

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2024

RU
EN
TOURISME

SOMMAIRE

3	ÉDITO	40	ANIMER
4	L'ANNÉE 2024	41	Le Festival Normandie Impressionniste
6	ROUEN TOURISME	44	Rouen à Table!
7	Le Conseil d'Administration	56	Les Fêtes Jeanne d'Arc
8	L'équipe	59	Les collaborations
10	Nos missions / Les objectifs 2024	62	PROMOUVOIR
16	FÉDÉRER	63	Nos supports de communication
17	Nos adhérents	64	Nos campagnes de communication
18	Des partenaires fidèles	68	Nos outils en ligne
20	ACCUEILLIR	71	Les réseaux sociaux
21	Accueil Rouen	75	Les salons et workshops
22	Accueil Jumièges	78	Relations presse
23	COMMERCIALISER	82	OBSERVATOIRE TOURISTIQUE
24	Les nouvelles offres	83	La saison touristique
28	La commercialisation	85	L'activité des hébergements
30	Rouen pass	86	Les croisières
31	La location de vélos	88	Fréquentation des sites touristiques
32	Nos nouveaux produits	90	NOS COMPTES
34	La boutique	91	Comptes annuels clos au 31 décembre 2024
35	L'audioguide		
36	Commercialisation groupes		
38	Commercialisation tourisme d'affaires		





Christine de Cintré
Présidente
de Rouen Tourisme

L'année 2024 a marqué une étape importante pour Rouen Tourisme, portée par une saison exceptionnelle et une visibilité renforcée à l'international.

Ville phare de l'Impressionnisme, Rouen a une nouvelle fois confirmé son rayonnement culturel et patrimonial. La présence des clientèles étrangères, en nette progression, a témoigné de l'attractivité grandissante de notre destination.

L'exposition de David Hockney au musée des Beaux-Arts et la création lumineuse de Bob Wilson projetée sur la Cathédrale ont constitué des temps forts du Festival Normandie Impressionniste, qui a animé l'ensemble de la Métropole. Rouen a su affirmer la force de son imaginaire, dans la lignée des grands maîtres qui l'ont inspirée.

De nombreux événements ont ponctué l'année : les festivités autour de Jeanne d'Arc, la commémoration du 80e anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie, sans oublier le passage de la flamme olympique à l'abbaye de Jumièges. La deuxième édition de La Forêt Monumentale a su séduire un large public, confirmant l'importance d'une offre artistique au cœur de la nature.

En 2024, Rouen Tourisme a poursuivi la mise en œuvre de sa stratégie de positionnement autour de cinq patrimoines d'exception : Arts, Histoire, Industrie, Nature et Gastronomie.

Ces univers ont été mis en valeur grâce à une programmation de visites riche et renouvelée, conçue par nos guides-conférenciers et médiateurs. Expériences inédites, approches insolites et thématiques variées ont permis de toucher tous les publics : familles, couples, visiteurs étrangers, habitués ou curieux.

Rouen, seule ville française labellisée Ville créative de l'UNESCO en gastronomie, a également fait rayonner son identité culinaire avec succès. Entre les créations de chefs inspirés et la convivialité de Rouen à Table !, notre territoire a offert une expérience créative et généreuse.

Ces réussites n'auraient pas été possibles sans l'implication et la passion de toutes les équipes, partenaires et acteurs locaux. Ensemble, nous avons fait de 2024 une année remarquable pour notre destination.

L'ANNÉE 2024



JANVIER

Conférence de presse bilan touristique 2023



FÉVRIER

Animation d'un atelier fresque du climat (RSE)



MARS

Enterrement sa vie de jeune fille à Rouen



AVRIL

Billetterie des expositions temporaires musée des Beaux-Arts



MAI

Déjeuner sur l'herbe au Château d'Hautot-sur-Seine



JUIN

Renouvellement de la marque Qualité Tourisme



JUILLET

Soirée des partenaires



AOÛT

Accueil au Village de la Solitaire du Figaro Paprec



SEPTEMBRE

La promesse d'un voyage à travers le temps. » 6'30 au JT de 13 h de TF1



OCTOBRE

Rouen à Table !



NOVEMBRE

Dîner des sens et des lumières orchestré par les élèves de 2^e année de l'École Fauchon



DÉCEMBRE

Soirée de remerciements des partenaires Rouen à Table ! à l'Hôtel de Ville de Rouen



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 CCI Rouen Métropole
- 1 membre nommé par Haropa Port
- 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 2024 avec les administrateurs et professionnels :

- 2 commissions hôtelières
- 6 petits-déjeuners avec les Toques
- 1 commission Tourisme vert éco durable et dématérialisation des supports
- 1 groupe qualité de destination

BUREAU DU 19 JUIN 2024

Présidente

Christine de Cintré

Vice-Président

Éric Choulant

Vice-Président

Henry Decaëns

Vice-Président

Philippe Coudy

Vice-Président

Fabrice Antoncic

Secrétaire

Josette Cheval

Trésorier

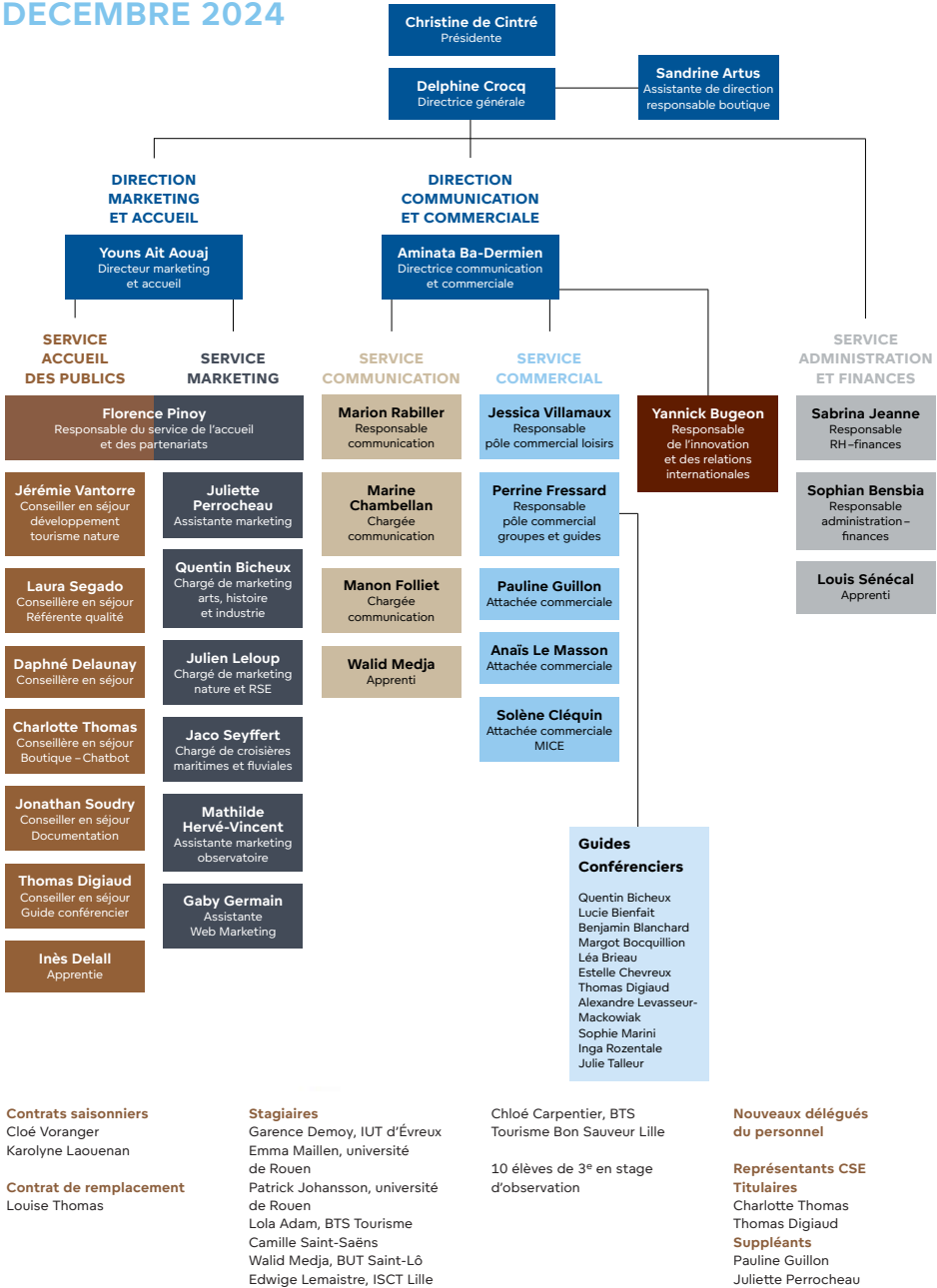
Fernando Horta

Asseseurs

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

L'ÉQUIPE

DÉCEMBRE 2024



LE BUREAU DES FINANCES

POINT D'ÉTAPE DES TRAVAUX

Le Bureau des Finances, premier bâtiment Renaissance de la ville. En 1509, Thomas Boyer, général des finances de Normandie, confia à Roulland le Roux, le soin de construire l'Hôtel des Généraux des Finances qui deviendra le Bureau des Finances. Situé face à la Cathédrale Notre-Dame, ce monument, élevé dans la première moitié du XVI^e siècle et qui présente une très riche ornementation, abrite depuis 1959 l'Office de Tourisme.

Objectif des travaux de restauration
offrir une nouvelle proposition de valeur pour l'office de tourisme

UN MONTANT GLOBAL DE 4 200 000 € HT

La première phase des travaux s'est terminée en août 2024 et a permis :

- La mise en accessibilité de l'atelier Claude Monet avec la création d'un ascenseur allant jusqu'aux combles.
- La création de sanitaires au sein du bâtiment avec un fonctionnement indépendant.

La seconde phase débutera en 2026, après une année 2025 consacrée aux études de faisabilité et de réflexions :

- 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, avec la mise en conformité relative à la sécurité incendie, l'amélioration globale du confort thermique.

- La mise en valeur extérieure par la restauration des deux façades classées au titre des Monuments Historiques.
- La création d'un espace d'introduction à la visite touristique de la Métropole et d'une expérience dédiée à Claude Monet.

Un partenariat avec l'université Paris Nanterre dans le cadre du Contrat de Destination Impressionniste

Dans le cadre d'un « atelier laboratoire », les étudiants du master en Médiation Culturelle, Patrimoine et Numérique ont eu pour objectif de réfléchir au réaménagement de l'« atelier Monet », d'enquêter sur les dispositifs numériques de médiations les plus innovants et d'élaborer leurs contenus. Sous le contrôle d'un comité scientifique, composé entre autres de Félicie Faizand de Maupeou, chercheuse et chargée de projet au sein du Programme Impressionnisme et Olivier Schuwer, chercheur post-doctoral au sein du Programme impressionnisme à l'Université Paris Nanterre, Laboratoire HAR. Leurs préconisations ont été rassemblées dans un cahier des charges livré au printemps 2024. Celui-ci permettra de lancer l'appel d'offre en 2025 en vue des travaux.

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 2024

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

Rouen Tourisme poursuit l'implémentation de sa stratégie de positionnement en s'appuyant sur les axes de développement suivants :

1. Le renouvellement de la marque qualité Tourisme avec pour enjeu principal de remettre la satisfaction du client au centre des processus.
2. La production d'événements pour valoriser les différents patrimoines dont un gastronomique dans le cadre du Festival Normandie Impressionniste.
3. Le soutien aux Fêtes Jeanne d'Arc.
4. La définition de l'Expérience Monet qui sera proposée dans l'Atelier Claude Monet avec l'Université Paris-Nanterre et les structures métropolitaines mais aussi mener une réflexion sur le nouvel aménagement de l'Office de Tourisme, place de la Cathédrale.
5. Le déploiement de nouvelles offres pour les groupes autour des 5 patrimoines.
6. La redéfinition de la proposition de valeur de l'Office de Tourisme vis-à-vis des entreprises comprenant entre autres, la création d'un kit de bienvenue notamment à destination des congressistes.
7. La poursuite du déploiement de la stratégie de communication avec des campagnes de masse dans le métro parisien, auprès du public francilien et la montée en puissance du ciblage digital vis-à-vis des régions limitrophes, celles accessibles en TGV et des pays étrangers qui se trouvent à proximité.
8. L'organisation d'un colloque sur le tourisme patrimonial innovant pour valoriser la stratégie de développement touristique de la Métropole Rouen Normandie.

CLASSEMENT, MARQUES ET LABELS

CLASSEMENT

Rouen Tourisme est un **Office de Tourisme de 1^{re} catégorie**. L'ensemble des services se mobilise chaque jour pour répondre aux attentes des visiteurs en termes d'écoute et de qualité d'information.

QUALITÉ TOURISME

Rouen Tourisme est labellisé « **Qualité Tourisme** ». Cette marque représente un gage de qualité de service pour la satisfaction du client, mais également une marque de confiance.

Ce label a pour but d'améliorer la lisibilité de l'offre touristique qualitative en constituant une garantie pour les touristes. Ce label implique des engagements de base concernant l'information et la communication, l'accueil personnalisé, les compétences du personnel, le confort des lieux et la valorisation des ressources locales.

Le renouvellement de la marque Qualité Tourisme en 2024 avait comme enjeu pour Rouen Tourisme de remettre la satisfaction du client au centre des processus. Le dossier à produire était conséquent et impactant pour l'ensemble de l'organisation sans exception. **À titre d'exemples :** Stratégie de positionnement, Stratégie d'écoute client, Plan d'action, Mode opératoire de l'ensemble des outils et process utilisés, cahier des charges (Boutique, Commercial, Adhérents..)...



