

RAPPORT D'ACTIVITÉS 2025





SOMMAIRE

5	ÉDITO	48	ANIMER
6	L'ANNÉE 2025	49	Rencontre nationale Patrimoine et Innovation
8	ROUEN TOURISME	50	Tour de France
9	Le Conseil d'Administration	52	Rouen à Table !
10	L'équipe	66	Événements 2025
12	Nos missions / Les objectifs 2025	68	Les collaborations
18	FÉDÉRER	76	PROMOUVOIR
19	Nos adhérents	77	Nos supports de communication
20	Des partenaires fidèles	78	Nos campagnes de communication
22	Clôture de la campagne de financement de l'Abbatiale Saint-Ouen	84	Nos outils en ligne
24	ACCUEILLIR	87	Les réseaux sociaux
25	Accueil Rouen	93	Les salons, workshops et éductour
27	Accueil Jumièges	95	Visibilité de la destination dans les lieux de transport
29	Accueil croisière maritimes	96	Relations presse
30	COMMERCIALISER	100	OBSERVATOIRE TOURISTIQUE
31	Les nouvelles offres	101	Fréquentation de la destination
35	Les ventes individuelles	102	Fréquentation des sites touristiques
37	Le Rouen pass	103	L'activité des hébergements
38	La location de vélos	105	Les croisières fluviales
39	La boutique	106	NOS COMPTES
42	Les nouveautés 2025 de la boutique	107	Comptes annuels clos au 31 décembre 2025
43	La location d'audioguide		
45	Les ventes groupes		
47	Les ventes tourisme d'affaires		





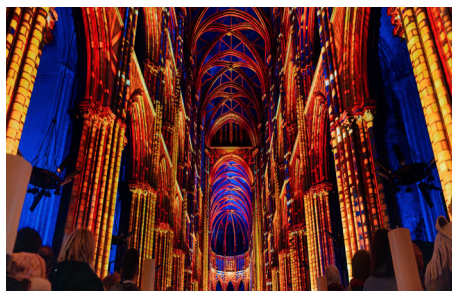
Christine de Cintré
Présidente
de Rouen Tourisme

Tout au long de l'année, Rouen affirme son identité de destination culturelle, patrimoniale et événementielle d'exception. En 2025, la Métropole Rouen Normandie franchit un cap : elle n'a jamais accueilli autant de visiteurs. Cette dynamique confirme la pertinence de notre stratégie, fondée sur un tourisme patrimonial innovant, porté par une identité claire, reconnue et par la volonté de proposer des expériences toujours plus immersives avec une attention particulière portée aux familles, grâce à une programmation de spectacles, d'ateliers et de visites favorisant le partage et la transmission. Nous entendons poursuivre et approfondir cette ambition. **Les premières Rencontres nationales Patrimoine et innovation**, organisées par Rouen Tourisme, consacrées à l'innovation et au patrimoine, s'inscrivent pleinement dans cette démarche.

Les événements qui ont rythmé cette saison ont été autant d'occasions de porter un regard contemporain sur nos patrimoines. La nature a été particulièrement mise en avant avec des rendez-vous d'envergure tels que le **Tour de France 2025**, le village de la **Solitaire du Figaro Paprec** ou encore la deuxième édition de **Forêt Monumentale**, où l'art dialogue avec la nature. Les fêtes Jeanne d'Arc, l'Abbaye de Jumièges transformée en camp viking, ont invité à redécouvrir la richesse de notre histoire. À l'automne, c'est la 2^e édition du festival **Rouen à table !** qui a fait son cinéma, illustrant pleinement notre label de Ville créative UNESCO en gastronomie. Quand les expositions de nos musées célébraient le design, la littérature révélant ainsi l'histoire industrielle, artistique et littéraire de la métropole.

L'année 2025 a également été marquée par un engagement collectif exemplaire en faveur du patrimoine. Aux côtés de la Ville de Rouen, Rouen Tourisme a mené avec succès la campagne de financement participatif lancée en partenariat avec la Fondation du Patrimoine pour restaurer la rose du transept sud de l'Abbatiale Saint-Ouen. **La remise d'un chèque de 466 000 euros** est venue saluer la mobilisation remarquable de l'ensemble des acteurs du territoire — citoyens, commerçants, entrepreneurs. Grâce à cet élan, ce joyau d'une rare beauté pourra être transmis aux générations futures. C'est une fierté collective que nous partageons aujourd'hui avec gratitude.

L'ANNÉE 2025



JANVIER

Luminiscence
Succès de la billetterie



FÉVRIER

Éductour au cœur du patrimoine littéraire



MARS

Salon RDV en France à Lyon



AVRIL

Campagne d'affichage
dans le métro parisien



MAI

Concours du meilleur costume médiéval
à l'occasion des fêtes Jeanne d'Arc



JUIN

Soirée des partenaires



JUILLET

Rouen accueille la 4^{ème} étape
du Tour de France



AOÛT

Accueil et informations touristiques
au Village de la Solitaire du Figaro Paprec



SEPTEMBRE

Clôture de la campagne de financement
participatif de la rose de Saint-Ouen



OCTOBRE

Rouen à Table! fait son cinéma



NOVEMBRE

Séminaire équipe au Château de Mesnières



DÉCEMBRE

Lancement de l'opération
RDV à la tombée de la nuit



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

1 Président d'Honneur

Les commissions 2025 avec les administrateurs et professionnels :

- 2 commissions hébergements
- 8 petits-déjeuners des Toques

BUREAU DU 19 MAI 2025

Présidente

Christine de Cintré

Vice-Président

Éric Choulant

Vice-Président

Henry Decaëns

Vice-Président

Philippe Coudy

Vice-Président

Fabrice Antoncic

Secrétaire

Josette Cheval

Trésorier

Sileymane Sow

Assesseeurs

Laure Dufay

Philippe Depreaux

Jean-Yves Heyer

Matthieu Lucas

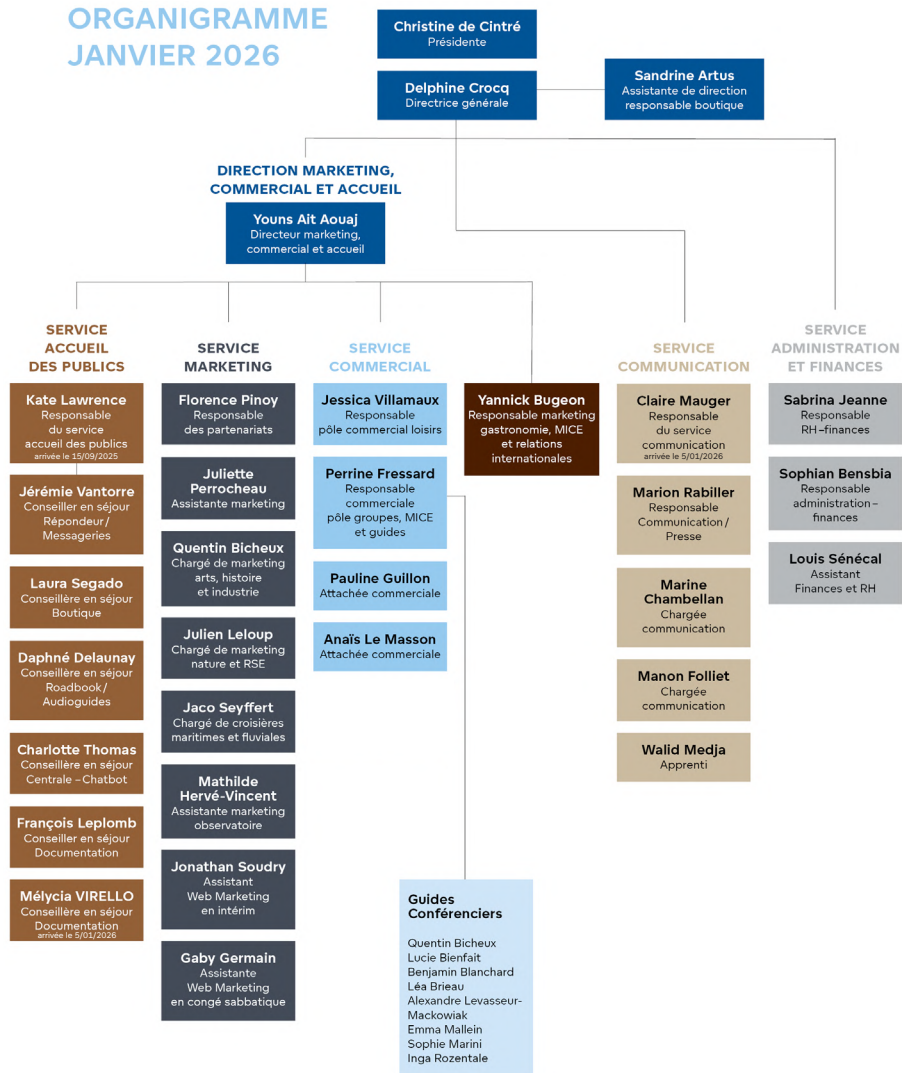
Vincent Mesureux

Hommage à Guy Pessiot

En décembre 2025, nous avons perdu Guy Pessiot, Président de l'Office de Tourisme de Rouen de 2008 à 2018 et Président d'honneur, engagé au sein de la Fédération Nationale des Offices de Tourisme. Profondément attaché à notre territoire, il a œuvré avec passion pour le rayonnement de Rouen, à travers notamment son travail d'éditeur sur l'histoire de la ville, sa passion pour la gastronomie. Son souvenir restera présent parmi nous.

L'ÉQUIPE

ORGANIGRAMME JANVIER 2026



Tiffany Varin
Annaëlle Delion

Contrat de remplacement

François Leplomb

Damien Maheut,
France Travail
Nina Pieper,
université de Rouen
Elise Loubaresse,
université de Rouen
Maele Araste,
Lycée Corneille
François Leplomb,
université de Rouen

Fabien Grenier,
université de Rouen
Héloïse Roy,
université du Havre
Ayoub Alami,
université Savoie Mont
Blanc
Akash NARAYAN,
Kedge Business school
Lola Cammarata,
BTS Camille St Saëns

Titulaires
Charlotte Thomas
Pauline Guillon

Suppléant
Juliette Perrocheau

LE BUREAU DES FINANCES

POINT D'ÉTAPE DES TRAVAUX

Le Bureau des Finances est le 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 10 500 000 € HT

En concertation avec Rouen Tourisme, la Métropole Rouen Normandie a lancé en novembre 2025 un appel d'offre en vue de la réalisation d'un nouvel accueil pour l'office du tourisme et d'une expérience Monet au 25 Place de la Cathédrale à Rouen. Le bâtiment regroupera les fonctions suivantes :

- Un accueil pour les touristes et habitants qui fréquentent l'Office du Tourisme.
- Une expérience valorisant la présence et le travail de Monet sur les Cathédrales.

L'appel d'offres porte sur une étude de programmation destinée à définir les dispositifs, leurs modalités d'utilisation, les contenus ainsi que leur organisation spatiale au sein du futur espace d'accueil et de l'expérience Monet. Il comprend également une mission d'assistance à la conception et à la réalisation de la scénographie, ainsi qu'un accompagnement dans l'analyse des candidatures et des offres.

