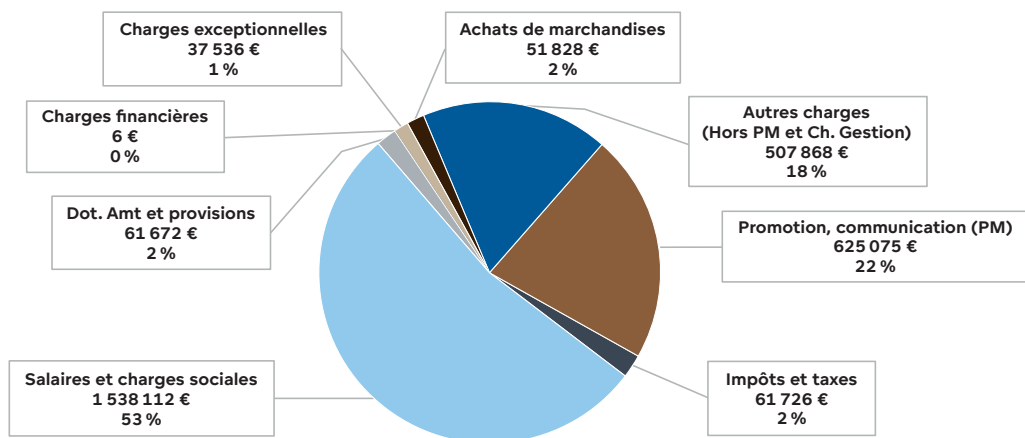




## STRUCTURE PRODUITS 2020-2023

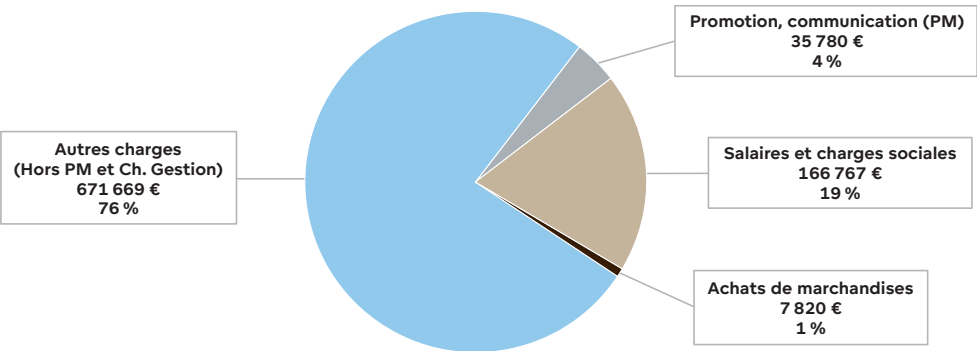


## RÉPARTITION DES CHARGES HORS ARMADA EN 2023 : 2 883 823 €

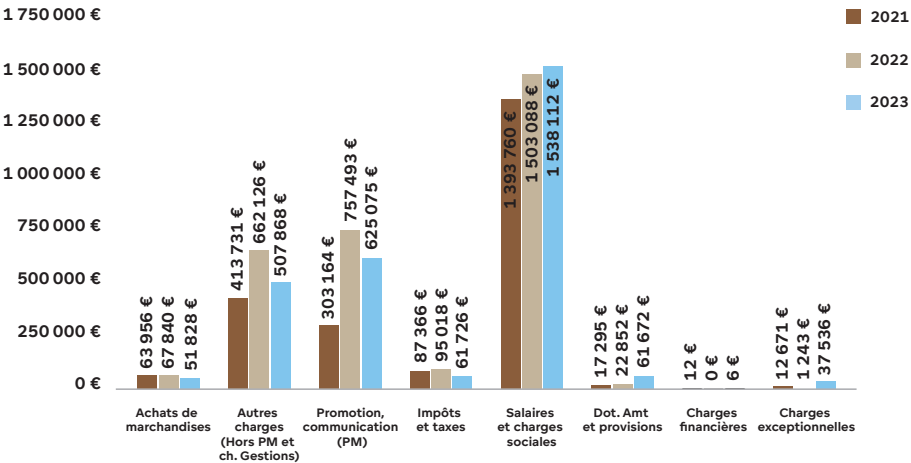




RÉPARTITION DES CHARGES ARMADA EN 2023 : 882 036 €

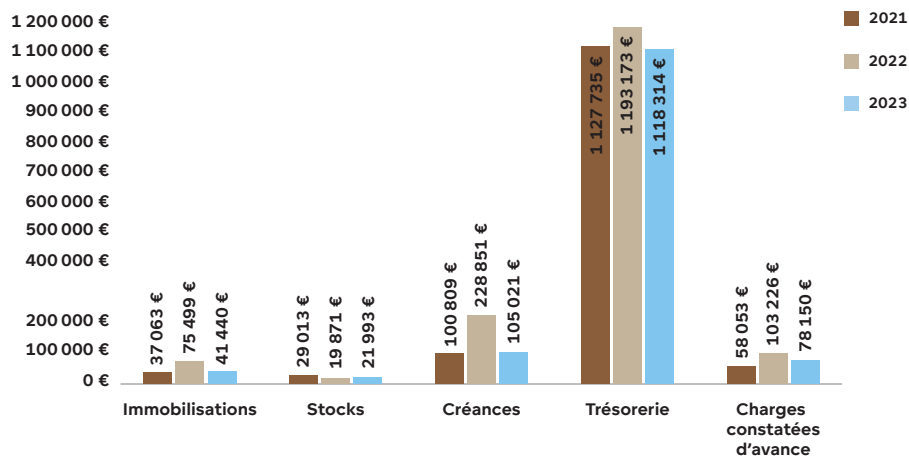


ÉVOLUTION DES CHARGES DE 2021 À 2023 (hors charges Armada)

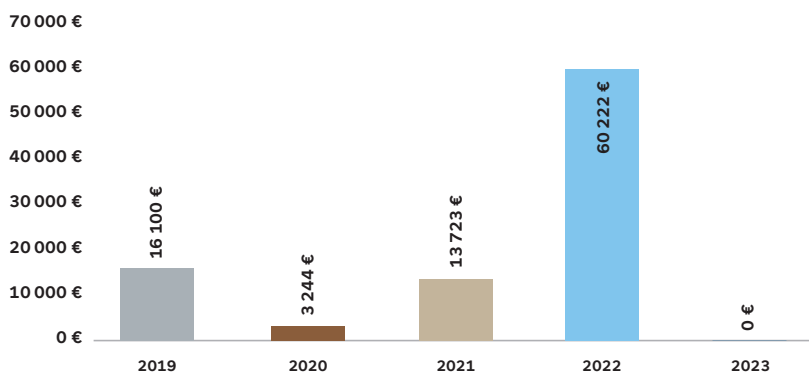




## RÉPARTITION DU BILAN ACTIF DE 2021 À 2023

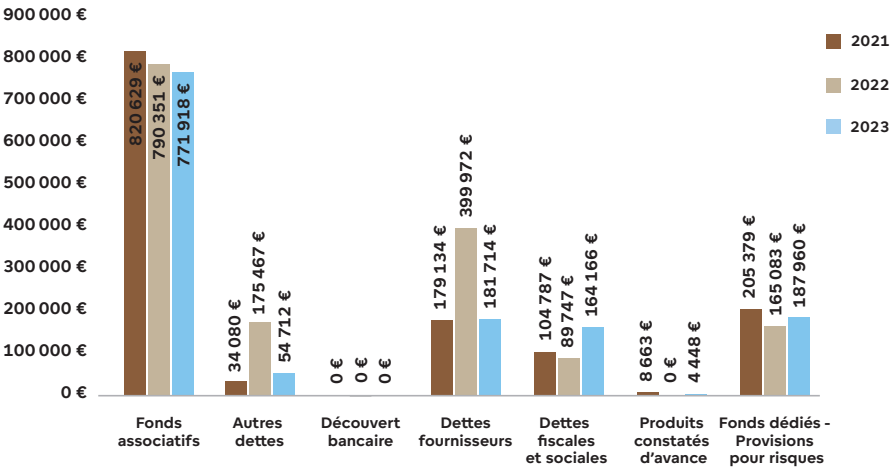


## INVESTISSEMENTS DE 2019 À 2023

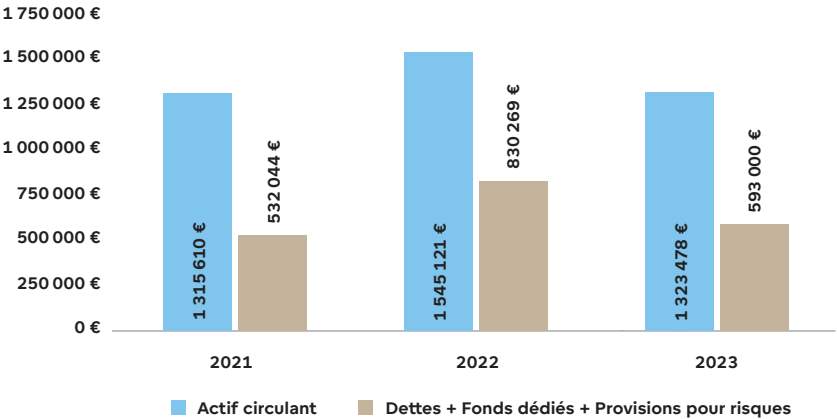




## RÉPARTITION DU BILAN PASSIF DE 2021 À 2023



## RATIO DE SOLVABILITÉ





#### 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

#### Photographies

Couverture : Refuse to hibernate  
Benoît Eliot / Octopus • David Morganti • Singuliers pluriel •  
Instapades studio • Pierre-Olivier Deschamps •  
Rouen Tourisme • Delphine Crocq • Jean-François Lange •  
Marie Anaïs Thierry • Blog Cash Pistache • Alan Aubry MRN •  
Saint James

2<sup>e</sup> trimestre 2024

Impression : Hélio service





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