RENOUVELLEMENT ET OBTENTION 2024

CLASSEMENT 1^{RE} CATÉGORIE

Classement en préfecture

MARQUE QUALITÉ TOURISME

Transversalité des services

Documents stratégiques - **488 critères**
prioritaires et secondaires pour 2 BIT

EXCELLENT SCORE

94,06 / 100

LA MARQUE TOURISME ET HANDICAP

Rouen Tourisme détient la marque **Tourisme et Handicap** depuis 2012. Cette marque prend en considération les quatre familles de handicap (auditif, mental, moteur et visuel) qui vise à développer une offre touristique adaptée et intégrée à l'offre généraliste. C'est le résultat d'une collaboration entre plusieurs acteurs : le ministère chargé du Tourisme, les professionnels du secteur, les collectivités territoriales et les associations représentant les personnes handicapées.



Accueil des personnes en situation de handicap moteur possible grâce à la mise en place de la rampe d'accès à l'accueil.



NOS MARQUES ET LABELS



Depuis 2012



Depuis 2012



Depuis 2016



Depuis 2018

NOS RÉSEAUX



ÉCOUTE CLIENTS

OBJECTIFS

L'écoute client est une étape déterminante dans la stratégie marketing de Rouen Tourisme qui place le client au cœur de notre réflexion, et permet ainsi d'établir une stratégie participative. Ce nouvel outil de performance permet de comprendre les besoins et les attentes de ses clients et ainsi de mieux les satisfaire.

Les informations récoltées peuvent par la suite être utilisées pour :

- Corriger les dysfonctionnements.
- Être plus proactifs commercialement.
- Faire évoluer les produits et processus internes (Expérience Client).
- Fidéliser davantage les clients.

UNE ÉCOUTE CLIENTS MULTICANAL ET MULTISERVICES

Un travail d'analyse efficient nous permet de mesurer la satisfaction de nos offres et services.

Cette stratégie prend en compte tous les clients : clients individuels, en groupes, via les réseaux sociaux, partenaires adhérents...

1. Les enquêtes de satisfaction.
2. Les réseaux sociaux.
3. Les réclamations à l'accueil.
4. Les avis des clients individuels.
5. Les avis Google et Tripadvisor.
6. Le Chatbot.
7. Les demandes courriel et téléphone.



ACCUEIL

31 réclamations enregistrées

Avis clients récoltés quotidiennement et analysés en réunion d'écoute client tous les mois = les avis favorables sont partagés aux équipes concernées, les avis défavorables sont étudiés pour apporter des pistes d'amélioration.

Des enquêtes de satisfaction sont menées sur des nouvelles offres pour une étude plus approfondie de l'expérience vécue par le client.

VENTE EN LIGNE

4,6 SUR 5

1 461 ÉVALUATIONS

toutes catégories
de produits confondues

20 % des clients donnent
leurs avis

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

RSE - RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE OU SOCIALE DES ENTREPRISES

La Responsabilité Sociétale ou Sociale des Entreprises permet de conjuguer performance économique, performance sociale et performance environnementale.

Démarche volontaire de Rouen Tourisme accompagnée par OTN, la fédération des Offices de tourisme de Normandie.



DUODAY

Reine a été accueillie par les conseillers en séjour dans le cadre du **DuoDay** le jeudi 21 novembre. Cette journée de stage découverte en entreprise, non rémunérée, est destinée à toute personne en situation de handicap. **DuoDay** s'inscrit dans la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées, partout en France et en Outre-mer.

CHARTRE DES BONNES PRATIQUES

Après une consultation de l'ensemble des salariés, la charte des bonnes pratiques de Rouen Tourisme pour favoriser le développement durable en entreprise est désormais signée et affichée dans les locaux.

L'équipe s'engage sur 43 propositions autour des 5 thématiques suivantes :

Cadre de vie / Vivre ensemble, Digital/ Communication, Mobilité/Transport, Boutique/Accueil, Économies d'énergies/ Recyclage.



TARIF BAS CARBONE

Sous l'impulsion de Normandie Tourisme, Rouen Tourisme s'associe à la décarbonisation du tourisme pour respecter la Stratégie Nationale **Bas-carbone** s'engageant à :

- appliquer un tarif réduit de 10 % sur la visite guidée des incontournables de Rouen et sur les audioguides des touristes qui voyagent en train, en car ou à vélo.
- attirer des visiteurs sensibilisés aux problématiques climatiques, inciter les visiteurs à venir en transport public.



LES ÉDUCTOURS EN ÉQUIPE

En 2024, 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 plusieurs éductours ayant permis d'expérimenter le patrimoine artistique. Cette année a été aussi l'occasion de visiter les nouveaux équipements touristiques de la destination.

Patrimoine artistique mardi 26 mars

- Visite des chefs-d'œuvre du Musée des beaux-Arts de Rouen



- Atelier de peinture à la façon de Claude Monet.
- Visite de la crypte de la Cathédrale.

Visites chez les partenaires

- Cité immersive
- Novotel Rouen centre Cathédrale
- Hyatt Place Rouen
- Bateau de croisières *Ambition Ambassador cruises*

Retour d'expériences Rouen à Table !



MÉDAILLÉES DU TOURISME

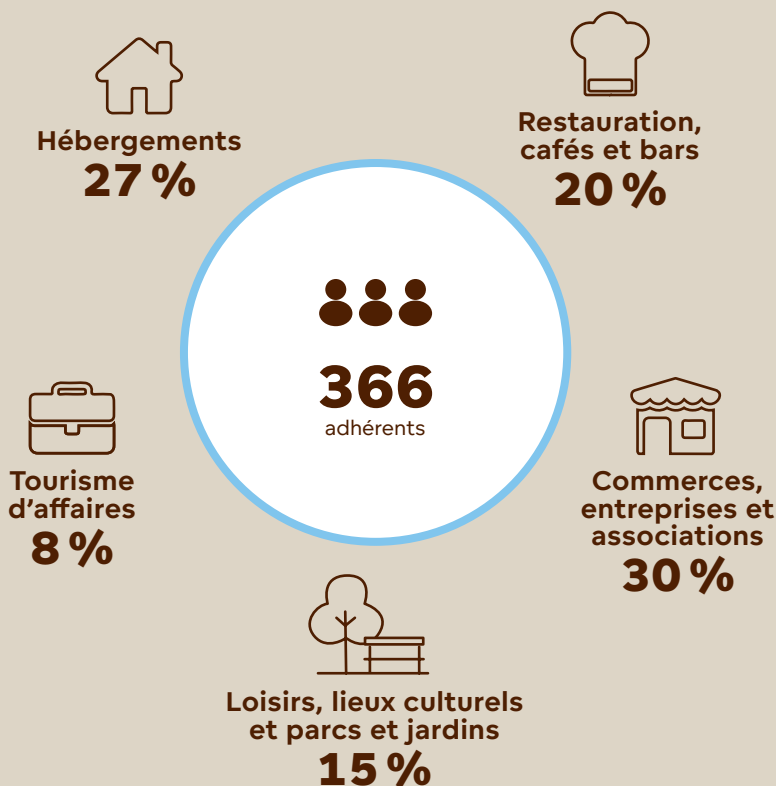
Perrine Fressard et Marion Rabiller ont reçu la médaille de Bronze du Tourisme récompensant ainsi leur investissement et leur travail au sein de Rouen Tourisme depuis respectivement 16 et 24 ans.





FÉDÉRER

366 ADHÉRENTS NOUS FONT CONFIANCE



84 745 € HT

de cotisations (+ 9 %)

4 166,66 € HT

de régie publicitaire

DES PARTENAIRES FIDÈLES

MISE EN SYNERGIE ET IMPLICATION DE NOS PARTENAIRES

- Proposition de visites en lien avec les 5 patrimoines à nos partenaires.
- Rouen à Table! Communication et campagne sur les réseaux sociaux pour mettre en avant les restaurateurs, commerces de bouche et fournisseurs acteurs de l'événement.
- Partenariat de visibilité dans le cadre d'un jeu-concours « Gagnez un week-end de rêve à Rouen » proposant des dotations offertes par les partenaires.
- Campagne concours Instagram.
- Campagne digitale de notoriété EVJF avec une mise en avant de nos partenaires.
- Mise en place de l'écoute partenaires dans le cadre du label Qualité Tourisme : suivi des remarques et réclamations et lien entre les services de la métropole et de la ville.

4 ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS POUR LES ADHÉRENTS

- Les animaux au musée de la Céramique (16 participants).
- Visite de la Cité Immersive Viking (93 participants).
- Visite guidée de la Forêt Monumentale (6 participants).
- Les coulisses de l'Opéra de Rouen (50 participants).



1 SOIRÉE PARTENAIRES AU NOVOTEL ROUEN CENTRE CATHÉDRALE

225 partenaires de Rouen Tourisme ont participé à la soirée organisée au sein de l'ancien Palais des Consuls de Rouen entièrement repensé et reconstruit autour de l'architecture originelle du bâtiment. Une soirée placée sous le signe de la convivialité, avec des animations autour de la gastronomie pour le lancement officiel de Rouen à Table!, et clôturée par un cocktail dînatoire.



ACCUEILLIR



ACCUEILS

ACCUEIL ROUEN

105 919

visiteurs en 2024

(Variation N-1 = -7%)

24 790 demandes qualifiées

56 %
français

44 %
étrangers



Top 3 France



1. Normandie



2. Île-de-France



3. Hauts-de-France

Top 3 Étrangers



1. Allemagne



2. Royaume-Uni



3. Espagne

Top 3 des demandes

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

ACCUEIL JUMIÈGES

16 903

visiteurs en 2024

(+ 33 % Variation N-1)

7 286 demandes qualifiées



55 %
français

45 %
étrangers

Top 3 France



1. Normandie



2. Île-de-France



3. Hauts-de-France

Top 3 Étrangers



1. Allemagne



2. Pays-Bas



3. Royaume-Uni

Top 3 des demandes

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

COMMERCIALISER



LES NOUVELLES OFFRES

En 2024, Rouen Tourisme a proposé au grand public et aux groupes des nouvelles visites pour renforcer son offre autour des patrimoines industriel, naturel et artistique :

- Visite de l'entreprise Fariboles Productions.
- Activités en famille avec la Maison des Forêts.
- Rouen au pas des chevaux : balade commentée en calèche.
- Rouen vue par Monet, Pissarro et Cie : visite guidée en ville et au Musée des Beaux-Arts.
- À la table des impressionnistes : visite guidée en ville suivie d'un déjeuner impressionniste.
- Billetterie des expositions temporaires de la Réunion des musées métropolitains.

DÉVELOPPEMENT DES CANAUX DE DISTRIBUTION EN LIGNE

Mise en ligne des visites incontournables et du Pass sur les plateformes Get Your Guide et Viator.



BILLETTERIE DES EXPOSITIONS RMM

Rouen Tourisme a commercialisé les billets des 4 expositions 2024 payantes de la RMM :

- *L'effet papillon* de James Abbott McNeill Whistler, Musée des Beaux-Arts
- *Couleurs*, Musée de la Corderie Vallois
- *Passion Japon*, Musée de la Céramique
- *Sensations, soleil levant*, Musée Beauvoisine

Offres en vente :

Billet d'entrée en visite libre sur chaque exposition.

Visite commentée de l'exposition Whistler les samedis et dimanches à 15h.

Top 3 expositions (en volume)

Whistler (82%)
Soleil Levant (12%)
Passion Japon (5,8%)

Total de 1 899 billets vendus
pour un CA de 16 670 € HT



Visite d'entreprise Fariboles Productions

Découverte de l'univers captivant de Fariboles Productions lors d'une visite exclusive de leur atelier les 23 et 25 avril. Fondée en 1993 à Darnétal, cette entreprise est renommée pour la conception et la fabrication de figurines en résine représentant les personnages emblématiques de la bande dessinée franco-belge, des comics et des mangas. Labellisée Entreprise du Patrimoine Vivant. 6 visites exceptionnelles : 48 billets (plein).

Visite d'entreprise Fariboles Productions

★★★★★ de Lucien

« Une belle découverte. Visite passionnée menée par le directeur de l'atelier. Une belle découverte artistique. Un travail d'orfèvre pratiqué par cette équipe sympathique qui aboutit à la réalisation de figurines tellement attirantes par leur beauté. À visiter absolument ! »



Activités en forêt pour les familles

En partenariat avec la Maison des Forêts 200 billets sur 6 dates. Les petits explorateurs, sur les traces des animaux de la forêt, Croa Croa, rencontre avec les habitants d'une mare et Promenade nocturne à l'écoute des animaux de la forêt.



Rouen au pas des chevaux

En partenariat avec l'association Cheval en Seine : Balade en calèche dans le centre historique avec commentaires. 404 billets sur 15 dates

Rouen au pas des chevaux

★★★★★ de Stéphanie

« Une bulle hors du temps, nous avons beaucoup aimé cette manière de visiter Rouen. La guide et la cochère sont très agréables. Des histoires sur Rouen, des anecdotes, un échange sur les chevaux... Une atmosphère particulière pour ce moment suspendu. Nous espérons que cette initiative pourra perdurer et même se développer. »

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

Rouen vue par Monet, Pissarro et Cie

Terre d'inspiration et d'expérimentation, Rouen a attiré de nombreux artistes à la recherche de motifs nouveaux. Monet a transformé la Cathédrale en icône artistique, Pissarro a été fasciné par l'industrie galopante, tandis que Gauguin se tourne vers la nature et sa famille. Accompagné d'un guide, découvrez Rouen à travers les toiles des maîtres avant d'admirer les chefs-d'œuvre impressionnistes du musée des Beaux-Arts, plus grande collection après Paris. 200 billets sur 14 dates



À la table des impressionnistes

Accompagné d'un guide, arpentez les rues et monuments emblématiques de Rouen qui ont influencé les maîtres de l'impressionnisme. Puis savourez un déjeuner dans la plus vieille auberge de France dont le menu est inspiré des carnets de cuisine de Claude Monet. 140 billets sur 6 dates

À la table des impressionnistes

★★★★★ de Jacky

« Tout était parfait. Merci au guide et au restaurant La Couronne pour leur accueil chaleureux. »



Billetterie de la Cité Immersive Viking

La Cité Immersive Viking est entrée dans le top 5 des offres en volume et en CA. Nombre de billets vendus de juin à décembre : 1 062.