Le travail de programmation, devra permettre en 2026 de répondre à l'ensemble des enjeux suivants :

- Comment faire pour être innovant mais durable (conception, matériel) ?
- Comment faire pour créer un lieu confortable, rassurant, désirable et désirant ?
- Comment faire pour que l'expérience via l'amusement, les sens, le plaisir, la créativité, la joie ... soit le vecteur de l'exploration du séjour (déclencheur d'action) et de sa mémorisation (souvenirs) ?
- Comment faire pour accueillir les personnes dans leurs singularités et recueillir ce qu'ils ont à partager ?
- Comment faire pour garantir des contenus de qualité et accessibles ?
- Comment faire pour concilier les besoins financiers de Rouen tourisme et la qualité de l'accueil ?
- Comment faire pour rendre signifiant le travail de Monet réalisé depuis le bâtiment ?



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 2025

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 son positionnement en s'appuyant sur les axes de développement suivants :

1. Le pilotage d'un événement gastronomie (Rouen à table !) et le soutien aux fêtes Jeanne d'Arc (patrimoine historique),
2. La définition des conditions de réalisation de l'Expérience Monet au sein de l'hôtel des finances, et de l'élaboration d'une campagne de financement participatif,
3. Le dépôt d'une candidature à l'appel à projets des Normands d'Europe, lancé par la Région Normandie 1^{er} trimestre 2025, dans le cadre du millénaire de Guillaume le Conquérant 2027, en vue d'une labellisation et d'un soutien financier sur le ou les projets proposés,
4. L'augmentation du nombre d'adhérents de l'office de tourisme, avec un objectif fixé à 500,
5. La poursuite du déploiement de la stratégie de communication avec les campagnes d'affichage dans le métro parisien sur des périodes ciblées,
6. L'accompagnement à 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,
7. Un travail sur la notoriété de la destination sur les lieux de transport,
8. Le développement des canaux de distribution internationaux en multipliant les offres touristiques pensées pour les visiteurs étrangers, et par la mise en avant du Rouen Pass,
9. Un travail sur la captation de valeur auprès des croisiéristes (développement d'opportunités de collaboration, de produits dédiés),
10. Le renforcement de la stratégie digitale, dont la définition d'une stratégie de médiation numérique mobile,
11. L'organisation d'un colloque sur le tourisme patrimonial innovant pour faire état de nos travaux et s'inspirer des bonnes pratiques.

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.



LABEL ACCUEIL VÉLO

Cette marque nationale **garantit un accueil et des services de qualité** pour les cyclistes le long des itinéraires cyclables : Mise à disposition d'itinéraires cyclables de liaison entre l'Office de Tourisme et l'itinéraire, signalétique indiquant l'accès le plus sécurisé et agréable pour se rendre à l'Office de Tourisme, parc de stationnement vélo, point d'eau potable et sanitaires à disposition, sont autant de critères respectés par l'Office de Tourisme pour accueillir au mieux les touristes à vélo.

Les Bureaux d'information de Rouen et de Jumièges disposent du label Accueil Vélo. Des prestataires sont également labellisés sur le territoire de la Métropole.

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.

RENOUVELLEMENT ET OBTENTION 2025 DE LA MARQUE TOURISME ET HANDICAP

OBTENTION

Bureau de Rouen

Taux de conformité 97,67 %

RENOUVELLEMENT

Bureau de Rouen

Taux de conformité 100 %

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.

★★★★★ de CLL

Google 4,5/5

« De passage dans la ville, je me suis rendue à l'OT où j'ai été très bien accueillie et où la personne m'a conseillé des visites qui se sont avérées tout à fait adaptées à ma demande. Un grand merci ! »

L'équipe de Rouen Tourisme recense l'ensemble des retours formulés par les visiteurs, qu'ils soient exprimés oralement à l'accueil, transmis par courrier électronique ou publiés sous forme d'avis sur Google. Ces différentes observations et suggestions sont centralisées permettant d'en assurer une traçabilité et une analyse structurée.

Cette démarche s'inscrit dans une volonté d'amélioration continue des services proposés par Rouen Tourisme. L'analyse de ces données peut également nourrir des réflexions stratégiques, notamment en matière de visibilité et d'accessibilité de l'accueil.

Enfin, ce dispositif contribue à conforter le rôle de l'office de tourisme en tant qu'acteur de conseil et de relais auprès de ses partenaires. Les retours des visiteurs peuvent ainsi être partagés avec les structures concernées — musées, sites de visite ou autres acteurs touristiques, afin de contribuer collectivement à l'amélioration de l'accueil et de l'expérience proposée sur le territoire.

VENTE EN LIGNE

4,7 SUR 5

vs 4.6 sur 5 en 2024

18% des clients donnent
leurs avis

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.

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.

55 billets bas-carbone sur 544 ont été vendus pour l'année 2025.



ENGAGEMENT SOCIAL

Rouen Tourisme collabore avec des **ESAT (établissement et services accompagnement par le travail)** : Le Pré de la Bataille, les Ateliers de l'Etran, BL Rédaction et l'association Promaction, afin de soutenir l'insertion et la réinsertion professionnelle.

ICI COMMENCE LA MER

À l'occasion de la Semaine européenne du développement durable du 18 septembre au 08 octobre 2025, la campagne « Ici commence la mer » rappelle que chaque geste compte : ce que nous jetons dans la rue finit dans la Seine puis dans la mer. Initiée par **HAROPA PORT** en lien avec **Surfrider Foundation Europe** et **La Seine en partage**, cette démarche se déploie depuis plusieurs années le long de l'axe Seine.

Elle s'intègre naturellement aux engagements de Rouen Tourisme pour la préservation du patrimoine naturel, la valorisation de la Seine et la protection de la biodiversité.

Rouen Tourisme, à l'aide d'un pochoir et d'une bombe de peinture écologique a sensibilisé à la pollution des mers et des océans tout au long de l'axe Seine.

DUODAY

Jérémie a été accueilli par les conseillers en séjour dans le cadre du **DuoDay** le jeudi 20 novembre. Cette journée de stage découverte en entreprise, à travers une immersion en binôme, 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.

LES ÉDUCTEURS EN ÉQUIPE

En 2025, Rouen Tourisme continue d'expérimenter des 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 les patrimoines culturels.

Patrimoine artistique littéraire mardi 28 janvier

- Présentation des auteurs métropolitains
- Visite du Musée Flaubert et d'histoire de la médecine



Visites guidées des expositions temporaires

- Le Shed, Maromme Camille Bondon
« Quel monde voulons-nous ? »
- Musée des Beaux-Arts, Rouen
« Reconstruire... la flèche »
- Musée des Beaux-Arts, Rouen
« Maxime Old, un homme d'intérieurs »
- Pôle culturel Grammont, Rouen
« Rouen retrouvée »

Patrimoine historique « Les Normands » mardi 1^{er} avril

- Retour sur l'histoire de la création de la Normandie
- Visite guidée Viking, bières et légendes
- Visite de la Brasserie Ragnar, à l'église Saint-Nicaise

Retour d'expériences Rouen à Table ! #2 mardi 14 octobre

Séminaire au château de Mesnières en Bray mardi 17 novembre

Brainstorming autour du lancement du projet de campagne de financement pour la restauration du bureau des finances lundi 8 décembre

Déjeuner de Noël jeudi 11 décembre

MÉDAILLÉES DU TOURISME

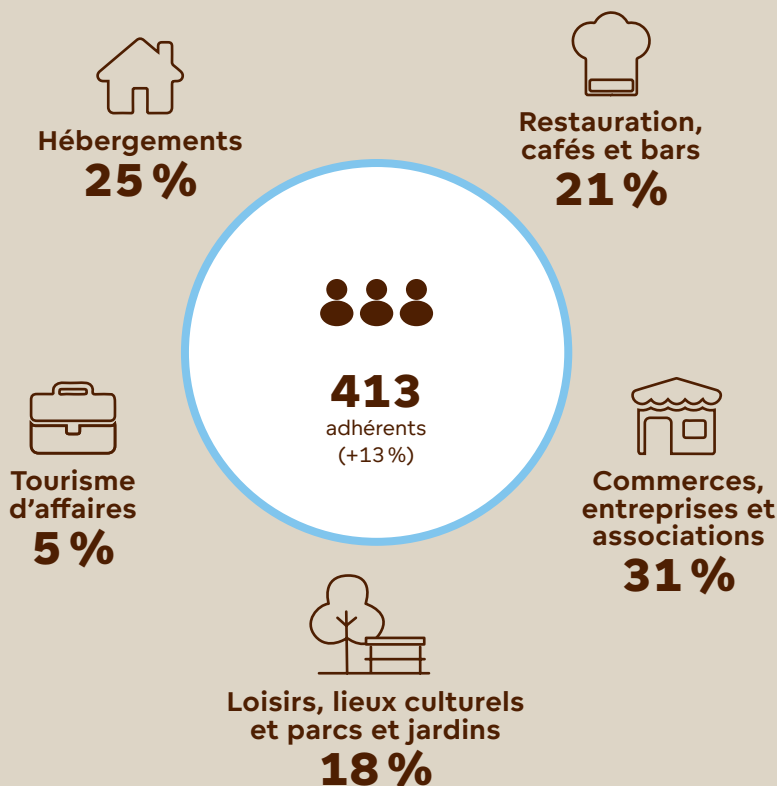
Sabrina Jeanne et Jessica Villamaux ont reçu la médaille de Bronze du Tourisme récompensant ainsi leur investissement et leur travail au sein de Rouen Tourisme depuis respectivement 13 et 16 ans.





FÉDÉRER

413 ADHÉRENTS NOUS FONT CONFIANCE



95 980 € HT
de cotisations (+ 13 %)

9 800 € HT
de régie publicitaire (+135 %)

DES PARTENAIRES FIDÈLES

MISE EN SYNERGIE ET IMPLICATION DE NOS PARTENAIRES

- Mobilisation active de nos partenaires lors de notre événement Rouen à Table ! : plus de 165 professionnels (restaurants, commerces et bars) engagés dans les offres proposées.
- Valorisation de nos partenaires sur l'ensemble de nos supports de communication : magazine de destination, articles sur notre site internet et publications sur nos réseaux sociaux.
- Réalisation d'une campagne photo avec nos adhérents labellisés « Accueil Vélo », diffusée sur nos réseaux sociaux dans le cadre d'une communication ciblée.
- Organisation de deux commissions hébergements favorisant l'échange et la concertation autour de sujets et problématiques liés à ce secteur.
- Réalisation de 40 rendez-vous annuels chez nos partenaires afin d'évaluer leur satisfaction et d'échanger sur nos services respectifs.
- Plus de 30 newsletters envoyées à nos partenaires informant des actions de promotion menées par Rouen Tourisme, les retombées presses, les événements et les invitations pour les visites guidées organisées spécialement pour nos partenaires.



7 ÉVÉNEMENTS ORGANISÉS POUR LES ADHÉRENTS

- Luminescence - 120 participants.
- Visite guidée « Rouen vue par Monet, Pissarro et Cie » - 35 participants.
- Visite du SMEDAR - 21 participants.
- Visite guidée « Vikings, bières et légendes » - 50 participants.
- Visite du chantier du pont Flaubert - 24 participants.
- Visite de l'exposition « Maxime Old, homme d'intérieurs » - 16 participants.
- Visite de l'exposition « OCÉAN » en famille à l'Atrium - 40 participants.



1 SOIRÉE PARTENAIRES AU QUARTIER LIBRE

120 partenaires de Rouen Tourisme ont participé à notre soirée annuelle dans une ambiance conviviale avec des animations autour du cinéma pour le lancement officiel de Rouen à Table ! fait son cinéma.