ROUEN, VILLE DES EVJF

Rouen Tourisme a lancé en début d'année 2024 une nouvelle offre d'organisation d'Enterrement de Vie de Jeune Fille (EVJF). Organiser un EVJF à Rouen est une réelle opportunité car la destination présente tous les atouts attendus pour des futurs mariés :

- Sa facilité d'accès.
- La convivialité de la ville.
- Les déplacements en mobilités douces qui correspondent bien aux attentes de la cible visée.
- Des équipements et des prestations de qualité en matière d'hébergements, restauration, lieux de loisirs et de visites. Toutes les animations attendues pendant un week-end EVJF sont réalisables à Rouen : des visites culturelles telles que la cathédrale Notre-Dame ou le Gros-Horloge, des ateliers créatifs de fabrication de bijoux ou la céramique et des moments de détente dans un spa. Pour un EVG, Rouen offre des activités telles que des défis sportifs, des escape games pour renforcer l'esprit d'équipe et des dégustations de produits locaux pour découvrir la gastronomie normande.



1 Conférence de presse

avec brunch au Café Crème
suivi d'un atelier couronne de fleurs
chez Amaï Concept Store

17 participant(e)s

8 retombées presse :

Tendance Ouest, BFM Normandie,
NRJ, Paris-Normandie...

1 week-end presse avec des créatrices de contenus

(104 400 followers cumulés touchés
par l'opération)

LA COMMERCIALISATION

INDIVIDUELS

209 838 €

Volume d'activité (hors Armada) dont :

59 269 € chiffre d'affaires Rouen Tourisme + **30 %**

127 335 € volume d'activité pour le compte
de partenaires + **75 %**



85 %
online

Canal
de vente



15 %
comptoir accueil

Visites guidées
6414 personnes

Billetterie sites
et musées
4300 personnes

Croisières
302 personnes



13 580
personnes
soit + **27 %**
vs 2023

Activités
2391 personnes

Billetterie
spectacles
131 personnes

PROVENANCE DES ACHETEURS

2024

94 %
français

6 %
étrangers

Top 5 France



1. Seine-Maritime (56 %)



2. Île-de-France (19 %)



3. Normandie (8 %)



4. Hauts-de-France (3 %)



5. Auvergne-Rhône-Alpes
+ Grand Est + Bretagne
(2 %)



Top 5 Étrangers



1. Belgique (38 %)



2. États-Unis (12 %)



3. Royaume-Uni (11 %)



4. Allemagne (9 %)



5. Pays-Bas (6 %)

Top 5 des expériences

En nombre de billets vendus

1. Les Incontournables (23 %)
2. Exposition Whistler (11 %)
3. Cité Immersive Vikings (8 %)
4. La Maison Sublime (4 %)
5. Rouen au pas des chevaux (3 %)

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 : visites de sites, expériences gastronomiques, hébergements et utilisation des transports en commun pendant le séjour.

Rouen Tourisme a fédéré ses partenaires adhérents et institutionnels du tourisme en créant cet outil de découverte de la destination. L'objectif partagé par tous de ce PASS est d'allonger la durée de séjour et de favoriser l'utilisation des mobilités douces 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 » en 2 h.
- Rouen vue par Monet Pissarro et Cie.
- L'Historial Jeanne d'Arc.
- La visite du Gros-Horloge.
- L'audioguide « Rouen » ou « Jeanne d'Arc ».
- Les Confiseurs, immersion dans le laboratoire + sucre de pomme offert et plateau de dégustation.
- Le Petit Train.
- Les expositions temporaires du Musée des Beaux-Arts.

Le PASS comprend également l'offre de transports en commun du Réseau de la Métropole et un sucre de pomme



offert sur présentation du pass à l'accueil de l'Office de Tourisme.

Prix préférentiels accordés

- L'Escape Game du Donjon.
- La visite guidée de la Maison Sublime.
- L'Explore Game du Château Robert le Diable.

Des réductions dans une sélection d'hôtels de la Métropole avec - 20 % sur la 2^e nuitée et - 50 % sur la 3^e nuitée :

La e-carte du PASS, en vente sur le site internet visiterouen.com, est téléchargeable directement vers l'application mobile ROUEN PASS disponible et accessible sur iPhone et Android.

Commission 2024
7 372 € HT
pour 560 pass vendus
+ 1 000 % Vs 2023
(665 € avec 71 ventes)

LA LOCATION DE VÉLOS



Service de location de vélos
à assistance électrique, classique
et enfants pour des vacances
responsables qui favorisent
la mobilité douce.

17 196 € HT

Chiffre d'affaires

avec **496** locations
du 1^{er} mars au 30 novembre



Rouen

282
Réservations

54,15 €
Panier moyen

227
Jours de sortie



Jumièges

114
Réservations

46,57 €
Panier moyen

108
Jours de sortie

NOUVEAUTÉS 2024 DE LA BOUTIQUE

Rouen Tourisme a poursuivi ses collaborations avec les entreprises et artisans normands. Afin de mettre à l'honneur son 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.

CRAYON À PAPIER BIC

C. Monet, R. Dufy ou A. Sisley

Souvenir impressionniste

2 € / Lot de 2 : 3 € /

Lot de 4 : 5 €



STYLOS 4 COULEURS BIC

C. Monet, R. Dufy
ou A. Sisley

Souvenir impressionniste.

4,90 € - Lot de 2 : 8 €

Lot de 4 : 14 €



CARTES POSTALES

Collection originale Rouen Tourisme

1,50 € / Lot de 10 : 12 €



MAGNET ROND

Logo Rouen Tourisme
4 couleurs disponibles.

2,50 €

AFFICHES 40X60 CM

Collection originale Rouen Tourisme
Conditionnée dans un tube rigide

7,00 €





MÉDAILLE MONNAIE DE PARIS

Cathédrale de Rouen,
Claude Monet

3 €

MUG IMPRESSIONNISTE

C. Monet, R. Dufy ou A. Sisley

Souvenir impressionniste

9 €



PORTE-CLÉS, MARQUE-PAGE

Rouen, terre impressionniste

Réalisations artisanales de
l'Atelier Autonome, tiers-lieu
dédié au bricolage.

5,50 €



CASQUETTE ROUEN TOURISME

Coton biologique.

Couleur : navy / Broderie : gris clair

S'adapte à toutes les têtes
grâce à sa boucle de serrage.

25 €



MINI TOTEM

Logo Rouen

Design Philippe Apeloig.

Format 7,5 x 9 cm.

En inox.

19,90 €

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

77 406 € HT

- 12 % vs 2023 (année Armada)

(Hors ventes au profit de la restauration
de l'abbatiale Saint-Ouen **5 947 €**)



Panier moyen

10,24 €

Taux de transformation

6,85 %

Top 5 des ventes



1. **Carte postale Rouen Tourisme 1,50 €**
2. **Carte postale Movi Normandie 2 €**
3. **Carte postale Dorothee Piatek 2 €**
4. **Médaille Saint-Ouen Monnaie de Paris 3 €**
5. **Médaille Claude Monet Monnaie de Paris 3 €**

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

LA LOCATION D'AUDIOGUIDE



- **Parcours des Incontournables** disponible en sept langues (français, anglais, allemand, italien, espagnol, néerlandais et japonais).
- **Parcours Jeanne d'Arc** disponible en deux langues (français et anglais).

Chiffre d'affaires
12 910 €
pour 1 783 vendus

Changement de prix en février
2024 de 5 € à 8 €

+ 107 % Vs 2023

Top 3 des locations



1. **368 en français**



2. **174 en allemand**



3. **166 en anglais**

Audioguide



The personnel at the tourist office was very kind and willing to help. The audio guided tour is a great way to explore the city at your pace, the route and the listening points were clearly indicated and easy to follow.

LA COMMERCIALISATION

GROUPES



Visites guidées

Chiffre d'affaires 245 746 € HT
pour 1 074 visites - 32 187 personnes
+ 7,5 % Vs 2023



Journées / séjours

Chiffre d'affaires 253 165 €
pour 4 703 personnes - 136 groupes
+ 90 % Vs 2023
(133 351 €)



Visite du Port

Chiffre d'affaires 11 249 € HT
+ 29 % Vs 2023

Visites guidées

Top 3

1. Les incontournables de Rouen en 2 h
 2. Les Incontournables de Rouen en 1 h 30
 3. La Route des Abbayes en 4 h
-

TOP 5 des langues



368 groupes en Français



209 groupes en Japonais



174 groupes en Allemand



167 groupes en Anglais



107 groupes en Italien

Journées / séjours

125 groupes venus à la journée

17 groupes venus en séjour à Rouen

Origines



1. Île-de-France



2. Normandie



3. Centre-Val de Loire



LA COMMERCIALISATION TOURISMES D'AFFAIRES



Chiffre d'affaires

31 220 € HT

dont :

Nombre de séminaires

32 en 2024 Vs 15 en 2023

DE NOUVELLES EXPÉRIENCES

Rouen Tourisme a repensé l'ensemble de ses propositions à destination des entreprises : « Voyage à travers le temps », « Évasion créative », « Odyssée sportive », « Éveil gustatif » ou encore « Chemin de l'innovation ».

Ces nouvelles expériences contribueront à renforcer la cohésion d'équipe, améliorer la communication, partager des connaissances, explorer sa propre personnalité, décupler ses sens ou encore stimuler la créativité collective...

Un nouveau programme sur mesure proposé aux entreprises par l'équipe de Rouen Tourisme.

En 2024, Rouen Tourisme a continué de faire partie du Réseau France Congrès Événements.

L'ATELIER CLAUDE MONET

La salle de réception, l'Atelier Claude Monet est de nouveau ouvert à la location. Cet espace unique qui a inspiré l'un des plus grands maîtres de l'impressionnisme dont il porte le nom offre une vue imprenable sur la Cathédrale de Rouen et peut accueillir jusqu'à 125 personnes en format cocktail. Parfaitement situé au cœur de Rouen dans un bâtiment classé monument historique, l'Atelier Claude Monet est l'endroit idéal pour les événements d'affaires.

L'atelier Claude Monet

1 575,50 € HT



ANIMER

FESTIVAL NORMANDIE IMPRESSIONNISTE

Il y a tout juste 150 ans, ce courant artistique a révolutionné le monde de l'art. La 5^e édition de Normandie Impressionniste a célébré cet esprit novateur. Expositions et événements festifs ont animé la Métropole rouennaise, terre de Monet et Pissarro, de mars à septembre.

Rouen Tourisme a proposé plusieurs offres toutes labellisées dans le cadre du Festival Normandie Impressionniste.



DÉJEUNER SUR L'HERBE

L'événement Déjeuner sur l'herbe, imaginé dans le cadre du festival Normandie Impressionniste, c'est en quelques chiffres : 250 participants, 33 km parcourus à vélo et 15 partenaires présents pour vivre un moment convivial et festif !

Ambiance champêtre dans les jardins du château d'Hautot-sur-Seine avec pique-nique et animations : groupe folklorique, jeux d'époque, ateliers créatifs et ludiques, balade à poney dans les jardins. Une attention particulière a été apportée à la décoration : paniers en osier, vaisselle d'époque, guirlandes de papier, nappe, coussins, pare soleil, palettes en bois, bouquets de fleurs fraîches.

ILS ONT PARTICIPÉ !

Brasserie Ragnar
Vins en Scène
Coudray Traiteur
Promocash
Caravanille
Groupe Silam
Emmaüs
Opéra Rouen Normandie
Ville de Rouen
Festival Normandie Impressionniste
Métropole Rouen Normandie
Le Bois d'Ennebourg
Écurie des Bulles
Citémômes
Commune d'Hautot-sur-Seine



220

billets vendus (76%)

Dont **23** avec l'excursion

Seine à vélo et **20** enfants

89% online / **11%** à l'accueil

28 balades à poney

634 459

personnes touchées
sur les réseaux sociaux



EXPOSITION « IMPRESSIONISM »

En mai 2023, le photographe normand Jonathan Bertin a été accueilli par Rouen Tourisme et a voyagé sur les traces des peintres impressionnistes avec une mission : à travers la photographie, interpréter à sa manière ce que les maîtres de l'Impressionnisme ont peint à leur époque.

Pour cela, il a suivi un cours de peinture sur la Côte d'Albâtre, il a visité les musées et sites emblématiques de la destination... Et Jonathan Bertin a été particulièrement inspiré par la cathédrale de Rouen. Les images qu'il a pu créer durant son séjour nous ont touchés. Un an plus tard, à l'occasion des 150 ans de l'Impressionnisme (1874-2024), le projet a pris de l'ampleur avec la sortie d'un livre, d'un documentaire disponible sur YouTube et enfin d'une exposition à l'Abbatiale Saint-Ouen de Rouen, un lieu majestueux. L'exposition « Impressionism » a été organisée par Normandie Tourisme, en partenariat avec la Ville de Rouen et Rouen Tourisme. Elle s'inscrit également dans le calendrier du Festival Normandie Impressionniste.

FOOTING CULTUREL EN MARCHÉ ET EN RUNNING

Une visite de Rouen à petites foulées dans le sillage des impressionnistes. Lors d'un circuit d'environ 7 kms, en running ou en marche rapide, le coach raconte l'histoire des lieux qui ont inspiré Monet ou Pissarro à l'occasion d'arrêt à des points clés de la ville.

42 participants sur 4 dates

Déjeuner sur l'herbe



« Un pique-nique hors du temps. Tout était parfait. L'organisation, le choix du mobilier, les activités prévues. Nous avons passé un excellent dimanche, adultes comme enfants. »

ROUEN VUE PAR MONET, PISSARO ET Cie

Une marche dans les pas des nombreuses figures emblématiques du mouvement impressionniste à la recherche de motifs nouveaux. Une découverte de Rouen à travers leurs toiles avant d'admirer les chefs-d'œuvre impressionnistes du musée des Beaux-Arts.

200 participants sur 10 dates

À LA TABLE DES IMPRESSIONNISTES

Visite guidée par un guide-conférencier de Rouen Tourisme suivie d'un savoureux menu inspiré des livres Les Carnets de Cuisine de Monet dans la plus vieille auberge de France « la Couronne »

128 participants sur 4 dates



ROUEN À TABLE!

UN NOUVEL ÉVÉNEMENT POUR CÉLÉBRER LA GASTRONOMIE

Rouen à Table! a célébré Rouen, Ville créative UNESCO en matière de gastronomie, une reconnaissance internationale.

Cet événement gastronomique incontournable est venu agrémenter la traditionnelle Fête du Ventre, de concepts créatifs.

Il s'est déroulé du samedi 12 au dimanche 13 octobre 2024, offrant une expérience gastronomique authentique à travers divers lieux de la ville. Du rallye gourmand au Grand Petit-Déjeuner en passant par les battles et ateliers de chefs, chaque moment a été conçu pour mettre en valeur les talents et produits locaux dans un cadre d'exception.



NOUVELLE DIMENSION

Avec la 25^e édition de la Fête du Ventre, un nouveau concept est né, celui de **Rouen à Table!**

Cet événement est venu agrémenter la traditionnelle Fête du Ventre en apportant une touche d'innovation.

Les visiteurs ont eu l'occasion de découvrir une programmation diversifiée, mettant en valeur la créativité et l'excellence gastronomique de la région grâce à des manifestations dans toute la ville.

RAYONNEMENT NATIONAL ET INTERNATIONAL

Le défi majeur a été de faire de **Rouen à Table!** un événement dont le rayonnement dépasse les frontières locales et régionales pour devenir national et international. En attirant l'attention des médias nationaux et internationaux, en invitant des chefs renommés français et des autres Villes créatives UNESCO et en proposant une programmation variée et attrayante, **Rouen à Table!** ambitionne de devenir un rendez-vous incontournable pour les amateurs de gastronomie.

ANIMATION DANS LA VILLE

En présentant des activités et des événements dans différents quartiers de la ville, **Rouen à Table!** a encouragé les visiteurs à découvrir les richesses et les charmes de Rouen au-delà du centre historique. En dynamisant l'ensemble du territoire urbain, l'événement a contribué à revitaliser les quartiers périphériques et à renforcer l'attractivité de la ville et de la région.



DIMENSION CRÉATIVE ET CONCEPTS INNOVANTS

En offrant un concept innovant et spécifique, l'événement a cherché à se démarquer par son caractère unique et sa capacité à surprendre les visiteurs. En intégrant des éléments artistiques, culturels et culinaires, **Rouen à Table!** visait à faire vivre une expérience immersive et mémorable aux participants, tout en contribuant à dynamiser la scène gastronomique locale.

PROMOTION DU RÉSEAU VILLES CRÉATIVES UNESCO

L'autre enjeu important a été la promotion du réseau Villes créatives UNESCO et de ses critères d'intégration.

Rouen à Table! s'est engagé à mettre en valeur l'excellence culinaire, le patrimoine gastronomique, les circuits courts, l'éducation et la formation, ainsi que l'inclusion sociale. En mettant en avant ces valeurs, l'événement a renforcé l'image de Rouen en tant que ville créative et innovante dans le domaine de la gastronomie, tout en contribuant à promouvoir les objectifs du réseau Villes créatives UNESCO.

FÉDÉRATION DE L'ÉCOSYSTÈME DU RÉSEAU VILLES CRÉATIVES UNESCO

Rouen à Table! visait également à fédérer l'écosystème du réseau Villes créatives UNESCO en matière de gastronomie.

En impliquant les restaurateurs, les producteurs locaux, les artisans et les chefs cuisiniers, l'événement a créé un véritable réseau de partenaires engagés dans la promotion de la gastronomie rouennaise. En favorisant les échanges et la collaboration entre les différents acteurs,

Rouen à Table! a contribué à renforcer la cohésion et la dynamique de l'écosystème gastronomique local.

SENSIBILISATION À L'ÉDUCATION AU BIEN MANGER

En proposant des activités pédagogiques, des démonstrations culinaires et des ateliers de dégustation, l'événement a encouragé le public à adopter des habitudes alimentaires saines et durables. **Rouen à Table!** aspire à promouvoir une alimentation équilibrée et respectueuse de l'environnement en mettant l'accent sur la qualité des produits locaux et la diversité des saveurs.

TRANSMISSION

Les institutions d'enseignement et les programmes de formation sur le territoire sont nombreux. Elles ont soutenu la démarche en étant partie prenante de l'ensemble des concepts.



CHIFFRES CLÉS

**3 chefs
de renommée
internationale
membres du réseau des
villes créatives UNESCO**

**Cheffe Naiara Faira
Chef Andrea Pesci
Cheffe Lotta Olsson**



**3 chefs
de restaurants étoilés**

Olivier Da Silva ★

Gabin Bouguet ★

Gilles Tournadre ex ★★

**7
concepts
créatifs
à guichets
fermés**

**+ 1400
billets
vendus**

TOP 3 ORIGINES NATIONALES



Seine-Maritime 43 %



**Île-de-France 23 %
dont 24,2 % du 75
(contre 5,2 % en 2023)**



Eure 7 %



**Plus de
120 000 visiteurs
et
42 000 touristes**

**sur le week-end
(+ 16 % VS 2023)**

**80
partenaires
reflétant
l'excellence
de la
Normandie**

**100 élèves de 7 écoles
du secteur de
l'hôtellerie-restauration**



LA CRÈME DE LA CRÈME

**L'ADN DE ROUEN À TABLE!,
C'EST AVANT TOUT
UN ENGAGEMENT COMMUN
POUR LA GASTRONOMIE,
PORTÉ PAR DES ACTEURS
D'HORIZONS VARIÉS.**

Rouen à Table! s'est entouré d'un réseau de partenaires à fortes valeurs, tous **ambassadeurs de l'excellence gastronomique** sur le territoire. Cet événement d'envergure illustre brillamment la force du collectif, l'excellence du savoir-faire et la richesse des échanges entre professionnels passionnés.

Grâce à **80 partenaires** issus de tous les horizons de la gastronomie, plus de **64 000 € d'aides** ont été mobilisés, en plus de la subvention de la Métropole Rouen Normandie, permettant la création d'une manifestation d'exception.



UN RÉSEAU DE PARTENAIRES ENGAGÉS



MEILLEURS OUVRIERS DE FRANCE

Anne Caron, Meilleure Ouvrière de France torrèfactrice 2023 et première femme titrée en 2017, est une référence incontournable du café de spécialité. À la tête de la brûlerie Caron, elle sublime chaque grain pour en révéler les arômes purs, avec un engagement fort pour des cafés éthiques et raffinés.

Christophe Cressent, boulanger, sacré Meilleur Ouvrier de France en 2000, incarne l'excellence boulangère. À travers Ma Boulangerie, il propose des pains au levain authentiques, élaborés avec des matières premières biologiques et un savoir-faire alliant tradition et innovation.

CHEFS ÉTOILÉS

L'Odas, sous la direction du chef étoilé Olivier Da Silva et de Suzanne Waymel, cheffe du restaurant, séduit par sa cuisine audacieuse et raffinée, récompensée d'une étoile Michelin.

Gabin Bouguet, jeune chef étoilé, incarne la nouvelle génération gastronomique avec une cuisine alliant technicité et respect du produit.

Gilles Tournadre, chef anciennement 2 étoiles et parrain de l'événement, est une figure emblématique de la gastronomie normande, engagé dans la transmission des savoirs.

ENTREPRISE DE RENOMMÉE MONDIALE

L'Orfèvrerie Christofle incarne l'élégance et l'excellence de l'art de la table à la française depuis 1830. Grâce à ses Maîtres Orfèvres et Meilleurs Ouvriers de France, elle perpétue un savoir-faire d'exception à travers le monde.

ÉCOLE PRESTIGIEUSE

L'École Fauchon, référence dans la formation des talents de la gastronomie et héritière du savoir-faire d'une maison emblématique du luxe culinaire français.

ARTISANS ET PRODUCTEURS D'EXCEPTION

Maison Vatelier, menée par Benoît Vatelier, champion de France de la brioche 1997, perpétue un savoir-faire unique à travers ses brioches et viennoiseries d'exception.

Les Pâtisseries de Gill, créées par Gilles Tournadre et Philippe Coudy, prônent une pâtisserie plus fruitée, moins sucrée et ancrée dans le terroir normand.

Grosdoit, référence en boucherie d'exception, met en avant des viandes de qualité supérieure, garantissant traçabilité et goût incomparable.

PAROLES DE GOURMANDS

GRAND PETIT-DÉJEUNER

« Un décor magnifique, au pied de la cathédrale qu'on pouvait admirer par le toit transparent de la grande tente! Ensuite l'opportunité de goûter à une multitude de produits locaux. Tout était excellent et en quantité généreuse. »

« Grand événement, nous avons passé un bon moment et découvert d'excellents artisans de notre région. »



BRUNCH GOURMAND

« Super idée ce brunch dans un chapiteau avec un plafond transparent donnant sur la majestueuse cathédrale! Les plats proposés étaient délicieux. »

DU TABLEAU À L'ASSIETTE

« Tout était très bien. Le guide conférencier, très agréable à écouter, intéressant dans son approche du tableau. Le repas était excellent, et on a apprécié être dans la petite salle surplombant le parvis de la cathédrale. »

« Analyse très professionnelle du tableau. »





RALLYE GASTRONOMIQUE

« Pour une première... c'était super!!! Le parcours nous a fait découvrir certains endroits de Rouen que nous ne connaissions pas... Les dégustations étaient du haut niveau... belles découvertes gustatives et accueil chaleureux à chaque étape. Nous conseillons vivement cette activité à ceux qui ne connaissent pas. »

« Toute la famille des grands-parents aux petits enfants s'est prise au jeu carte après carte et plat après plat nous avons découvert Rouen sous un autre jour. Nous avons hâte de pouvoir l'an prochain découvrir un nouveau parcours. »

GRAND GOÛTER

« L'initiative d'organiser un atelier de pâtisserie pour enfant est top et le lieu était bien pensé, enfin une belle animation sur la rive gauche de Rouen. »

« Goûter avec d'excellents produits et en quantité, bravo! »



Source : avis client plateforme
de réservation visiterouen.com

UNE COMMUNICATION 360° IMPACTANTE

RETOMBÉES PRESSE

UN ÉCHO MÉDIATIQUE PUISSANT

- Une édition spéciale délocalisée du ICI 19/20 de France 3 Normandie sur la Fête du Ventre - Rouen à Table! avec deux directs.
- 1 dossier dédié dans le magazine Cuisine Actuelle.
- 1 interview Europe 1 et 1 interview BFM TV Normandie relayées par le Gault & Millau.
- Une quinzaine d'articles dans la presse nationale, internationale, spécialisée et locale.

**The
Guardian**

**Gault &
Millau**

tendanceOUEST

NORMANDIE

COMMUNICATION DIGITALE

UNE FORTE PRÉSENCE SUR LE WEB ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

- 108 000 vues cumulées sur les pages de **visiterouen.com**, dédiées à l'événement, soit 9 articles, 7 billetteries et la homepage.
- 92 000 contacts touchés par le biais de 17 newsletters ciblées envoyées.
- 118 000 followers sur Facebook, Instagram, LinkedIn et X touchés par un total de 274 contenus créés, cumulant un total de **520 000 impressions**.
- Une campagne digitale ciblée sur la région parisienne, vue **766 500 fois**.



Du 23 au 29/09

**Occasion de voir
+ de 25 millions**

**Audience
2 886 675**

**Répétition
14,9**

COMMUNICATION PRINT UN IMPACT MASSIF

- Une campagne dans le métro parisien **vue plus de 25 millions de fois**.
- Une campagne d'affichage dans toute la ville de Rouen.
- La force du réseau de 400 partenaires de Rouen Tourisme, véritable relais de communication sur tout le territoire.
- 9 000 cartes postales distribuées.
- 5 insertions publicitaires dans la PQR.
- 8 totems installés dans toute la ville.

ILS ONT PARTICIPÉ!

LES GRANDS NOMS DE LA RESTAURATION ET DE L'ARTISANAT

Café Anne Caron (MOF), Chef Andrea Pesci (Italie), Chef Damien (750g), Chef Éric Autin, Chef étoilé Gabin Bouguet, Chef Gilles Tournadre ancien 2 étoiles, Chef Hakim Benallal, Cheffe Lotta Olson (Norvège), Cheffe Lynda Jumel, Cheffe Naiara Faria (Brésil), Chef étoilé Olivier Da Silva, Chef Philippe Molinié, Cheffe Suzanne Waymel, Ma Boulangerie Christophe Cressent (MOF), Maison Vatelier (Meilleure Brioche de France), Orfèverie Christofle, Périco Legasse, Club des Toques Rouennaises.

LES ÉCOLES ET CENTRES DE FORMATION

BTS Tourisme du lycée Camille Saint-Saëns, CMA Formation Simone Veil, Collège Fontenelle, Conservatoire de Rouen, École Fauchon, École de production le P'tit Plat, GRETA Rouen Maritime, IFA Campus Marcel Sauvage, Institut Mesnières, Lycée hôtelier Georges Baptiste.