Ce rendez-vous devenu incontournable, favorise les échanges et renforce les liens avec nos partenaires.

L'animation photo sur le thème du cinéma à l'occasion du lancement de « Rouen à Table ! 2 fait son cinéma » a ravi les convives.



CLÔTURE DE LA CAMPAGNE DE FINANCEMENT PARTICIPATIF AU PROFIT DE LA ROSE DE L'ABBATIALE SAINT-OUEN

Rouen Tourisme s'est mobilisé aux côtés de la Ville de Rouen et a lancé, le 18 septembre 2021, une campagne de financement participatif en partenariat avec la Fondation du Patrimoine pour restaurer la rose du transept sud de l'Abbatiale Saint-Ouen de Rouen. Le 19 septembre 2025, 4 ans après son lancement, Rouen Tourisme a remis à la Ville de Rouen un chèque d'un montant de 466 000 €.

UN SUCCÈS COLLECTIF

Grâce à l'implication exceptionnelle de l'équipe de Rouen Tourisme, des partenaires institutionnels et économiques de Rouen et de la Métropole, la mobilisation pendant ces quatre années de collecte a été un véritable succès collectif. Les initiatives et partenariats se sont multipliés et ont fait l'objet de dons qui ont été reversés régulièrement à la Fondation du Patrimoine.

La remise officielle du chèque de l'ensemble des dons collectés grâce à la mobilisation de Rouen Tourisme et de ses partenaires a été un moment riche en émotions. L'événement était d'autant plus symbolique du fait de la présence de nombreux donateurs, artisans ayant travaillé sur le chantier, des architectes et des personnalités qui ont soutenu et porté la rénovation de l'abbatiale et sa rose du transept sud, bijoux du patrimoine gothique rayonnant.



LES CHIFFRES CLÉS

466 000 € RÉCOLTÉS

751 donateurs dont

44 % de la métropole de Rouen,

20 % Seinomarins,

4 % de la région Normandie

et **12 %** de l'Île de France.

6 événements exceptionnels de prestige et grand public



ACCUEILLIR



ACCUEIL ROUEN

99 842

visiteurs en 2025
(Variation N-1 = -5%)

47 %
français

53 %
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. Renseignements pratiques
3. Musées



ACCUEIL JUMIÈGES

15 202

visiteurs en 2025

(Variation N-1 = - 2 %)

50 %
français

50 %
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. Sites et monuments
2. Abbayes Normandes
3. Renseignements pratiques



ACCUEIL CROISIÈRES MARITIMES

10 784

passagers



18

escales

soit +56% vs 2024

Top 3 Étrangers



1. Royaume-Uni



2. États-Unis



3. Allemagne

En 2025, la convention de subvention entre HAROPA Port – Rouen et Rouen Tourisme consolide le partenariat stratégique pour développer la croisière maritime à Rouen et renforcer l'attractivité de la métropole. Grâce au soutien d'HAROPA Port, Rouen Tourisme déploie des actions ciblées de prospection, de promotion et d'accueil auprès des compagnies, en lien avec les services portuaires.

Rouen Tourisme poursuit son engagement au sein de Cruise Europe, French Atlantic Ports et Normandy Cruise Destination, positionnant Rouen sur les itinéraires Manche–Atlantique, tout en coordonnant avec les partenaires de l'axe Seine et les ports atlantiques la montée en puissance des trafics 2025–2026.



COMMERCIALISER



LES NOUVELLES OFFRES

Rouen Tourisme poursuit l'implémentation de son positionnement par le déploiement des nouvelles offres autour des patrimoines que l'on retrouve en grande quantité et qualité au sein de la Métropole Rouen Normandie. : arts, histoire, industrie, nature et gastronomie. Les 5 patrimoines se dévoilent à travers de nombreuses visites élaborées par les guides conférenciers et les médiateurs. Chaque année, les équipes créent de nouvelles visites aux thématiques les plus variées. Des expériences insolites et inédites sont proposées toute l'année et adaptées aux différents publics.

DÉVELOPPEMENT DES CANAUX DE DISTRIBUTION EN LIGNE

Mise en ligne des visites incontournables, des audioguides et du Pass sur la plateforme Get Your Guide.

**GET
YOUR
GUIDE**

442

billets vendus
contre 66 en 2024

Maxime Old, homme d'intérieurs

★★★★★ de Pascal

« Visite guidée captivante. Scénographie que l'on a envie de s'approprier tellement on s'y sent bien. Différents aspects abordés au travers de l'ébénisterie, l'architecture d'auguste Perret. Le temps a passé trop vite. Le catalogue de l'exposition est magnifique. »

BILLETTERIE DES EXPOSITIONS

Rouen Tourisme devient la plateforme de vente incontournable de la destination.

Maxime Old, homme d'intérieurs

Rouen Tourisme a commercialisé les billets de l'exposition phare consacrée à Maxime Old au Musée des Beaux-Arts.

Offres en vente :

Billets coupe-file pour l'exposition temporaire de la Réunion des Musées Métropolitains, l'expérience du visiteur sur le site internet est complète, de la suggestion à l'acte d'achat. Visite commentée de l'exposition les samedis.

465

billets vendus
dont 309 avec visite commentée



LES NOUVELLES EXPÉRIENCES

Concerts d'orgues à l'Abbatiale Saint-Ouen

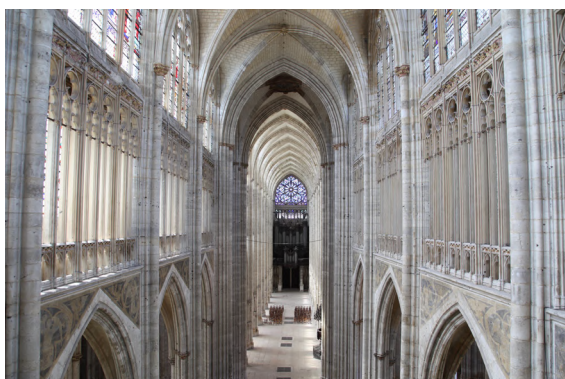
En partenariat avec l'association de l'Abbatiale Saint-Ouen

L'orgue monumental de l'abbatiale Saint-Ouen, dernier chef-d'œuvre d'Aristide Cavaillé-Coll, résonne depuis 1890 avec une puissance inégalée. Chaque dimanche, un concert exceptionnel organisé pour sa restauration permet la collecte de fonds pour aider à préserver cette merveille musicale.

Concerts d'orgues à l'Abbatiale Saint-Ouen

★★★★★ de Stéphane

« Magnifique lieu, beau concert. Découverte intéressante de l'instrument (grandes orgues). Bonne idée de nous montrer le jeu de la soliste via la projection sur un écran. »



Inédit ou les coulisses d'une joaillerie

En partenariat avec La Joaillerie Inédit

La joaillerie Inédit, installée à Rouen depuis 1984, ouvre exceptionnellement son atelier pour faire découvrir son savoir-faire artisanal et ses créations uniques, réalisées entièrement à la main.

Les visiteurs peuvent explorer l'univers des gemmes, observer le travail des artisans et plonger dans l'histoire et les techniques d'une maison labellisée d'excellence.

Inédit ou les coulisses d'une joaillerie

★★★★★ de Dominique

« Un accueil très chaleureux de passionnés de joaillerie. Visite très intéressante et bien menée, bijoux magnifiques évidemment. L'ensemble du personnel a été extrêmement aimable et agréable, très ouvert à toutes les questions. Les explications apportées ont été très claires. C'était un moment hors du temps dans un univers de beauté authentique. »



Fêtes Viking Jumièges

En partenariat avec le Comité des Fêtes de Jumièges

L'Abbaye de Jumièges a accueilli la Fête Viking, un événement immersif célébrant l'héritage scandinave en Normandie : campements vikings, combats de béhourd, ateliers, marché médiéval et lancer de haches, fauconnerie et spectacle nocturne.

Fêtes Viking Jumièges

★★★★★ de Julie

« Une superbe fête sous le soleil ! Les vikings étaient au rdv, on était vraiment dans l'ambiance, la musique, la fauconnerie, sans oublier cette magnifique abbaye... On en a pris plein les yeux ! »



Les Corneille à Rouen

Dans la famille Corneille on demande : Pierre, dit « le Grand Corneille », son petit frère Thomas – tous deux académiciens ! – leur neveu, Fontenelle et leur fausse nièce, Catherine. Accompagnés de notre guide, partez sur les traces des membres illustres de cette famille rouennaise.

Les Corneille à Rouen

★★★★★ de Philippe

« Une belle balade à un rythme tranquille qui nous a permis d'apprendre des anecdotes passionnantes sur Rouen au XVII^e siècle. Ce parcours inhabituel et bien documenté nous a permis d'apprendre encore sur l'histoire à Rouen. Merci pour ces bons moments partagés. A faire connaître largement. »



Rencontre avec les oiseaux de la côte Sainte-Catherine

En partenariat avec la LPO (Ligue de protection des oiseaux)

La Côte Sainte-Catherine offre une vue imprenable sur Rouen du haut de ses 140 mètres et constitue un lieu privilégié pour observer la nature et les oiseaux et comprendre le paysage de cette partie de la vallée de la Seine.

Rencontre avec les oiseaux de la côte Sainte-Catherine

★★★★★ de Clémence

« Une expérience nature très intéressante avec un guide enthousiaste. La météo n'était pas au rendez-vous, mais la balade et les explications étaient excellentes. »



SUCCÈS DE LA BILLETTERIE LUMINISCE

Le spectacle Luminiscence proposé dans la Cathédrale Notre-Dame de Rouen par la société Lotchi a rencontré un vif succès. Rouen Tourisme s'est associé à cet événement en le commercialisant sur son site internet visiterouen.com. L'équipe de Rouen Tourisme s'est mobilisée pendant 4 mois pour promouvoir cet événement majeur. La billetterie affiche un bilan très positif avec des objectifs de vente largement dépassés.

UN TAUX DE SATISFACTION À LA HAUTEUR DE L'ÉVÉNEMENT

★★★★★ d'Anaïs

« Absolument sublime, que ce soit les jeux de lumière ou l'orchestre, je recommande. Vous aurez des frissons, nous sommes pris dans l'instant et n'en descendons qu'à la fin du spectacle. »

★★★★★ de Sybille

« Sublimissime- magnificence. Pur moment de poésie !! Juste sublime ; on se laisse emporter par le récit ; ponctué par le chœur envoûtant ; récit qui prend vie sur les murs de la cathédrale grâce à la scénographie lumineuse exceptionnelle. Bravo ! »

★★★★★ de Thérèse

« Exceptionnel ! Une cathédrale métamorphosée, poétique ; lien étroit entre les lumières et la musique. Les musiciens de qualité. J'y suis allée 2 fois ! »

CHIFFRES CLÉS DE LUMINISCE

12 075 billets vendus
par Rouen Tourisme sur **77 575** billets
(devant les offices de Tourisme
de Paris et Bordeaux)

soit **50 720 € HT** de chiffre d'affaires
2^{ème} plus grosse billetterie après
l'Armada en volume et en CA

Note avis clients
4,7/5

Canaux de vente

Comptoir accueil **17 %**
Online **83 %**

Provenance

97 %
France

3 %
Étranger



LES VENTES INDIVIDUELLES

627 234 €

Volume d'activité dont :

151 597 € chiffre d'affaires Rouen Tourisme + **78 %** vs 2024

475 637 € volume d'activité pour le compte
de partenaires + **273 %** vs 2024



85 %
online

Canaux
de vente



15 %
comptoir accueil



26 674
personnes
soit **+ 96 %**
vs 2024

PROVENANCE DES ACHETEURS

90 %
français

10 %
étrangers
(+4% vs 2024)

Top 5 France

-  1. Seine-Maritime (66 %)
-  2. Normandie (12 %)
-  3. Île-de-France (10 %)
-  4. Hauts-de-France (3 %)
-  5. Auvergne-Rhône-Alpes (1 %)

Top 5 Étrangers

-  1. Belgique (17 %)
-  2. Allemagne (13 %)
-  3. États-Unis (12 %)
-  4. Royaume-Uni (12 %)
-  5. Pays-Bas (9 %)

Top 5 des expériences

En nombre de billets vendus

- 1. Luminiscence (45 %)
- 2. Les Incontournables (15 %)
- 3. La Maison Sublime (3 %)
- 4. Fête Viking à Jumièges (3 %)
- 5. Concert d'orgues Saint-Ouen (3 %)

LE 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 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

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.