LES PROFESSIONNELS ET DISTRIBUTEURS

Bono Distribution, Grosdoit, Groupe Lanef, METRO, Promocash, Sirest, SMEG.

LES PRODUCTEURS ET ARTISANS DU TERROIR

Beyer Chocolatier, Caves Pierre Noble, Chocolaterie Hautot, Clos des Citôts, Ferme de la Mare des Rufaux, Fromagerie François Olivier, La Galette du Val de Seine, Les Confiseurs, Les Normandes du P'tit Tougard, Les Pâtisseries de Gill, Maison Jollit, Maison Le Meur, Marché d'Intérêt National, Torréfacteurs Normands.

LES RESTAURANTS

Artefact, Auberge Saint-Maclou, Blotti, Boma, Café Victor, Emji, Entrepôt Food Hall, In Fine, Le Jehanne, le XXI, Lé Là, l'Incontournable, l'Odas*, Madame, Markette, Mojo, Pagani, Pintxos, Prego, P'tite Bouffe, Rotomagus, Rouf, Social Perk, Table de Flore, Tempo, Terroir Cave à Manger, 6^e Sens.

LES LIEUX CULTURELS

Compagnie Ça S'peut Pas, Musée des Beaux-Arts de Rouen, Musée Départemental des Traditions et Arts Normands - Château de Martainville, Opéra de Rouen Normandie.

LES HÔTELS

Hôtel Littéraire Gustave Flaubert****, Hyatt Place****, Novotel Rouen Centre Cathédrale****, Radisson Blu****.

LES PROFESSIONNELS DE L'ÉVÉNEMENTIEL ET DE LA LOGISTIQUE

Atelier 231, Bultel, Compact Prod, Créativ Events, Groupe Silam, LM Communication, PromAction.

LES INSTITUTIONNELS

Métropole Rouen Normandie, Ville de Rouen, Vitrites de Rouen, Rouen Tourisme.



ÉVÉNEMENTS 2024

LES FÊTES JEANNE D'ARC

Un succès renouvelé pour les Fêtes Jeanne d'Arc!

Une progression **+ 28 % de touristes** sur les 3 jours de l'événement pour cette édition par rapport à 2023.

Au total plus de **204 000 visiteurs** à l'événement (Touristes + Excursionnistes)!
À cela il faut y ajouter les habitants de la métropole qui ont également participé à la manifestation.



2024
72 441
touristes

131 500
excursionnistes

57 %
français

43 %
étrangers

+ 26 % de visiteurs étrangers
par rapport à 2023

2023
56 000 touristes
124 000 excursionnistes

OFFRES ROUEN TOURISME

Sur les pas de Jeanne d'Arc

Visite guidée

60 participants

Jeanne d'Arc, le secret du manuscrit

Escape game urbain

200 participants

Footing culturel

Visite sportive

35 participants

SOLITAIRE DU FIGARO PAPREC

Du samedi 17 au vendredi 23 août 2024

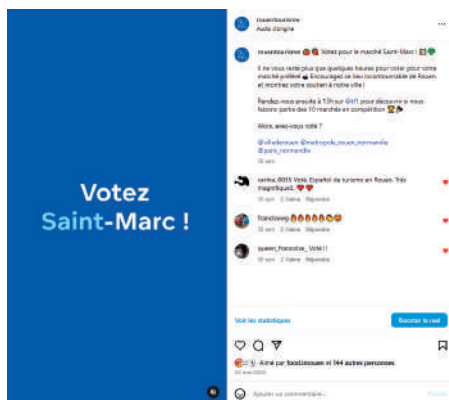
Rouen a accueilli le village, ses animations, ses skippers et les dizaines de bateaux engagés de la célèbre course avant une descente de Seine des voiliers jusqu'au Havre. En résonance à la Fête du Fleuve, cette grande fête nautique a renforcé l'image de Rouen comme une ville dynamique et ouverte sur le monde maritime.

Promotion du territoire sur le stand commun de la Ville de Rouen, de la Métropole et de Rouen Tourisme pendant la semaine d'accueil du village et commercialisation d'une croisière promenade avec l'Escapade.



PASSAGE DE LA FLAMME OLYMPIQUE

Vendredi 5 juillet à Rouen et Jumièges



VOTEZ POUR LE PLUS BEAU MARCHÉ DE FRANCE

Le marché de la place Saint-Marc est l'un des plus grands de l'agglomération rouennaise. Qualifié « plus beau marché de Haute-Normandie » en 2024, le marché Saint-Marc a fait partie des 24 marchés en France ayant reçu le plus de votes au concours organisé par TF1 et Paris Normandie.

Un tournage de vidéos et des prises de vues ont été réalisées. Les exposants du marché ont été interrogés. L'ensemble a fait l'objet d'une campagne de communication sur les réseaux sociaux.



80^e ANNIVERSAIRE DU DÉBARQUEMENT DE NORMANDIE

En juin

L'année 2024 a marqué le 80^e anniversaire du Débarquement et de la Bataille de Normandie. Rouen Tourisme a proposé une visite guidée thématique « Rouen 44 » pour l'occasion qui racontait la vie des Rouennais durant cette guerre, entre occupation et résistance, répression et bombardements a tant changé le visage de Rouen.



LES COLLABORATIONS



CLUB DES TOQUES

Rouen Tourisme accompagne l'organisation des opérations du **Club des Toques** de Rouen Vallée de Seine, regroupant les plus grands chefs et artisans du territoire, dans un objectif de préserver et promouvoir le patrimoine gastronomique. En 2024, Lynda Jumel du restaurant Lé Là a rejoint le Club des Toques.

DÎNER DE GALA

Gefluc – Les entreprises face au cancer
9 avril – Halle aux Toiles

Les Chefs du Club des Toques ont mis leur talent au service de la lutte contre le cancer en Normandie en participant à l'organisation de cette soirée exceptionnelle. La recherche de dons s'effectue au niveau local et les sommes récoltées servent à financer localement des projets de recherche et des actions de prévention en entreprises.

TÉLÉTHON

Chaque année des soupes et des gâteaux des chefs sont vendus au profit du Téléthon représentant **un don de 1 293 €**.

GOÛTER DES CHEFS

Avec l'association Vie et Espoir, les chefs Benoît David de l'Hermitage et Watcharapong Sorndee de Gill Côté Bistro ont donné le sourire aux enfants malades du service oncologie pédiatrie du CHU de Rouen en offrant des douceurs pour Noël.



CAMPAGNE DE FINANCEMENT PARTICIPATIF SAINT-OUEN

UN DON DE 19 368 €

Rouen Tourisme a fait un nouveau **don de 19 368 €** en faveur de la restauration de la rose du transept sud de l'Abbatiale Saint-Ouen. La collecte auprès de la Fondation du Patrimoine s'élève désormais à **467 342€!** Ce qui signifie que l'objectif de 500 000 € est presque atteint grâce à 740 donateurs.

BOUTIQUE

Ventes au profit de la restauration de l'abbatiale Saint-Ouen **5 947 €**.



COLLECTION D'ART

Rouen Tourisme s'associe à la manifestation au profit de la restauration de la rose.



OUI CHEFFE! GRANDS REPORTAGES TF1

Les équipes de Grands Reportages de TF1 ont suivi Charlotte HUBERT, cheffe d'orchestre de la restauration de l'Abbatiale Saint-Ouen, qui a dédié ses superbes aquarelles vendues en édition limitée à l'Office de Tourisme au profit de la restauration de la rose.

LA FRANCE VUE D'EN HAUT TV5 MONDE

Le reportage du magazine "Des racines et des ailes" mettant en avant la cathédrale de Rouen et l'Abbatiale Saint-Ouen est régulièrement diffusé sur TV5 Monde. L'occasion pour les visiteurs du mode entier de découvrir ce magnifique patrimoine.

SMA 76

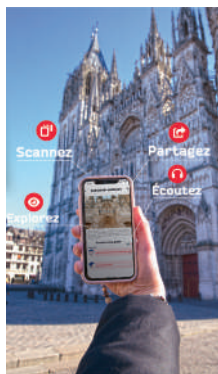
SHAZAM DES MONUMENTS

Seine-Maritime Attractivité en partenariat avec les Offices de Tourisme de **Rouen**, **Le Havre** et **Dieppe** proposent, à l'échelle d'un **département**, une application capable de reconnaître les monuments de leurs villes. **30 monuments** sont reconnaissables **à Rouen**.

Surnommée le « Shazam des monuments », Whatizis est une application innovante et gratuite qui permet de reconnaître les monuments.

Le parcours des incontournables de Rouen, mis en place en 2024, a beaucoup de succès, puisque **plus de 75 % des utilisateurs de l'app sur Rouen l'ont consulté et 50 % l'ont démarré**.

Application téléchargeable sur Apple Store et Google Play.



PÔLE MÉTROPOLITAIN

Le **Pôle métropolitain Rouen Seine-Eure** a été créé en 2011 pour mettre en synergies des projets communs entre les agglomérations de Rouen et de Seine-Eure. Le champs d'intervention dans le tourisme consiste à la création et gestion de produits, le développement de services ou d'équipements touristiques... valorisant **le patrimoine naturel autour de la Seine**. En 2022 une convention triennale (cadre stratégique) a été mise en place et un avenant définit chaque année le programme des actions communes.

Les actions 2024 : structuration de l'offre touristique de La Seine à Vélo, La randonnée pédestre Gare à Gare (GR2) le long de la Seine, la valorisation des panoramas, la mise en avant des grands événements et la promotion d'une station trail.

ACCUEILS TRAIL

- Accueil de Vincent Gaudin Run Mag et Le Journal du Trail du 8 au 12 avril 2024.
- Accueil de Sissi Cussot du 21 au 23 mai 2024.
- Tournage d'une vidéo de promotion du trail en normandie octobre 2024.

ACCUEILS PRESSE (MAGAZINE BALADES)

- Accueil de Stéphane Magnoux du 10 au 13 septembre
2 reportages seront publiés en 2025 dans le magazine Balades :
La Seine à Vélo numéro de janvier
Le GR2 numéro de mai.

PROMOUVOIR

A photograph of a historic half-timbered building with a ground-floor cafe terrace. The terrace has metal chairs and tables, and a large tree trunk is on the left. The word 'PROMOUVOIR' is overlaid in large white letters.

NOS SUPPORTS DE COMMUNICATION

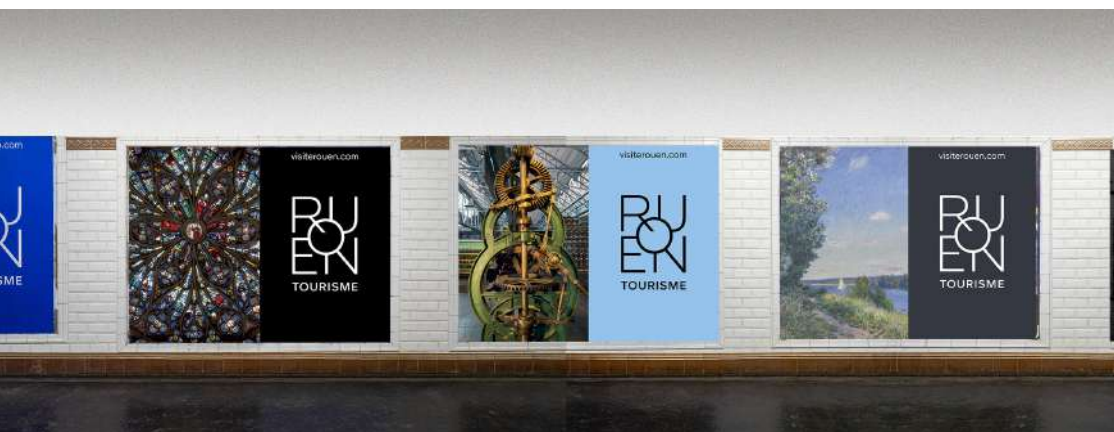
En 2024, Rouen Tourisme a poursuivi la refonte de ses supports de communication tout en assurant une impression en grand volume pour assurer la promotion et le renseignement auprès des visiteurs.

ÉDITIONS

- **Rapport d'activité 2024 : 100 ex**
- **Dossier de presse FR: 50 ex**
- **Dossier de presse GB: 50 ex**
- **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 #4 (avril-oct): 15 000 ex**
- **Magazine #5 (nov-avril): 15 000 ex**
- **Rouen à table FR: 8 000 ex**
- **Top attractions: 2 000 ex**
- **Brochure Groupes: 100 ex**
- **Brochure Scolaires: version web**
- **Brochure MICE: version web**
- **Brochure Croisières: version web**



NOS CAMPAGNES DE COMMUNICATION



Campagne printemps



Campagne automne



CAMPAGNES MÉTRO PARISIEN

200 x 150 cm - 245 faces

- Du 01/04 au 14/04
- Puis du 30/09 au 16/10



**Occasion de voir
65 931 073**

**Audience
4 429 051**

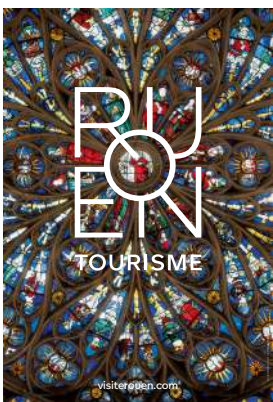
**Répétition
8,9**

CAMPAGNE D’AFFICHAGE ROUENNAISE

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

Campagne printemps
du 10 au 16 avril

Campagne automne
du 30 octobre au 5 novembre



INSERTIONS PRESSE

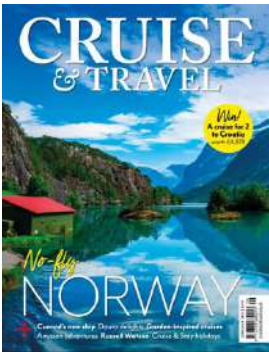
Parutions printemps/automne 2024

- **Beaux-Arts magazine**, tiré à 70 000 ex
- **Télérama Sortir**, dernière de couverture, édition du 27 novembre



Parution Croises printemps/été 2024

- **Cruise times**
- **Cruises industry news**
- **Seatrade cruise**
- **National geographics**



CAMPAGNES DIGITALES

1. Campagne EVJF janvier 2024



10 158
clics



291 960
personnes
touchées



2. Campagne Normandie Impressionniste : avril 2024



18 620
clics



638 208
personnes
touchées



3. Campagne pays européens juin 2024



82 743
clics



2 121 881
personnes
touchées



4. Campagne Rouen Pass juillet 2024



15 268
clics



588 402
personnes
touchées



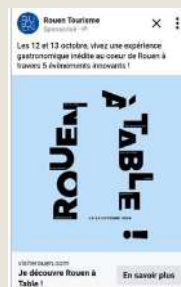
5. Campagne Rouen à Table ! septembre 2024



341
achats
sur le site



253 599
personnes
touchées



6. Campagne EVJF décembre 2024



2 651
nouveaux
abonnés



199 709
personnes
touchées



NOS OUTILS EN LIGNE

VISITEROUEEN.COM

+ 21 %
+ 1,3 millions
de visites

Le site internet de l'Office de Tourisme a connu une variation positive de **+ 21 % par rapport à 2023**.

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.

76 %
français

24 %
étrangers

La traduction intégrale en 5 langues étrangères : anglais, allemand, italien, espagnol et néerlandais a permis une nette augmentation des internautes étrangers par rapport à 2023.

TOP 5 pour la France



• Île-de-France



• Normandie



• Hauts-de-France



• Auvergne-Rhône-Alpes



• Nouvelle-Aquitaine

TOP 5 étrangers



• Allemagne



• Royaume-Uni



• États-Unis



• Italie



• Belgique

TOP 5 des pages les plus consultées

1. Accueil
2. Visiter Rouen en une journée
3. Agenda
4. Foire Saint-Romain
5. Cathédrale de lumière

UN CHATBOT ENTRE VOUS ET NOUS

Au lancement du nouveau site internet 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.

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

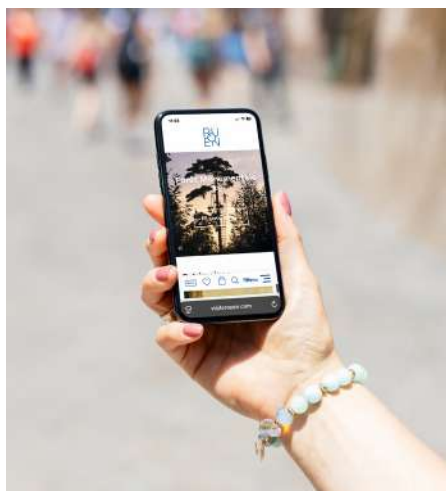
- L'Intelligence Artificielle fait du machine learning : l'IA apprend des cas et des questions des visiteurs pour apporter au fur et à mesure du temps la réponse la plus précise et la plus adaptée.
- Gérer le multilingue de manière optimale.
- Réduire les appels téléphoniques et emails en apportant un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

17 500 conversations pour 23 400 messages échangés (1,35 messages par conversation). **Le chatbot a répondu à 99 % des questions posées.**

70 % sur mobile, 26 % sur ordinateur et 4 % sur tablette.

93 % en français, 4,5 % en anglais.

Source : Tolk.ai

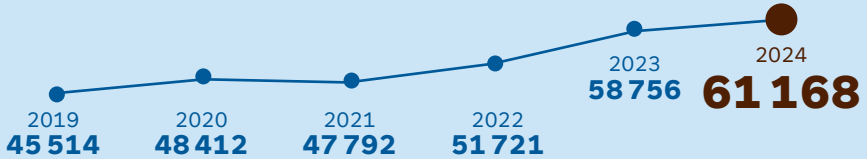


LES RÉSEAUX SOCIAUX

FACEBOOK



ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ



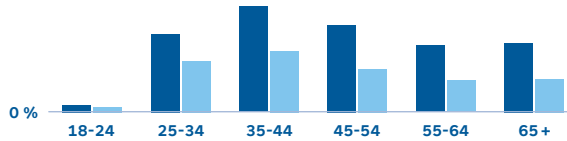
Taux d'évolution par rapport à l'année 2023 **+ 4 %**

AUDIENCE



Genre
64,6 %
de femmes

35,4 %
d'hommes



Principales villes

	%
Rouen	11,3
Paris	4,2
Sotteville-lès-Rouen	2,1
Le Grand-Quevilly	1,8
Le Havre	1

Principaux pays

	%
France	84,8
Italie	1,9
Algérie	1,5
Belgique	1,4
Espagne	1

Taux d'engagement moyen annuel **2,1 % (-19 %)**

Couverture moyenne annuelle **440 067 (+104 %)**

Couverture totale sur l'année **5 280 811 (+104 %)**

Couverture payée **821 896 (+5 934 %)**

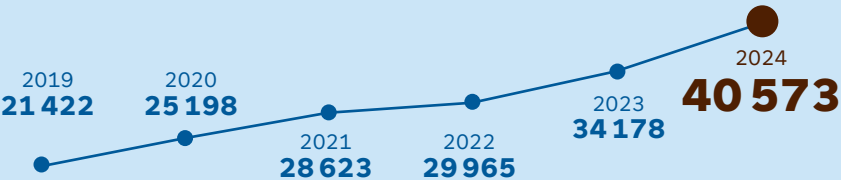
TOP POST
Impressions

1 403 103





ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ



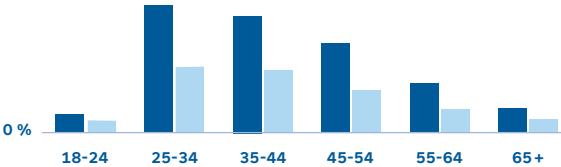
Taux d'évolution par rapport à l'année 2023 + 19 %

AUDIENCE



Genre
66,1 %
de femmes

33,9 %
d'hommes



Principales villes	%
Rouen	10,8
Paris	3,8
Sotteville-lès-Rouen	1,3
Mont-Saint-Aignan	1,2
Bois-Guillaume	1,1

Principaux pays	%
France	66,8
États-Unis	3,2
Italie	3,1
Brésil	2,1
Royaume-Uni	1,7

Taux d'engagement moyen annuel **10,30 % (+ 415 %)**

Couverture moyenne annuelle **55 033 (+ 209 %)**

Couverture totale sur l'année **660 400 (+ 185 %)**

TOP POST
Impressions
106 437





ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ



Taux d'évolution par rapport à l'année 2023 + 23 %

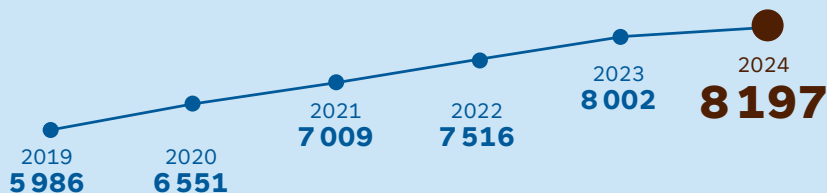
Principales villes	%
Rouen et périphérie	53,1
Paris et périphérie	10,8
Caen et périphérie	2,9
Le Havre et périphérie	2
Évreux	1,3



Taux d'engagement moyen annuel **15,65 % (+ 683 %)**
Couverture moyenne annuelle **30 284 (+ 70 %)**
Couverture totale annuelle **363 411 (+ 70 %)**



ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ



Taux d'évolution par rapport à l'année 2023 **+ 2 %**



TOP POST

Impressions

1 700

YOUTUBE



697
abonnés

@RouenValleeDeSeine

148 vidéos

Chaîne officielle de Rouen Tourisme

CALAMÉO
ROUEN TOURISME



261

Publications



679,8 K

Vues



29,4 K

Téléchargements

LES SALONS ET WORKSHOPS

Rendez-vous en France
les 26 et 27 mars 2024 à Toulouse

80 rendez-vous

Cet événement est le lieu incontournable dédié à la commercialisation internationale de l'offre touristique et commerciale de notre destination.

Thématiques phares :
L'Impressionnisme / La gastronomie / Slow-tourisme / Tourisme équitable



Workshop presse Partir en France à Paris
les 22 et 23 janvier 2024

35 RDV : 21 journalistes / 14 influenceurs

Pour la 1^{re} participation au salon annuel organisé par ADN Tourisme. Les grandes actualités de Rouen et de la Métropole pour les deux années à venir ont été présentées. Ce workshop est également l'occasion d'entretenir le réseau.

Workshops presse S'évader en France
à Paris les 6 février et 13 décembre 2024

40 contacts qualifiés

La 11^e participation aux rencontres annuelles du club presse des Offices de Tourisme de France avec les journalistes des rubriques Tourisme a été l'occasion d'échanges autour de la promotion de la destination et de ses événements.

Salon des Vacances Léonard (Belgique)
13 au 14 janvier 2024

130 exposants

Voyages Léonard organise chaque année son Salon des Vacances devenu référence dans le secteur et unique en région de Liège.

Thématiques phares :
Événements / Seine à vélo / Gastronomie



ÉDUCTOURS

**Éductour Salon Rendez-vous en France
2024 – La Normandie Médiévale
Le 24 mars 2024**

**10 participants (Espagne, Pays-bas,
3 États-Unis, 2 Canada
et 3 Royaume-uni)**

Au programme : visite guidée en anglais sur Rouen médiéval et déjeuner normand au Bistrot d'Arthur.

Les tour-opérateurs ont découvert la destination pour la première fois. Ils n'en soupçonnaient pas la richesse, la beauté, la qualité gastronomique et son art de vivre. Les expériences, la qualité des guides et la cerise sur le gâteau : le dîner, les ont persuadés de programmer Rouen auprès de leur clientèle.

**Éductour
Salon Rendez-vous en France 2024 –
La Normandie : hors des entiers battus
Le 24 mars 2024**

**3 participants (Espagne, Japon,
États-Unis)**

Découverte de la vallée de Seine et halte gastronomique à la Petite Auberge avec un menu proposé par Christophe Mauduit.

**Éductour international –
L'Impressionnisme
Le 16 mai 2024**

**9 tour-opérateurs (2 Japon, États-Unis,
Belgique, Allemagne, Canada, Pays-Bas,
Royaume-uni, Italie)**

Pour les 150 ans de l'Impressionnisme, célébrés par Paris, l'Île de France et la Normandie, nous avons accueilli en collaboration avec Normandie Tourisme, Choose Paris Région et Atout France un éductour multimarchés.

10 tour-opérateurs et agences de voyages plutôt spécialisés « voyages culturels » ou ayant un intérêt marqué pour l'art et la culture ont découvert nos offres autour du patrimoine artistique avec un focus sur l'impressionnisme avec la visite guidée des sites, dont l'Atelier Claude Monet et des collections impressionnistes du Musée des Beaux-arts.



Tapooz Travel est un tour-opérateur américain spécialisé dans le voyage dit « accessible » avec de nombreux clients qui ont des problèmes de mobilité. Ils utilisent un fauteuil roulant, un scooter de mobilité ou un déambulateur. Leur découverte de Rouen permettra de programmer notre destination dans le cadre d'un programme Normandie.



**Famtrip (Éductour) de l'Ambassador
Cruise Line et Agents de voyages
Le 24 octobre 2024**

**16 participants : agents de voyages
du Royaume-Uni et Irlande, 2 membres
du siège social d'Ambassador Cruises**

Ce Famtrip avait pour but de faire connaître aux agents de voyages les prestations et le potentiel touristique et commercial de Rouen, afin de les encourager à vendre nos richesses culturelles et naturelles à leurs clients. Le Famtrip a permis aux agents de découvrir la diversité et le patrimoine de Rouen en tant que destination touristique. Les participants, spécialisés dans l'organisation de séjours en Europe et particulièrement en France pour des groupes et des clients individuels, ont exprimé leur satisfaction et leur enthousiasme à travers des commentaires positifs et des évaluations élevées.

Ils ont également manifesté leur intention de recommander la ville de Rouen à leurs clients potentiels. L'événement a favorisé le réseautage et la création de partenariats entre les différents acteurs présents. Les agents de voyages et le représentant de Rouen Tourisme ont pu échanger des informations, des idées et des stratégies de commercialisation. Ces interactions ont renforcé la confiance mutuelle et la collaboration, éléments essentiels pour le développement du tourisme dans la région.