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

Top 5 des offres consommées

1. Historial Jeanne d'Arc (342)
2. Gros-Horloge (296)
3. Transports en commun (63)
4. Aître Saint-Maclou audioguide (38)
5. Musée des Beaux-Arts (expositions temporaires) (35)



Commission

8 397 € HT
pour 483 pass vendus

+ 14 % vs 2024

LA LOCATION DE VÉLOS



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

Les touristes ont pu bénéficier d'un **parc de vélos totalement neuf** et reconnaissables grâce aux stickers chartés avec la mosaïque de logos Rouen Tourisme. La location est désormais possible toute l'année à Rouen.

21 459 € HT

Chiffre d'affaires (+25 % vs 2024)

avec **824 locations**
du 1^{er} mars au 31 décembre

(+66 % vs 2024)



Rouen

595

Réservations

28 €

Panier moyen

340

Jours de sortie

Jumièges

229

Réservations

22 €

Panier moyen

121

Jours de sortie



LA BOUTIQUE

Chiffre d'affaires

84 487 € HT

+4 % vs 2024

(Hors ventes au profit de la restauration
de l'abbatiale Saint-Ouen **1 774 €**)



Panier moyen

11 €

Taux de transformation

6,35 %

Top 5 des ventes

1. **Carte postale** Rouen Tourisme **1,50 €**
2. **Carte postale** Movi Normandie **2 €**
3. **Caramels** **2,90 €**
4. **Magnet** Rouen Tourisme **3,90 €**
5. **Magnet** Movi Normandie **4,90 €**



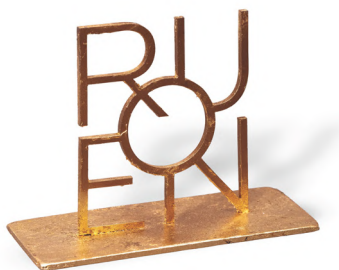
MINI-TOTEM SUR SOCLE

Logo Rouen

Design Philippe Apeloig

Format 7,5 x 9 cm. En inox.

29,90 €



MINI-TOTEM SUR SOCLE DORÉ À LA FEUILLE D'OR

Logo Rouen

Design Philippe Apeloig

Format 7,5 x 9 cm. En inox, doré à la feuille d'or.

49 €

TABLIER DE CUISINE ROUEN

Tablier bleu marine (royal blue) logoté Rouen

Prix Tablier adulte : **27,90 €**

Prix Tablier enfant imperméable : **15,90 €**



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



TEE-SHIRT BLANC

100 % coton.
Logo brodé.
29,90 €

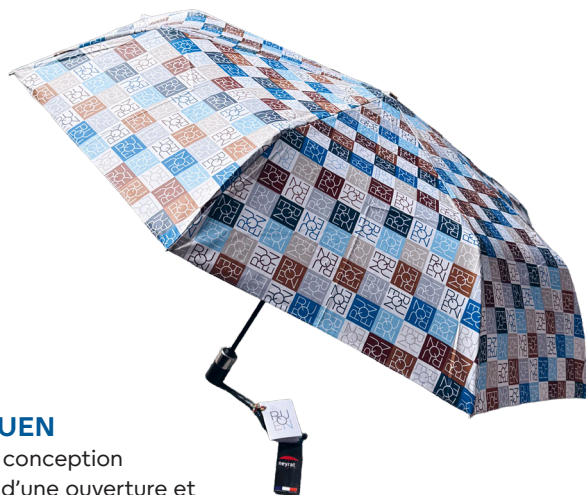
TEE-SHIRT BLANC

100 % coton.
Marquage logo.
29,90 €



SWEAT BLEU MARINE

100 % coton.
Logo brodé.
69,90 €



PARAPLUIE ROUEN

Parapluie pliant, de conception traditionnelle, doté d'une ouverture et d'une fermeture automatique. La monture est composée de 8 baleines en fibre de verre ce qui lui confère une résistance au vent et aux intempéries. Il est conçu et fabriqué en France, à Autun par la Manufacture Neyrat. Livré avec son fourreau de protection.
90 €



LES NOUVEAUTÉS 2025 DE LA BOUTIQUE

Rouen Tourisme poursuit ses collaborations avec les entreprises et artisans normands en mettant à l'honneur son identité imaginée par le célèbre designer Philippe Apeloig. Rouen Tourisme étoffe sa gamme de produits avec l'objectif d'en faire la marque de référence pour les Rouennais et les touristes. Dans une démarche de valorisation du savoir-faire local et de l'artisanat normand, Rouen Tourisme collabore avec 5 partenaires régionaux.

UN CORNER AU MAGASIN PRINTEMPS ROUEN

En s'associant avec le Magasin Printemps de Rouen, qui met à sa disposition un corner dédié à la gamme de produits Rouen Tourisme, dès juin 2025, la marque bénéficie d'une visibilité maximale.

Situé au cœur du Rouen historique, Le Printemps combine luxe, shopping et émotion. Fort du succès rencontré pendant la saison estivale, **le magasin Printemps Rouen et Rouen Tourisme** poursuivent cette collaboration à l'année.

Textile responsable, artisanat d'art, circuits courts, valorisation du patrimoine vivant : chaque pièce incarne l'excellence locale et porte haut les couleurs de Rouen et vise faire de Rouen Tourisme la marque de référence pour les Rouennais comme pour les visiteurs. Tous les produits sont vendus avec un livret valorisant les différents partenaires, assemblé à l'aide de cordes confectionnées à la Corderie Vallois de Notre-Dame de Bondeville.



CORNER AU MAGASIN PRINTEMPS

4 424 € HT
Chiffre d'affaires

Top 3 des ventes

1. Tee-shirt blanc (broderie cœur ou marquage centre)
2. Casquette bleu marine
3. Tote bag

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

16 427 €

pour 2 216 audioguides vendus

+ 27 % vs 2024

Top 3 des locations



1. **659** en **français**



2. **353** 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.





LES VENTES GROUPES



Visites guidées

Chiffre d'affaires **255 566 € HT**

1 108 visites pour 32 291 personnes

+ 4 % vs 2024



Journées / séjours

Chiffre d'affaires **229 044 €**

5 170 personnes pour 154 groupes

- 9 % vs 2024

(182 651€ volume d'activité pour le compte de nos prestataires)



Visite du Port

Chiffre d'affaires **3 948 € HT**

- 65 % vs 2024

(Bateau Le Lutèce en restauration)

Visites guidées

Top 3

1. Les incontournables de Rouen en 2 h
 2. Les Incontournables de Rouen en 1 h 30
 3. Sur les pas de Jeanne d'Arc en 2 h
-

TOP 5 des langues



300 groupes en Français



202 groupes en Japonais



172 groupes en Allemand



138 groupes en Italien



110 groupes en Anglais

Journées / séjours

- 137** groupes venus à la journée
13 groupes venus en séjour à Rouen
-

Provenance



1. Normandie



2. Île-de-France



3. Hauts de France

LES VENTES TOURISME D'AFFAIRES



SÉMINAIRES

Chiffre d'affaires

48 044 € HT

26 séminaires en 2025

vs 32 en 2024

CONGRÈS

Chiffre d'affaires

33 194 € HT

132 participants

L'ATELIER CLAUDE MONET

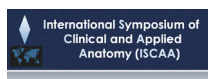
La salle de réception, l'Atelier Claude Monet est de nouveau ouvert à la location. Cet espace unique qui a inspiré l'un des plus grands maîtres de l'impressionnisme dont il porte le nom offre une vue imprenable sur la Cathédrale de Rouen et peut accueillir jusqu'à 125 personnes en format cocktail. Parfaitement 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

15 434 € HT

UN CONGRÈS INTERNATIONAL

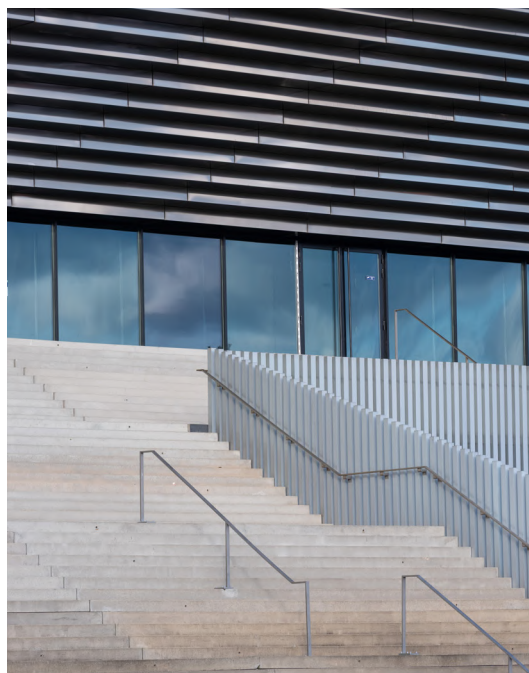
Rouen Tourisme a accueilli le **Congrès international d'Anatomie Clinique (ICCA)** du 25 au 27 juin 2025 qui se déroulait à l'Université de médecine. Plusieurs conférences ont rythmé cet événement dont une présentation sur l'anatomie faciale.



UNE NOUVELLE PLATEFORME DE RÉSERVATION

Le service commercial a pour la première fois, via sa plateforme de réservation, pu gérer les inscriptions des participants et de leurs accompagnants.

En 2025, Rouen Tourisme a continué de faire partie du Réseau France Congrès Événements.





ANIMER

RENCONTRE NATIONALE PATRIMOINE ET INNOVATION

UNE PREMIERE RENCONTRE

Rouen Tourisme a organisé le jeudi 25 septembre 2025, à l'Historial Jeanne d'Arc, sa première Rencontre nationale avec des experts nationaux et internationaux du tourisme. Ce colloque visait à échanger avec les professionnels du tourisme et de la culture sur les meilleures pratiques du tourisme créatif. Elle portait **sur la thématique du patrimoine et de l'innovation dans l'offre touristique des territoires**. Elle a été animée par l'équipe du centre de recherche Industries Créatives et Culture de KEDGE Arts School à KEDGE Business School, en partenariat avec le Club Innovation Culture (CLIC).

La matinée a été dédiée aux médiations innovantes. L'après-midi était consacrée à la nécessaire durabilité de l'offre touristique patrimoniale et aux dernières innovations numériques.