PRESSE LOCALE ET NATIONALE

**31 CONVENTIONS SIGNÉES
DONT 18 HÔTELS ET 12
RESTAURANTS POUR
ACCUEILLIR LA PRESSE DE
FAÇON PRIVILÉGIÉE**

NATIONAL

14 accueils, 18 supports

Thématiques :

**Impressionnisme / Seine à Vélo /
Gastronomie / Retombées JO /
Forêt Monumentale /
Nature (Rando et trail)**

- Meet & Travel Mag
- Le Parisien week-end
- Radio J, Les boomeuses, Mistertravelmag
- Run Mag, Journal du trail
- Le Figaro Magazine
- Airs de Paris
- M6! Ma recette est la meilleure de France
- Le Nouvel Obs
- La Tribune Dimanche
- Version Femina
- Europe 1, Balades en France
- Figaro Quotidien
- Cuisine actuelle
- Magazine Balades
- TF1
- Europe 1 et BFM TV relayés
par Gault et Millau

LOCAL

**3 dossiers de presse,
8 communiqués de presse,
3 conférences de presse**

PHOTOTHÈQUE ET PRESSE

188 assistances

Les thématiques demandées :

**Incontournables / Forêt Monumentale /
Impressionnisme/Gastronomie**

Meet
Travel
Mag

Le Parisien
week-end

RUN
Journal du Trail
Trail Running

à
la carte

Radio J

Boomeuses

LE FIGARO

6

Nouvel Obs

LA TRIBUNE
DIMANCHE

version
femina

Europe 1

Cuisine
Actuelle

Balades
LE MAG RANDOS

TF1

BFM
TV

Gault &
Millau

Roberte COLANGE
Un week-end à
Rouen

Les 4 activités !
L'architecture et l'histoire

Commencez votre week-end à Rouen par la visite du quartier médiéval, entre le Vieux-Port et le Vieux-Rouen. Le quartier médiéval est un véritable musée à ciel ouvert. Vous y trouverez de nombreuses maisons à colombages, des églises et des hôtels particuliers. Le quartier médiéval est un véritable musée à ciel ouvert. Vous y trouverez de nombreuses maisons à colombages, des églises et des hôtels particuliers.

La maison des cakes

C'est à l'heure du goûter que vous pourrez vous arrêter à la Maison des Cakes. Cette maison est un véritable musée à ciel ouvert. Vous y trouverez de nombreuses maisons à colombages, des églises et des hôtels particuliers.

Une tarte au caramel au beurre salé

Après la visite, il est temps de déguster une tarte au caramel au beurre salé. Cette tarte est un véritable musée à ciel ouvert. Vous y trouverez de nombreuses maisons à colombages, des églises et des hôtels particuliers.



RUN+MAG
La station de trail de Rouen-Seine-Eure, le terrain de jeux des traileurs à 1h de Paris

INTERSPORT

ROUEN

ROUEN

la petite semaine

SEINE-MARITIME
La Forêt monumentale : s'ancrer d'art parmi les arbres

ROUEN

FRANCE

Immersion millénaire à Rouen

ROUEN



LE FIGARO MAGAZINE

ROUEN
Il y a une ville portuaire sur la Seine au grand large

ROUEN

PRESSE INTERNATIONALE

29 accueils presse

41 supports

Thématiques :

Impressionnisme/Gastronomie/

Incontournables/Médiéval

- Chakri Belaid – Die Zeit
- Shelly Steig – AAA Worldwide
- Leyla Alyanak – Off beat France
- James March – The Guardian
- Deike Uthenwold – DPA
- 5 Influenceurs Corée du Sud – AF
- NHK Japon
- Discovery Channel – GB
- Laura McMillen – History hit GB
- Fam trip presse – SP
- Chris Ludgate – Wandermagazine USA
- Leven in Frankrijk – NL
- Guido Biennek – D
- Peter Novak – USA
- Accueil presse Italie (3) – Turismo Italia / Si, viaggiare
- Fox news – USA
- Kampeerkampioen – NL
- Grownup travel – USA / Canada
- Couchflight – Sandra – D
- Bertrand Fizel – Die Zeit
- Yooupi – Youtubeuse Chine
- Carolyn Boyd – The Guardian : BBC Travel
- Objektiv – République Tchèque

DIE ZEIT



Leven in
FRANKRIJK

Discovery
CHANNEL



The New York Times





Hier graag een streamer over 6 regels
Hier graag een streamer over 6 regels
Hier graag een streamer over 6 regels
Hier graag een streamer over 6 regels




Herbarium planten

De natuur die omringt ons, de natuur die ons omringt, is het resultaat van de natuur die ons omringt. De natuur die ons omringt, is het resultaat van de natuur die ons omringt. De natuur die ons omringt, is het resultaat van de natuur die ons omringt.

Herbarium planten

De natuur die omringt ons, de natuur die ons omringt, is het resultaat van de natuur die ons omringt. De natuur die ons omringt, is het resultaat van de natuur die ons omringt. De natuur die ons omringt, is het resultaat van de natuur die ons omringt.



FRANCE
It's All Happening in Impressionist Normandy



Dulxiez Notre-Dame de Paris, parties plutôt à la découverte de la flamboyante cathédrale de Rouen



Normandy: A Journey Through Time and Memory



Jeanne d'Arc werd maar liefst drie keer verbrand. Om de herinnering aan haar helemaal uit te wissen.



Normandy, France

Peggy
Sage
PARIS

OBSERVATOIRE TOURISTIQUE



2024, ANNÉE RECORD

UNE FRÉQUENTATION TOUJOURS EN PROGRESSION

8,91 MILLIONS DE NUITÉES TOURISTIQUES SUR LA MÉTROPOLE

DANS LA MÉTROPOLE

Les chiffres du bilan de saison sont encore en progression cette année !

Au global sur la destination métropole Rouen Normandie, **la progression a été de 2,3 % de nuitées touristiques** entre 2023 et 2024 avec un gain de **200 000 nuitées, soit plus de 8,91 millions de nuitées** sur le territoire. Cette évolution positive sur la saison 2024 a surtout été portée par la nette progression de la venue des **touristes étrangers, qui a fait un bond de 7 % par rapport à 2023, soit près de 2,8 millions de nuitées touristiques**.

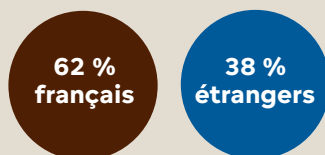
Les nuitées touristiques des Français sont stables et restent majoritaires par rapport aux touristes étrangers sur la destination.

À ROUEN

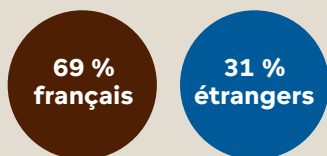
La fréquentation sur la ville de Rouen a été en progression cette année en matière de volume de nuitées touristiques, avec **plus de 4,2 millions de nuitées touristiques, + 4 % (gain de 160 000 nuitées) par rapport à 2023 et presque 10 % par rapport à 2022**.

On observe une **nette progression des touristes étrangers de près de 8 % avec un passage de 1,4 million de nuitées en 2023 à 1,6 million de nuitées étrangères en 2024** (gain de 120 000 nuitées).

NUITÉES TOURISTIQUES



NUITÉES TOURISTIQUES



2024

Nous avons en moyenne par mois

742 000

nuitées touristiques

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

ORIGINE DE LA FRÉQUENTATION TOURISTIQUE

TOP 4 fréquentation Français par Région zone Métropole Rouen Normandie					
Région	2024	2023	2022	2021	2019
1. Normandie	56,7 %	56,2 %	56,9 %	58,2 %	62,4 %
2. Île-de-France	15,4 %	16,4 %	17,5 %	17,8 %	14,1 %
3. Hauts-de-France	6,2 %	6,8 %	5,4 %	5,3 %	4,7 %
4. Auvergne-Rhône-Alpes	3,4 %	3,1 %	1,9 %	1,9 %	1,8 %

TOP fréquentation étrangère					
Pays	2024	2023	2022	2021	2019
États-Unis	10,9%	11,6 %	11,3 %	7,3 %	8,2 %
Allemagne	9,4 %	10,2 %	6,9 %	6,6 %	9 %
Royaume-Uni	8,3 %	10,1 %	6,9 %	4 %	7,6 %
Pays-Bas	7,7 %	8,1 %	5 %	5,1 %	4 %
Italie	4,8%	5,3 %	4,3 %	3,4 %	3,2 %
Espagne	4,8%	5,8 %	3,6 %	4,5 %	3,3 %
Belgique	4,4 %	5,1 %	3 %	4,1 %	2,9 %

Zoom sur la région Île-de-France entre 2023 et 2024

Si la fréquentation de la région Île-de-France a diminué légèrement, les visiteurs Parisiens Intra-muros sont en progression. Cette diminution de fréquentation s’explique par la tenue de l’Armada en Juin 2023 (- 39 % de nuitées) et celle des Jeux Olympiques Paris 2024 (recul de - 3,6 %).

Sources: Flux Vision Tourisme – Seine-Maritime Attractivité

L'ACTIVITÉ DES HÉBERGEMENTS

+ 9 % DE TAUX D'OCCUPATION HÔTELIÈRE

Le taux d'occupation des hôtels
de la métropole rouennaise a atteint
69 % en 2024 contre 60 % en 2022
et 41 % en 2021.



Nombre de nuitées totales
1 161 211

Nuitées Françaises
801 370

Nuitées Étrangères
359 841 (31 %)

Durée de séjour Étrangers: **1,5** jour

Nombre Hôtels: **67**

Durée moyenne de séjour - Total: **1,6**

Top Pays étrangers en volume de nuitées



1. Royaume-Uni (+ 70 000)



2. Allemagne (+ 45 000)



3. Pays-Bas (+ 43 000)



4. Belgique (+ 35 000)



5. Italie (+ 33 000)

Le parc hôtelier rouennais s'enrichit d'offres
de qualité, avec les ouvertures en 2024
d'établissements haut de gamme.

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 appart-hôtel **Adagio Access 3*** avec
75 chambres ainsi qu'un restaurant aux
saveurs italiennes avec vue sur Seine.

Au troisième trimestre 2024, **L'École
Buissonnière** a ouvert ses portes: un projet
qui comprend des bureaux, un parc urbain,
un restaurant, un **spa Phytomer** et un hôtel
4* Hyatt Place de 85 chambres et suites
avec de magnifiques vues panoramiques
sur le centre de Rouen et sa cathédrale.

Sources: Étude menée par l'Insee sur les hôtels
de la métropole en 2024.



LES CROISIÈRES



CROISIÈRES FLUVIALES

865

escales

soit **-4%** vs 2023 / **+18%** vs 2019



22 bateaux

9

compagnies de croisières fluviales

CROISIÈRES MARITIMES

6 870

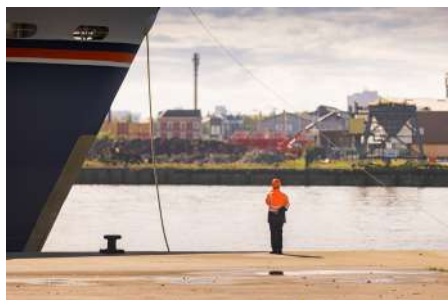
passagers



10

escales

soit **-9%** vs 2023 / **-62%** vs 2019



FRÉQUENTATION DES SITES TOURISTIQUES

La visite des sites touristiques et des musées de la Métropole reste une valeur sûre pour nos visiteurs. Ceux de la vallée de Seine attirent environ 15 % de la fréquentation touristique avec les abbayes de Jumièges et Saint-Martin de Boscherville, le château du Taillis et le Centre d'art contemporain de la Matmut Daniel Havis.

SITES ET MONUMENTS	2024	2023	2022	2021
1. Aître Saint-Maclou*	735 760	704 977	673 000	-
2. Église Sainte-Jeanne-d'Arc*	261 822	350 131	251 471	115 548
3. Musée des Beaux-Arts	250 439	176 310	149 962	75 615
4. Abbaye Saint-Pierre de Jumièges	-	81 618	-	-
5. Abbatale Saint-Ouen*	81 741	74 649	88 026	27 289
6. Historial Jeanne d'Arc	78 947	73 975	60 195	-
7. Église Saint-Maclou	66 131	72 717	46 208	43 833
8. Musée Beauvoisine	35 184	50 599	40 950	18 192
9. Musée Le Secq des Tournelles	35 040	34 338	26 535	10 253
10. Centre d'art contemporain de la Matmut - Daniel Havis	30 009	25 902	38 202	16 311
11. Gros horloge	18 531	24 803	25 639	14 705
12. Château du Taillis / Musée Août 44	18 900	23 080	19 160	-
13. Musée Industriel de la Corderie Vallois	13 459	15 425	12 070	4 125
14. Fabrique des savoirs / Centre d'archives patrimoniales – Elbeuf	13 725	15 358	14 717	8 580
15. Musée de la céramique	16 694	11 995	12 441	5 794
16. Musée Flaubert et d'histoire de la médecine	13 531	11 395	8 596	11 395
17. Maison-des-Champs, Pierre Corneille – Petit-Couronne	2 450	6 115	2 366	1 540
18. Musée Maritime, fluvial et portuaire	4 185	2 992	1 407	1 902
19. Maison Natale de Pierre Corneille	4 955	2 387	5 896	3 090
20. Pavillon Flaubert	805	810	654	166
21. Musée national de l'éducation	-	-	7 985	-
22. Le Donjon de Rouen	10 346	-	-	-
23. Maison sublime	2 380	-	1 185	-
24. Abbaye Saint-Georges de Boscherville	39 112	-	-	-

* Compteur

Source: sites et monuments

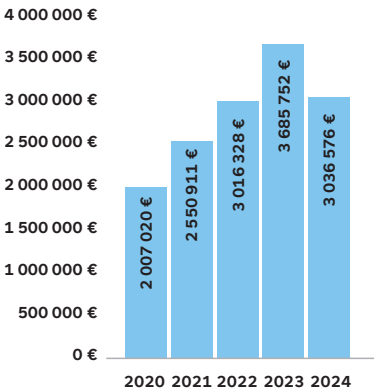


NOS COMPTES

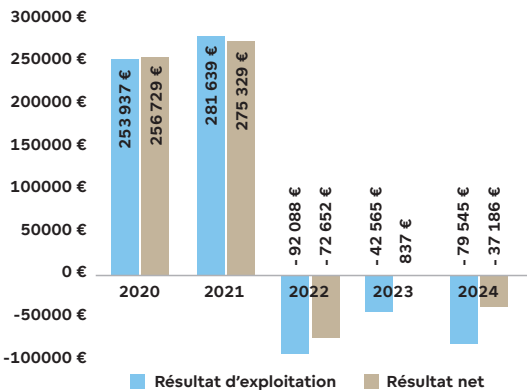


COMPTES ANNUELS CLOS AU 31 DÉCEMBRE 2024

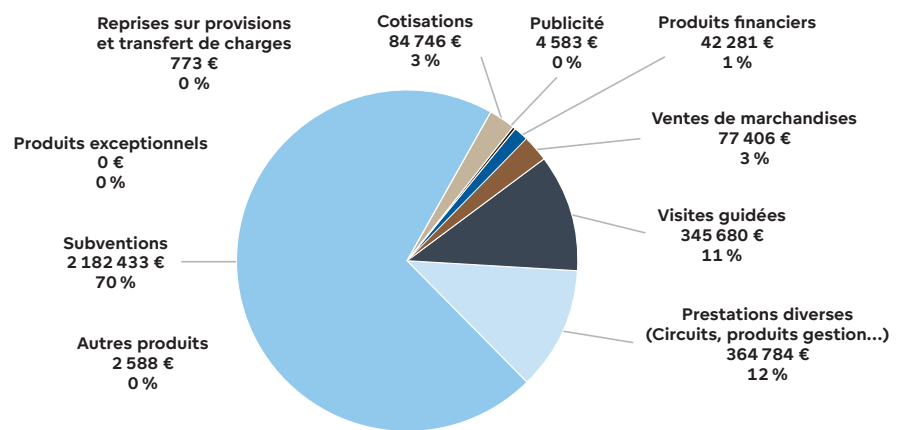
PRODUITS D'EXPLOITATION



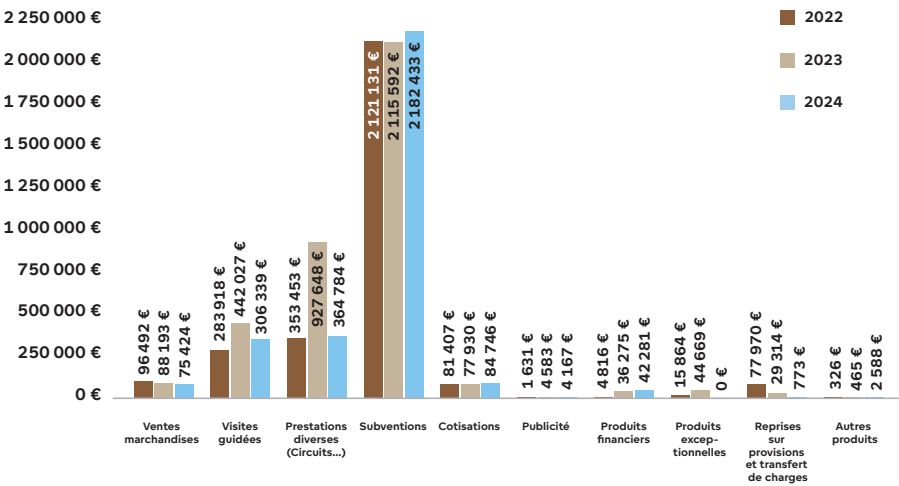
RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET



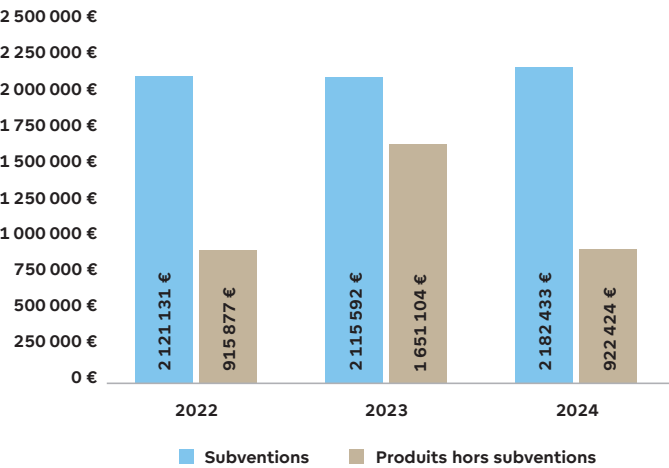
RÉPARTITION DES PRODUITS EN 2024: 3 104 857 €



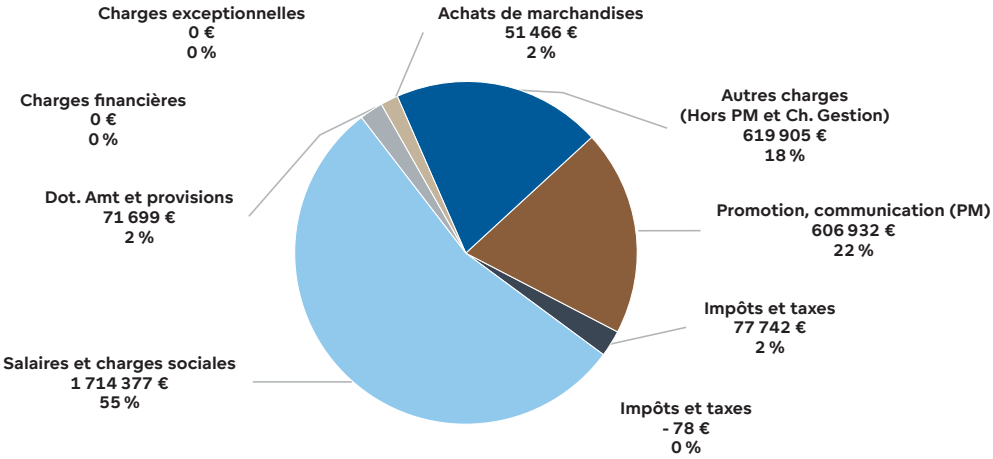
ÉVOLUTION DES PRODUITS DE 2022 À 2024



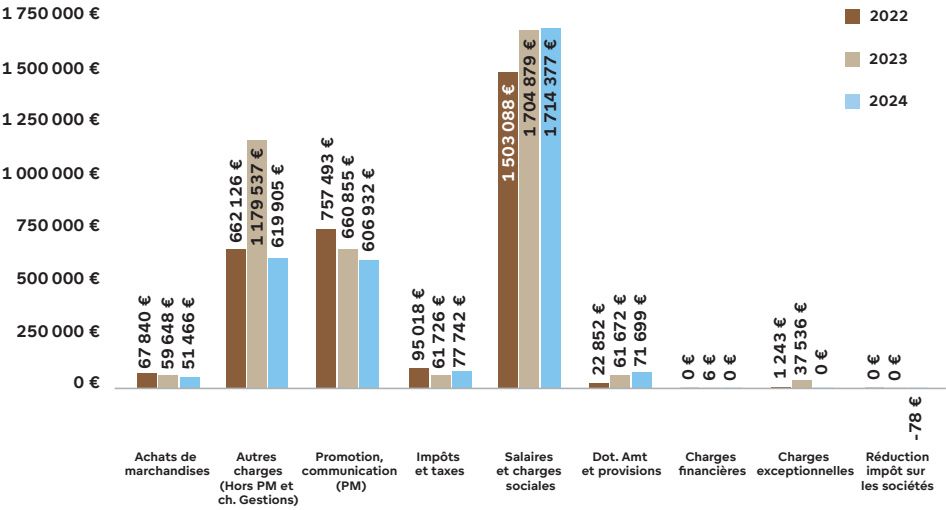
STRUCTURE PRODUITS DE 2022 À 2024



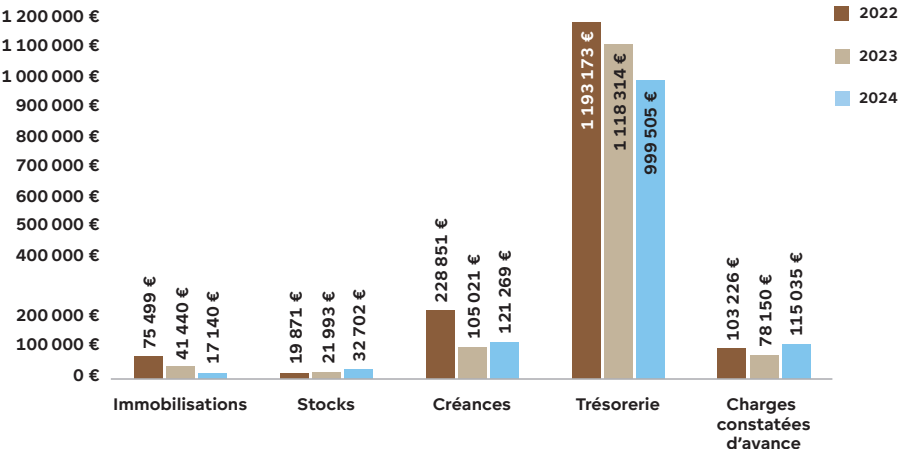
RÉPARTITION DES CHARGES EN 2024 : 3 142 043 €



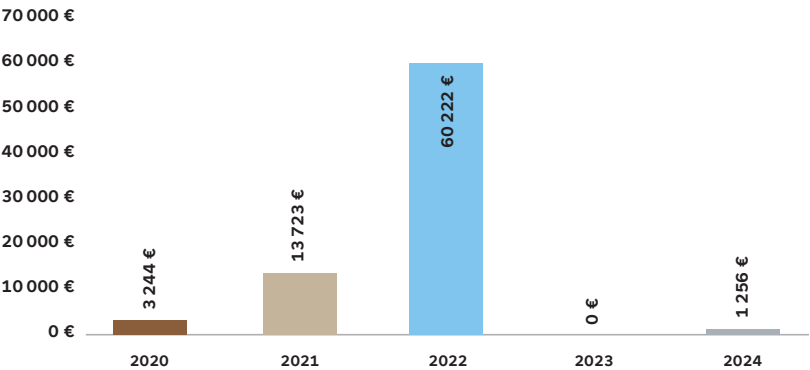
ÉVOLUTION DES CHARGES DE 2022 À 2024



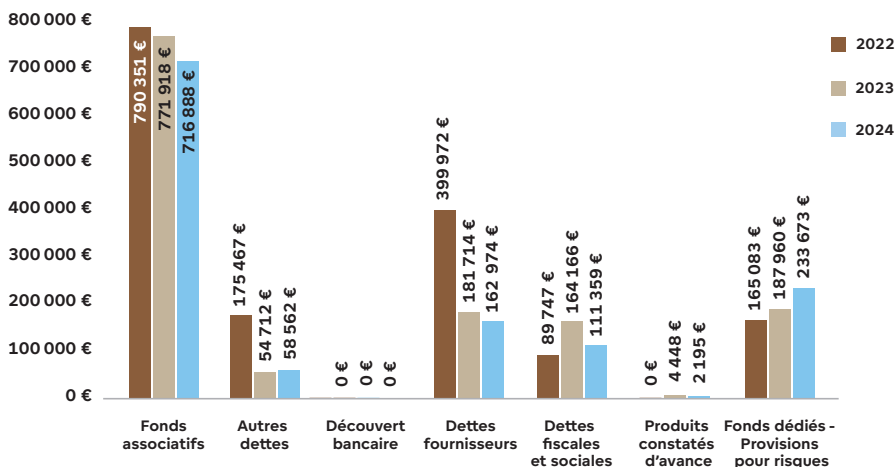
RÉPARTITION DU BILAN ACTIF DE 2022 À 2024



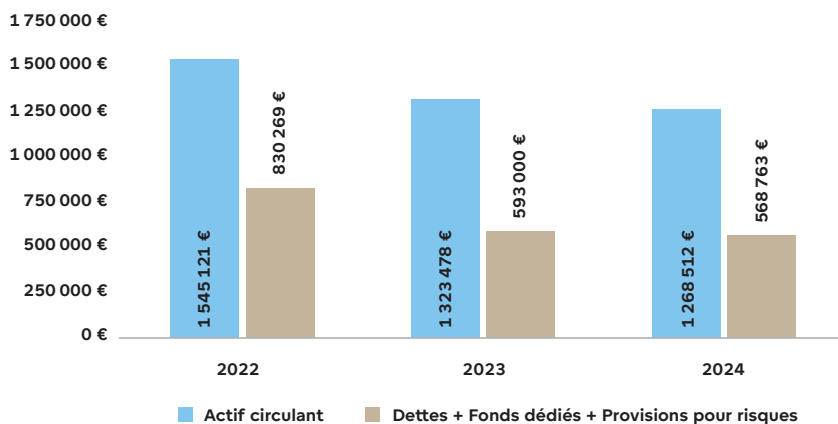
INVESTISSEMENTS DE 2020 À 2024



RÉPARTITION DU BILAN PASSIF DE 2022 À 2024



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:

Benoit Eliot / Octopus • Secrétariat de rédaction et

iconographie: service communication Rouen Tourisme

Couverture : Cathédrale de lumière, Optic Gothic,
création de Antoine + Manuel

Photographies : P. 2 : Robert Wilson • P. 5 : École Fauchon •

P. 3, 5, 6, 16, 26 : David Morganti • P. 12 : Adobe Stock •

P. 4, 5, 9, 11, 14, 15, 18, 19, 24, 25, 27, 35, 43, 55, 57, 59,

60, 61, 65, 69, 75, 76, 77, 79, 80 : Rouen Tourisme

P. 4, 5, 22, 34, 42, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 55, 58, 89 :

Singuliers Pluriel • P. 25 : Adobe Stock, Clément Giraud •

P. 26, 32, 39, 41, 53, 58, 62, 64, 82, 89, 90 et couverture :

Benoit Eliot • P. 31 : Instapades • P. 38 : Jean-François

Lange • P. 40 : Symphony in White, N° 2 The Little White

Girl • P. 44 : Philippe Apeloig • P. 56 : Bicomme – Fchivot

P. 59 : GEFLUC • P. 61 : SMA, Département 76 • P. 86, 87 :

Blas Garcia Castellano

2^e trimestre 2025

Impression: Ingénidoc



visiterouen.com