Une journée pour échanger, s'inspirer et découvrir les meilleures pratiques du tourisme créatif avec des experts nationaux et internationaux.

LE PROGRAMME ET LES INTERVENANTS

Qu'est-ce que le tourisme créatif ?

Anne Gombault, professeure de stratégie, directrice de KEDGE Arts School, KEDGE Business School

Tourisme et design

L'exemple de la création du logo de Rouen Tourisme, Philippe Apeloig, Studio Apeloig

Participation, médiation, inclusion

- L'inclusion des populations locales dans un tourisme créatif Anne Gombault, professeure de stratégie, directrice de KEDGE Arts School,

- Bonnes pratiques de la convention de Faro dans la Métropole d'Art et d'Histoire Rouen Normandie, Émilie Lhoste, responsable du service Patrimoines, Direction Culture, Métropole Rouen Normandie, chef du projet VPAH.

- Innovation sociale patrimoniale : le cas du Maroc, Danielle Pailler, chercheuse en innovation culturelle auprès de la Fondation Ali Zaoua, Maroc.

- La participation des habitants dans l'offre touristique patrimoniale : le cas de Venise Umberto Rosin, professeur de marketing culturel, Ca' Foscari Université de Venise.

La double injonction d'un tourisme durable et numérique.

- Patrimoine culturel : objet ou moteur du développement durable ? Bonnes pratiques de politiques urbaines et touristiques en Europe, Valentina Montalto, professeure d'économie régionale de la culture, KEDGE Arts School.

- Le rôle moteur des entrepreneurs dans le tourisme durable, Claire Grellier, ingénieure pédagogique, KEDGE Arts School. Avec la participation de Run & Visit.

- Les innovations numériques du patrimoine pour l'offre touristique Marek Prokupek, professeur de management culturel. KEDGE Arts School, Avec la participation de l'Historial Jeanne d'Arc, d'Ask Mona et d'History.

Perspectives

Delphine Crocq, directrice générale de Rouen Tourisme.



TOUR DE FRANCE

CAMPAGNE DE COMMUNICATION VÉLO

À l'occasion de l'étape rouennaise du Tour de France, Rouen Tourisme a lancé une campagne de communication décalée pour incarner les services du Label Accueil Vélo et les humaniser, avec la patte artistique du photographe rouennais David Morganti qui a mis en valeur les partenaires de Rouen Tourisme. Grâce à des mises en scènes originales et qui interpellent en valorisant les services du label Accueil Vélo, une vaste campagne digitale ciblant les cyclotouristes, familles, amateurs de nature, sportifs, slow tourisme... a rythmé les réseaux sociaux de Rouen Tourisme pendant la saison estivale.

TOUR DE FRANCE 2025

Mardi 8 juillet 2025

La 112^e édition du Tour de France cycliste a fait étape à Rouen. Les équipes de Rouen Tourisme se sont mobilisées toute la journée pour accueillir et informer les visiteurs venus en très grand nombre. Vidéos et photos étaient publiées en continu sur les réseaux sociaux.

ASSISTANCE ET ACCUEIL PRESSE

La télévision nationale néerlandaise NOS Sport s'est installée place de la Cathédrale pour diffuser en direct son émission quotidienne « **De Avondetappe** » pendant le Tour de France. Plus d'un million de Néerlandais la regardent chaque soir pour revivre les moments marquants de la journée, à travers des images et des interviews.

En partenariat avec Normandie Tourisme et la ville de Rouen

INFLUENCE

Accueil de 2 influenceurs sportifs et 1 lifestyle pour une journée vélo dans le but de promouvoir la location vélo, la richesse du territoire pour les cyclistes et les parcours vélo patrimoine.

40 000

vues cumulées sur les 3 réels
partagés à une audience de
53 000 personnes.



TOUS EN SELLE !

Les Bureaux d'information de Rouen et de Jumièges disposent du label Accueil Vélo depuis 2016. Cette marque nationale garantit un accueil et des services de qualité auprès des cyclistes le long des itinéraires cyclables.

24 partenaires sont labellisés Accueil Vélo sur le territoire de la Métropole Rouen Normandie, catégorisés par 6 différents types de prestation.

Chaque catégorie - hébergement, site touristique et de loisirs, restauration, Office de Tourisme et réparateur vélo - a été illustrée par une mise en scène originale de chaque site partenaire.

ILS ONT PARTICIPÉ !

Gîte du Levant, Saint-Pierre les Elbeuf
La Fabrique des savoirs, Elbeuf sur Seine
Rouen Tourisme
Novotel Centre Cathédrale****, Rouen
Château du Taillis, Duclair
Camping du Lac, Mesnil-sous-Jumièges
Jumièges Tourisme
Camping de la Seine, Jumièges
Auberge de Jeunesse - Le Robec, Rouen
Mercure Champ de Mars****, Rouen

840 132

personnes touchées sur les
réseaux sociaux



ROUEN À TABLE !

L'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, piloté par Rouen Tourisme, est venu agrémenter la traditionnelle Fête du Ventre, de concepts créatifs.

Il s'est déroulé du mercredi 8 au dimanche 12 octobre 2025, 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.



RAYONNEMENT NATIONAL ET INTERNATIONAL

Le défi majeur est 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!** encourage 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 contribue 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'engage 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 renforce 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! vise 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 crée 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!** aide 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 encourage 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 ET MASTERCLASS

Les institutions d'enseignement et les programmes de formations sur le territoire sont nombreux. Elles soutiennent la démarche en étant partie prenante de l'ensemble des concepts qui seront proposés durant la prochaine édition de **Rouen à Table!** Nous remercions les professeurs et apprenants de l'**École Fauchon**, du **Lycée Hôtelier Georges Baptiste**, de l'**Institut Mesnières**, du **CMA formation Simone Veil**, du **GRETA de Grand-Quevilly** et de l'**IFA Marcel Sauvage** d'être à nos côtés lors de cet événement qui célèbre la gastronomie.



Eric AUTIN, Christophe Cressent, Benoit Vatelier et Thomas Lemelle ont animé **4 masterclass** à l'occasion de « Rouen à Table ! » au **Lycée Hôtelier Georges Baptiste** et à l'**IFA MARCEL SAUVAGE**. Durant ces rencontres, les chefs ont partagé leur savoir-faire avec les étudiants en formation aux métiers de bouche, dans un véritable esprit de transmission et d'échange. Illustrant ainsi la richesse du savoir-faire culinaire rouennais.

Éric Autin, chef du Rest'authentique et de l'incontournable, et **Thomas Lemelle**, chef du Rotomagus, ont travaillé avec eux la préparation de plats pour les dîners « Les Chefs font leur cinéma », mettant à l'honneur la viande et les saveurs normandes.

À l'occasion du Grand petit-déjeuner, **Christophe Cressent**, de Ma Boulangerie et Meilleur Ouvrier de France, a guidé les étudiants dans la préparation de viennoiseries, tandis que **Benoît Vatelier**, de la Maison Vatelier, a proposé une masterclass autour de sa brioche Championne de France et du caramel au beurre salé.

Ces actions rappellent l'importance de former les talents de demain et le rôle essentiel des écoles dans le rayonnement de Rouen, Ville Créative UNESCO en matière de gastronomie.



CIRCUIT COURT : APPEL NATIONAL A COURTS-MÉTRAGES

ROUEN À TABLE ! 2^È ÉDITION A FAIT SON CINÉMA

Cette édition était l'occasion de lancer un appel à courts-métrages national en mettant en valeur un ou plusieurs produits imposés : la coquille Saint-Jacques, la poire ou le cidre. Le comédien Olivier Broche, le réalisateur rouennais Claude Duty, l'attaché de presse Jean-Bernard Emery et la productrice Pascale Faure ont contribué à la création de cet événement.

Les films, d'une minute (format vertical) ou 3 minutes (format horizontal), ont été évalués par un jury de professionnels, composé d'**Alexandre Dino**, créateur du Nikon Film Festival, **Mathis Molinié**, Chef du restaurant Philippe, une cuisine de père en fils, **Allison Chassagne**, comédienne et **Bruno Bertheuil**, enseignant, chroniqueur gastronomique et auteur rouennais. Le public a également voté en ligne sur visiterouen.com.

L'heureux gagnant rouennais **Thibaud Juin**, déjà réalisateur de court-métrage, a conquis le jury avec son court de 3 minutes intitulé « Ce fût un plaisir ».



CHIFFRES CLÉS

6 chefs de renommée internationale membres du réseau des Villes créatives UNESCO

Cheffe Isabel Álvarez
Chef Yiannis Seperas
Chef Watanabe Ken
Cheffe Diana-Marlyse Johnson
Chef Manuel Alejandro Mendez Campos
Chef Michaël Fessler



Des concepts créatifs

★★★★★
4,7/5 satisfaction clients



TOP 4 DES NATIONALITÉS DES VISITEURS ÉTRANGERS



Canada **25 %**



États-Unis **25 %**



Royaume-Uni **22 %**



Suède **17 %**

100 élèves de 8 écoles
du secteur de l'hôtellerie-restauration



165 partenaires
reflétant
l'excellence
de la Normandie

4
masterclass
de chefs
dans les écoles
partenaires

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 **129 partenaires** issus de tous les horizons de la gastronomie, plus de **96 000 € 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.

LES GRANDS NOMS DE LA RESTAURATION

Le Club des Toques Rouennaises, créé à l'initiative de l'Office de Tourisme, fédère les meilleurs restaurateurs ayant au moins 7 ans d'expérience autour de la préservation du patrimoine gastronomique et à devenir des ambassadeurs de notre destination au-delà des frontières de Rouen. **La jeune garde culinaire rouennaise** regroupe une nouvelle génération de talents en pointe à Rouen, formée en collaboration avec les écoles hôtelières de la région réunissant **Suzanne et Olivier Da Silva** (du restaurant L'Odas), **Justin Berment** (chef de Tempo) et **Quentin Le Deunff** (chef de L'Épicurios).

ENTREPRISE DE RENOMMÉE MONDIALE

L'Orfèvrerie Christoffe 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.

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. »



ATELIER MOCKTAILS

« Activité originale, animée par un chef Damien très accessible très simple qui transmet ses valeurs avec conviction. »

DÎNERS DES CHEFS

« Une très belle expérience dans un lieu hors du commun, au pied de la cathédrale! »

« Nous avons passé un très agréable moment en nous délectant des plats proposés et composés avec une extrême finesse. La composition du menu en s'inspirant du cinéma et de films connus ou moins connus nous a paru très originale. »





RALLYES GOURMANDS ET GASTRONOMIQUE

« Le questionnaire était ludique et nous a permis de découvrir certains aspects de Rouen sur lesquels nous ne nous étions jamais attardés. »

STUDIO DES PETITS GOURMANDS

« Nous avons simplement adoré, les équipes étaient au top et je trouve ça super d'avoir organisé ça. »

DEUX MONDES, UN MENU

« Le dîner à 4 mains était délicieux et ce fut très sympathique d'avoir cette variété de saveur en bouche. »

D'UN VERRE À L'AUTRE

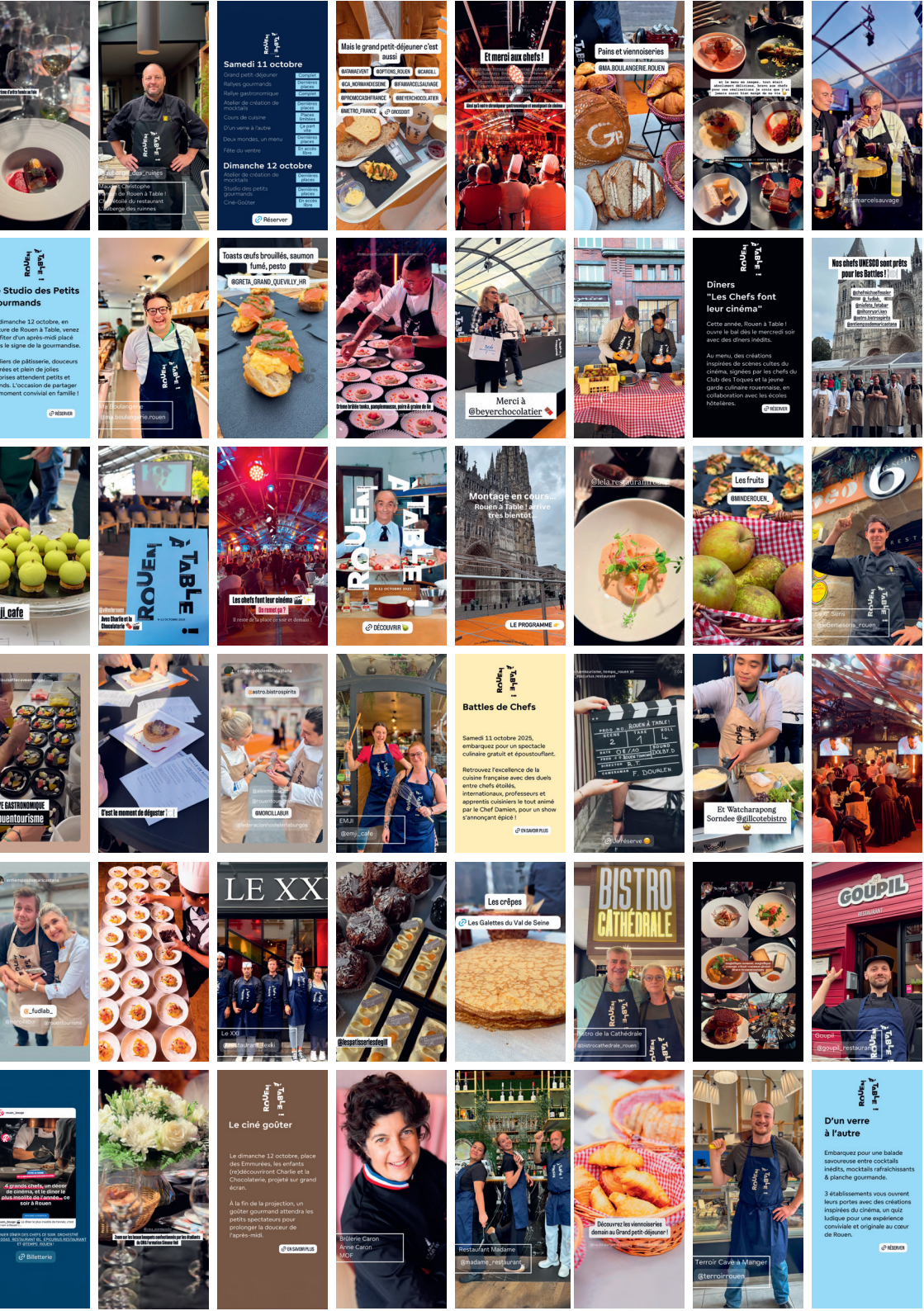
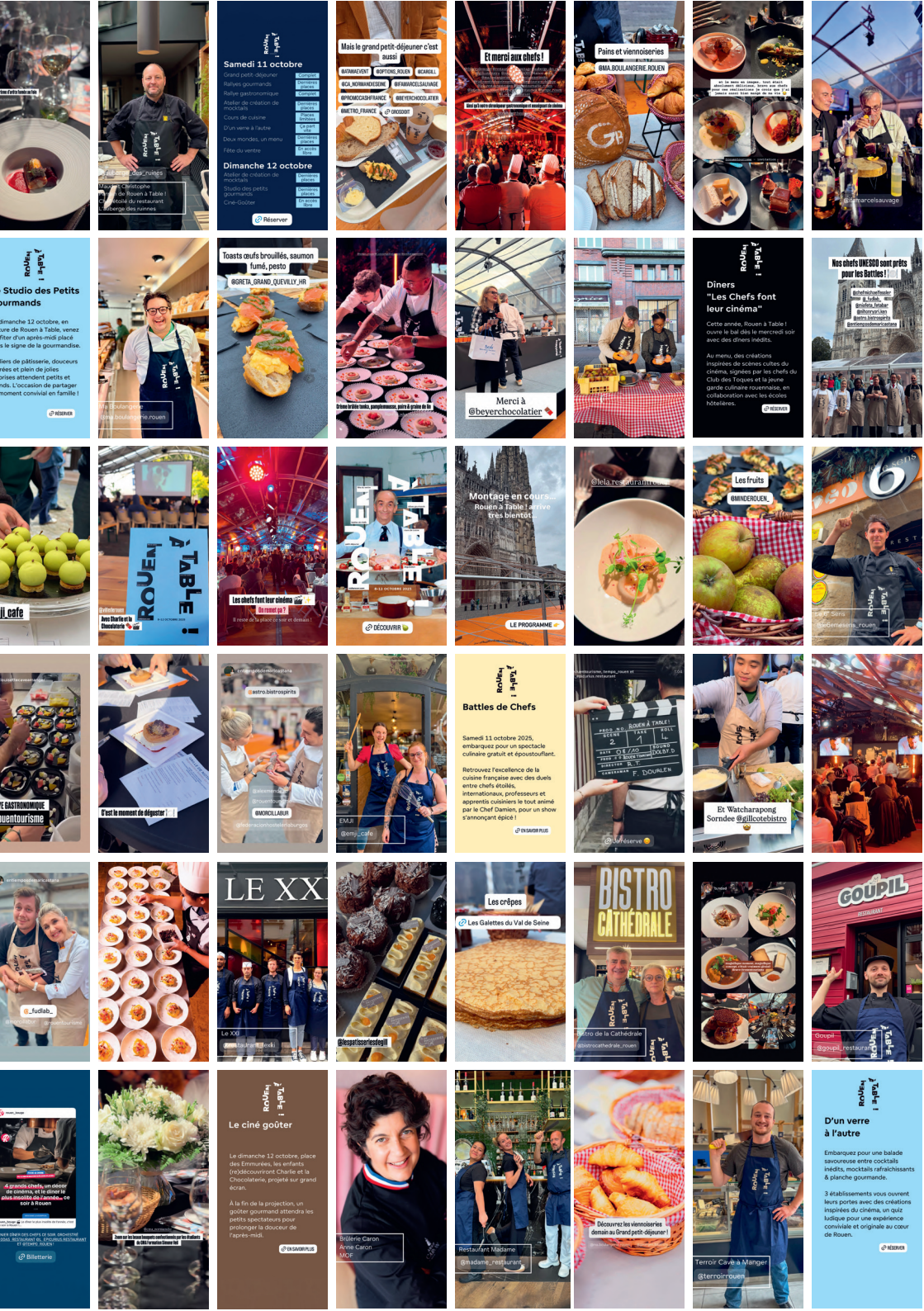
« Nous avons découvert de nouveaux endroits pour déguster des cocktails à la fois délicieux et originaux. »

COURS DE CUISINE

« Une super expérience dans un endroit majestueux, un chef cuisinier qui nous a prodigué de supers conseils, un plat très facile à réaliser en temps réel, et très agréable de pouvoir déguster à la fin de la session ! Les produits étaient très beaux, très bons, bien calibrés, l'assistance des étudiants était très appréciée. »

Source : avis client plateforme de réservation visiterouen.com





UNE COMMUNICATION 360° IMPACTANTE

RETOMBÉES PRESSE UN ÉCHO MÉDIATIQUE PUISSANT

- 1 voyage presse réunissant 8 journalistes.
- 1 dossier de presse général.
- 2 communiqués de presse thématiques.
- 2 conférences de presse locales : Circuit Court en juin et Rouen à Table! en septembre.
- 6 newsletters presse.
- 30 assistances presse et photothèque.
- 2 accueils de presse nationale pendant la manifestation : Émission Papilles TV5 Monde et Magazine Saveurs.



COMMUNICATION DIGITALE

UNE FORTE PRÉSENCE SUR LE WEB ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

- Sur le site web : 14 articles, 26 billetteries et la homepage.
- 44 newsletters ciblées envoyées.
- 118 000 followers sur Facebook, Instagram, LinkedIn, tiktok et X touchés par un total de 603 contenus créés, cumulant un total de **2 508 091 impressions**.
- 5 vidéos promotionnelles immersives.
- 25 drapeaux potence.
- 4 affiche stop-rue.
- 8 influenceurs locaux répartis sur les concepts.
- 3 influenceurs Dieppois.
- Audience cumulée touchée : 800 240 followers sur Instagram.
- 47 contenus créés et partagés à leur communauté.

COMMUNICATION PRINT UN IMPACT MASSIF

- Une campagne dans le métro parisien vue plus de 22 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.
- 20 000 cartes postales distribuées.
- 5 insertions publicitaires dans la PQR.
- 8 totems installés dans toute la ville.



ILS ONT PARTICIPÉ!

LES MÉCÈNES

Arômes et Passions,
Atawa,
Brûlerie Caron,
Cargill,
Christoffle,
Crédit Agricole Normandie
Seine, Grosdoit,
Groupe Lanef,
MIN,
MÉTRO,
Options Rouen,
Promocash,
SMEG.

LES INSTITUTIONNELS

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

LES MEMBRES DES JURYS

Alexandre Dino (fondateur
et responsable du Nikon Film
Festival),
Allison Chassagne
(comédienne française),
Bruno Bertheuil
(enseignant, chroniqueur
gastronomique et auteur),
Mathis Molinié (Chez Philippe),
Christophe Mauduit
(L'Auberge des Ruines),
Annie Le Fléouter (journaliste
de la radio ICI Normandie),
Michel Bruneau (La Bourride).

LES CHEFS INTERNATIONAUX DU RÉSEAU UNESCO VILLES CRÉATIVES

Isabel Álvarez (Espagne,
En Tiempos de Maricastaña),
Michaël Fessler
(Suisse, Fud Lâb),
Diana-Marlyse Johnson
(Bénin, Signature by Lady D),
Alex Méndez (Mexique, Astro),
Yiannis Seperas
(Grèce, Mia Feta),
Ken Watanabe (Japon,
Nihon Ryori Watanabe).

LES PARTENAIRES

Bono Distribution,
Sirest,
Opéra de Rouen Normandie,
Créativ Events,
Interfel,
PromAction,
Rêves Bleus,
Groupe Silam.

LES ÉCOLES ET CENTRES DE FORMATION

BTS Tourisme du lycée Camille
Saint-Saëns,
CMA Formation Simone Veil,
Collège Fontenelle,
École Fauchon,
GRETA Rouen Maritime,
IFA Marcel Sauvage,
Institut Mesnières,
Lycée Hôtelier Georges
Baptiste.

LES ARTISANS

Arpents du soleil,
Chocolaterie Beyer,
Chocolaterie Hautot,
Ferme de la Mare des Rufaux,
Fromagerie François Olivier,
La Ferme de Billy,
Le Clos des Citots,
Les Confiseurs de Rouen,
La Galette du Val de Seine,
Les Pâtisseries de Gill
(Christophe Lecourt),
Ma Boulangerie
(Christophe Cressent),
Maison Le Meur
(Nicolas Le Meur),
Maison Jollit
(Daniel Bourgeois),
Maison Vatelier
(Benoît Vatelier),
Normandes du p'tit Tougard,
Pâtisserie Jullien,
Torréfacteurs Français
(Grégoire Meurice).

LES HÔTELS

Best Western Plus Hôtel
de Dieppe 1880****,
Hôtel Littéraire Gustave
Flaubert****,
Hyatt Place Rouen****,
Mercure Rouen Centre
Cathédrale****,
Novotel Rouen Centre
Cathédrale****,
Radisson Blu****,
Hôtel de Bourgtheroulde*****.

LES BARS

La Boîte à Bières,
L'Absinthe,
L'Alchimie,
Le Charleston,
L'Écuyer,
Le N'Zo bar,
Le Prêchoir,
Les Explorateurs,
Le Son du Cor,
L'O'Kallaghan's.



LES RESTAURATEURS

Le Club des Toques
Rouennaises,
La jeune garde culinaire
rouennaise,
Éric Autin (L'Incontournable),
Hakim Benallal (Le 6^e sens),
Justin Berment (Tempo),
Laurent Blanchard (In Fine,
In Situ),
Rafaella Bragga (L'Aumale),
Olivier et Suzanne Da Silva
(L'Odas),
Benoît David (L'Hermitage),
Thierry Demoget
(Les Capucines),
Damien Duquesne
(750g La Table),
Camille Hervé (Le Jehanne),
Lynda Jumel (Lé Là),
Thomas Lemelle
(Rotomagus),
Quentin Le Deunff
(L'Épicurios),
Christophe Mauduit
(L'Auberge des Ruines),
Philippe Molinié (Chez
Philippe),
Rodolphe Pottier
(Brasserie Paul),
Florian Relland
(Quindici Trattoria),

Nicolas Serra (Café Victor),
Watcharapong Sorndee
(Gill Côté Bistro),
Vincent Vidal (chef caennais),
Benjamin Stubbe
(Zoom by Hyatt Place Rouen),
Au Flaméron,
Bibelot,
Bistro de la Cathédrale,
Blotti,
Café Hamlet,
Charleston,
Emji,
Goupil,
La Crêperie Rouennaise,
La Maison d'Emma,
La Table de Flore,
Le Bec Gourmand,
Le Boma,
Le XXI,
Louissette,
Ma Fromagerie,
Madame,
Mojo,
Okto,
Paul Arthur,
Prego,
Foccacia & Aperitivo,
Terroir Cave à Manger,
Un grain de...



ÉVÉNEMENTS 2025

LES FÊTES JEANNE D'ARC

GRAND CONCOURS DU PLUS BEAU COSTUME

Rouen Tourisme s'est de nouveau associé à l'événement en proposant pour la 1^{re} fois un concours du plus beau costume médiéval dans 4 catégories : authentique, innovant, original, durable. Un jury Rouen Tourisme a sélectionné les plus beaux costumes. Ce sont ensuite les abonnés des comptes Facebook et Instagram qui ont désigné les 4 gagnants !



414 684

personnes touchées sur les
réseaux sociaux

OFFRES ROUEN TOURISME

Sur les pas de Jeanne d'Arc

Visite guidée

90 participants

Jeanne d'Arc, le secret du manuscrit

Escape game urbain

219 participants

Footing culturel

Visite sportive

37 participants



SOLITAIRE DU FIGARO PAPREC

Du 30 août au 5 septembre

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 accueillant pour la deuxième année consécutive le village départ de la Solitaire du Figaro Paprec, les quais de la ville se sont animés, célébrant le patrimoine fluvial et maritime de Rouen.

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.



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.

ROUEN À TABLE ! #2

Le Club des Toques s'est investi et en participant activement et bénévolement à plusieurs concepts : Dîners de Chefs sous chapiteaux, dîners à quatre mains avec les chefs représentant des villes UNESCO, rallyes gourmands, Grand petit déjeuner et battles. Christophe Mauduit, chef normand détenant une étoile verte Michelin pour son restaurant l'Auberge des Ruines à Jumièges et membre du Club des Toques était le parrain de l'édition 2025.

TÉLÉTHON

Chaque année des soupes et des gâteaux des chefs sont vendus au profit du Téléthon représentant **un don de 1 278 €**.

GOÛTER DES CHEFS

Avec l'association Vie et Espoir, le Club des Toques a offert deux goûters aux enfants malades du service oncologie pédiatrie du CHU de Rouen.

Les chefs Benoît David, du restaurant L'Hermitage et Camille Hervé, cheffe du restaurant Le Jehanne, représentée par Marion Tanquerel et Emma Magret ainsi que Philippe Molinié, chef du Restaurant Philippe et Watcharapong Sorndee de Gill Côté Bistro, Lynda Jumel, cheffe chez Lé Là et Eric Autin, chef au restaurant l'Incontournable ont créé un bel instant de partage et de souvenirs.



CLUB HÔTELIER DE ROUEN x MUSÉE DES BEAUX-ARTS

RDV À LA TOMBÉE DE LA NUIT

Lancement fin 2025 de l'opération 2026

Rouen Tourisme s'est associé au **Club hôtelier et au Musée des Beaux-Arts de Rouen** pour la première édition des RDV à la tombée de la nuit. Cette opération de promotion s'inscrit dans une démarche partenariale visant à renforcer l'attractivité de la destination Rouen Normandie et la collaboration entre les acteurs économiques du territoire pour offrir aux visiteurs une expérience unique et authentique.

Le **Musée des Beaux-Arts, un des premiers musées de France par la richesse de ses collections** a ouvert exceptionnellement ses portes aux visiteurs, guidés en petit groupe, à la rencontre de ses chefs d'œuvre.

Les visites guidées nocturnes de la ville et celles insolites et intimes du musée des Beaux-Arts, associées à une nuit d'hôtel, contribuent à la valorisation du patrimoine culturel et à l'enrichissement de l'offre touristique du territoire pendant la période hivernale.

Professionnels passionnés, attentifs à l'accueil et au confort de leurs hôtes, 15 hôtels ont participé en proposant un tarif pour deux personnes, incluant les petits-déjeuners.

Vidéo et campagne photographique

Afin d'inviter les visiteurs à s'évader, nous avons imaginé Rouen dans un univers nocturne mystérieux. Un personnage central, vêtu d'une cape noire, y déambule entre le Musée des Beaux-Arts et les rues de la ville, révélant une facette plus poétique, intime et énigmatique de la destination.

Dans cette continuité, le vidéaste François Dourlen a conçu une vidéo narrative mettant en scène un voyageur venu de Paris, explorant seul le musée puis la ville à la tombée de la nuit. En parallèle, une série de photographies a été produite pour promouvoir les deux offres, s'appuyant sur des jeux de lumière et des effets de brouillard pour prolonger cette atmosphère singulière.

Campagne d'affichage (330 faces) dans le métro parisien en partenariat avec la RMM (Réunion des Musées Métropolitains) du 23 décembre 2025 au 12 janvier 2026

Occasion d'être vues : 47 157 821

Audience de 6 376 941

27 portraits représentatifs des musées métropolitains appuyés par le logo ROUEN et soulignés du site internet visiterouen.com pour appeler à la réservation.

Campagne avec médiavision dans les Cinémas Pathé Premium + MK2 + indépendants art & essai parisiens

Spot de 45 secondes diffusé à chaque séance 35 cinémas (dont 33 intra-muros) / 196 salles 1 semaine du 31 décembre 2025 au 6 janvier 2026

Nombre d'entrées estimées : 209 651

Campagne digitale avec supports vidéo

165 649 vues sur le réel, 1 592 946 de vues sur les publicités digitales

Influence

6 influenceurs invités sur 6 week-ends différents, près de 350 000 personnes touchées avec 98 contenus digitaux partagés sur Instagram et sur des blogs

Communiqué à la presse nationale et locale

RDV À
LA TOMBÉE
DE
LA NUIT

visiterouen.com



visiterouen.com

RU
EN
TOURISME



RDV À
LA TOMBÉE
DE
LA NUIT

visiterouen.com



visiterouen.com

RU
EN
TOURISME



RDV À
LA TOMBÉE
DE
LA NUIT

visiterouen.com



visiterouen.com

RU
EN
TOURISME



RDV À
LA TOMBÉE
DE
LA NUIT

visiterouen.com



visiterouen.com

RU
EN
TOURISME

RDV À
LA TOMBÉE
DE
LA NUIT

visiterouen.com

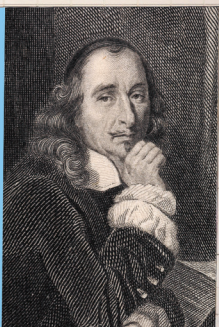


visiterouen.com

RU
EN
TOURISME

RDV À
LA TOMBÉE
DE
LA NUIT

visiterouen.com

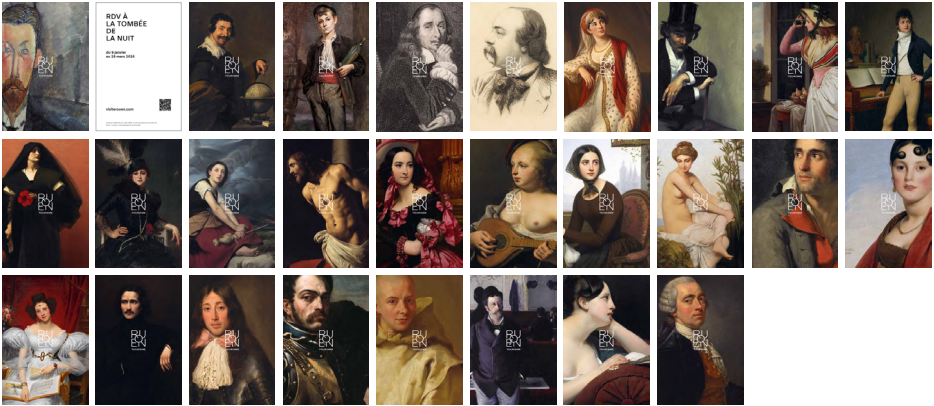


visiterouen.com

RU
EN
TOURISME

CARTES POSTALES

Impression de 2 700 cartes postales
27 modèles



SHOOTING PHOTOS



INSERTIONS PRESSE

Beaux-Arts Magazine Février 2026 :

- Diffusion totale : 72 326 ex
- Audience ensemble 15+ (LDP) : 842 000

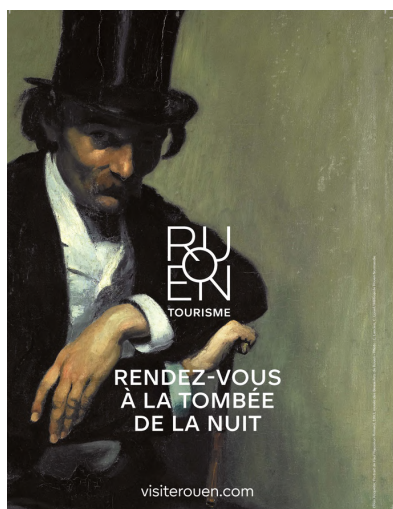
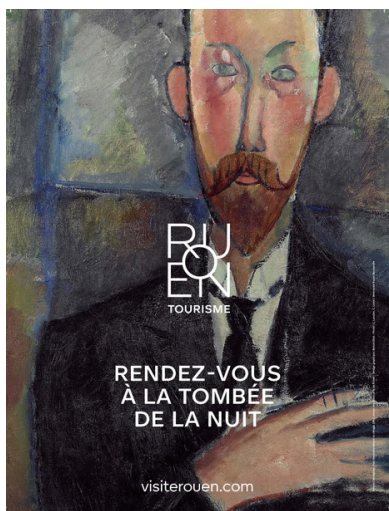
Télérama Sortir :

- 2 pages, 2^e et 4^e de couverture
24 décembre 2025
- 2 pages, 2^e et 4^e de couverture
7 janvier 2026

Diffusion France payée : 178 000 ex

Audience ensemble 15+ (LDP) : 925 000

BeauxArts Revue **Télérama**¹



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 champ 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 a été mise en place et un avenant définit chaque année le programme des actions communes. **Les actions 2025** ont porté sur le développement de l'offre touristique de La Seine à Vélo, la promotion des mobilités douces avec l'essor de l'itinérance, notamment la randonnée pédestre « Gare à Gare » (GR2) le long de la Seine, la mise en valeur des panoramas, le développement des loisirs nautiques ainsi que l'obtention du label Station Trail.

LABELISATION ACCUEIL VÉLO

24 partenaires sont labellisés Accueil Vélo sur le territoire de la Métropole Rouen Normandie, catégorisés par 6 différents types de prestation : hébergement, site touristique et de loisirs, restauration, Office de Tourisme et réparateur vélo **3 nouveaux labellisés en 2025**.

PROMOTION DE LA STATION TRAIL

Stand aux trails des pyramides noires, Lievin (59) et à l'Ultra Trail des 3 ponts, Gruchet-le-Valasse (76) avec diffusion d'un flyer de promotion.

ACCUEILS PRESSE

- Séjour de gare en gare sur La Seine à Vélo avec le média Chilowé.
 - Rainer Gottwald, magazine allemand « e-bike Touren ».
- En partenariat avec Normandie Tourisme

SMA 76

FORUM DE L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

Rouen Tourisme participe chaque année au rassemblement des professionnels du tourisme du territoire afin de présenter les nouveautés de la saison et favoriser les échanges entre acteurs du secteur et échanger de la documentation.



SITES ET MUSÉES - MÉTROPOLE ROUEN NORMANDIE

UNE NOUVELLE ÉDITION BROCHURE SITES ET MUSÉES

Les différents acteurs culturels ont participé financièrement à la réalisation d'une brochure destinée aux visiteurs français et étrangers du territoire. Au format poche, la **brochure Sites et Musées, éditée en français et anglais**, propose la découverte des musées et monuments de la Métropole Rouen Normandie, en consacrant une page à chacun des sites et musées partenaires.

Illustrations, informations pratiques, anecdotes et suggestions d'aide à la visite complètent la présentation de chaque site et leurs expériences touristiques qui pour la plupart sont réservables en ligne sur visiterouen.com toute l'année.

ILS ONT PARTICIPÉ !

- La Réunion des Musées Metropolitains : Musées des Beaux-Arts, de la céramique, Le Secq des Tournelles, Fabrique des savoirs, Flaubert et d'histoire de la médecine, Corneille, Beauvoisine, Maison des champs, Pavillon Flaubert, Corderie Vallois.
- Rouen Normandie Sites et Monuments : Historial Jeanne d'Arc, Maison Sublime, Donjon de Rouen, Aître Saint-Maclou, Château Robert le Diable.
- La Ville de Rouen : Gros Horloge.
- La Métropole Rouen Normandie : Label Ville et Pays d'Art et d'Histoire.
- Le Département de Seine Maritime : Abbaye de Jumièges et Jardins de l'Abbaye St Georges de Boscherville.
- MUNAÉ – Musée National de l'Éducation.
- Musée maritime, fluvial et portuaire.

MILLENNIUM 2027, ANNÉE EUROPÉENNE DES NORMANDS

Dans le cadre du **Millénaire de la naissance de Guillaume le Conquérant en 2027**, la Normandie célèbre une année exceptionnelle à l'échelle européenne : l'Année des Normands. Porté par la Région Normandie, cet événement met en lumière l'héritage historique et culturel des Normands, depuis les premières incursions vikings jusqu'à l'influence durable de leur civilisation à travers l'Europe, notamment en Angleterre et dans les pays scandinaves.

Dans cette dynamique, Rouen Tourisme s'inscrit pleinement comme acteur majeur de la programmation en proposant une offre riche, diversifiée et ancrée dans l'identité du territoire, en conjuguant patrimoine, gastronomie et expériences participatives. Capitale historique de la Normandie, Rouen devient ainsi un véritable terrain d'exploration de l'histoire normande, entre transmission, expérimentation et découverte.

Parmi les temps forts proposés :

- Le lancement du jeu « À la conquête des Normands » invite les familles à vivre une aventure ludique au cœur de la ville,
- La visite Jumièges, secrets d'un chef et d'une abbaye,
- La visite Vikings, bières et légendes,
- Un nouveau footing culturel original « Des Vikings aux ducs de Normandie »,
- L'événement 2027 « Rouen à Table ! Les Normands passent à table »





PROMOUVOIR

NOS SUPPORTS DE COMMUNICATION

LES ÉDITIONS ROUEN TOURISME

Rouen Tourisme assure une impression en grand volume de ses supports de communication pour assurer la promotion et le renseignement auprès des visiteurs.



- **Rapport d'activité 2024** : 200 ex
- **Dossier de presse FR**: 180 ex
- **Dossier de presse GB**: 170 ex
- **Plans touristiques FR**: 75 000 ex
- **Plans touristiques GB**: 40 000 ex
- **Plans touristiques NL**: 8 000 ex
- **Plans touristiques IT**: 8 000 ex
- **Plans touristiques ES**: 8 000 ex
- **Plans touristiques AL**: 25 000 ex
- **Plans touristiques JA**: 8 000 ex
- **Magazine #6 (avril-oct)**: 15 000 ex
- **Magazine #7 (nov-avril)**: 15 000 ex
- **À table**: 8 000 ex
- **On the table!**: 4 000 ex
- **Sites & musées**: 50 000 ex
- **Sites & museums**: 30 000 ex
- **Top attractions**: 2 000 ex
- **Groupes FR**: version web
- **Groups and travel trade**: version web
- **Scolaires**: version web
- **Rouen destination d'affaires**: version web
- **Cruise magazine**: 500 ex

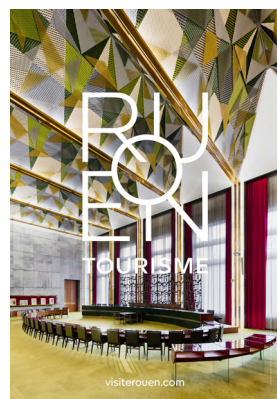


NOS CAMPAGNES DE COMMUNICATION

CAMPAGNE D'AFFICHAGE ROUENNAISE

Les patrimoines ont été dévoilés sur les réseaux rouennais en amont des vacances scolaires de printemps.

Campagne printemps du 2 au 9 avril 2025



CAMPAGNES MÉTRO PARISIEN

200 x 150 cm - 260 faces

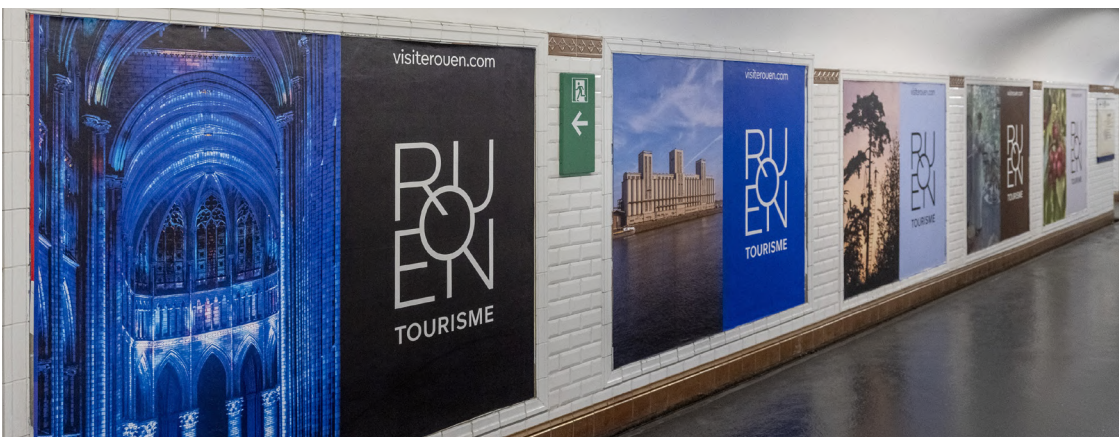


Occasions de voir
86 970 083

Audience
6 553 995

Répétition
11

Campagne printemps du 31 mars au 13 avril



Campagne automne du 29 septembre au 12 octobre



visiterouen.com

ROUEN
TOURISME





visiterouen.com

RU
EN
TOURISME



visiterouen.com

RU
EN
TOURISME



visiterouen.com

RU
EN
TOURISME



visiterouen.com

RU
EN
TOURISME

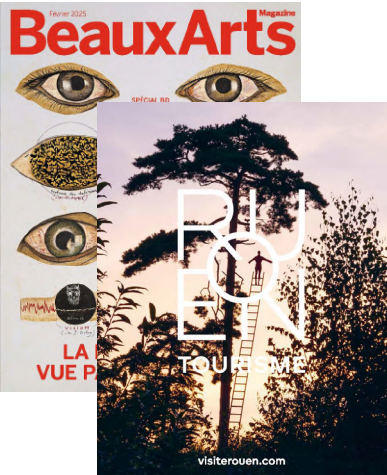
INSERTIONS PRESSE

Parutions printemps/automne/hiver 2025

- **Beaux-Arts magazine**, 72 326 exemplaires par campagne

Parutions Croises printemps/été 2025

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



CAMPAGNES DIGITALES

1. Campagne métro parisien : avril 2025



13 229
clics



552 079
personnes
touchées



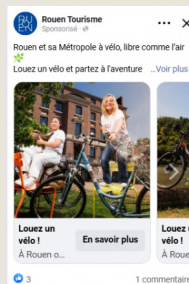
2. Campagne vélo : juin 2025



1 111
clics



840 132
personnes
touchées



3. Campagne Rouen à Table ! : août à octobre 2025



4 593
clics



2 861 641
personnes
touchées



4. Campagne métro parisien : octobre 2025



2 709
clics



1 204 440
personnes
touchées



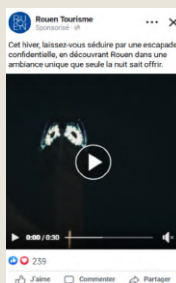
5. Campagne RDV à la tombée de la nuit : décembre 2025



4 375
clics



2 675 170
personnes
touchées



7 049 462
personnes
touchées au total

NOS OUTILS EN LIGNE

VISITEROUEEN.COM

+ 16 %
1,5 millions
de visites

+ 15 %
3 millions
de vues

Au total, **130 nouveaux articles** ont été rédigés afin de valoriser les manifestations, les informations pratiques et les cinq patrimoines du territoire, avec un enrichissement particulier des contenus liés à la gastronomie. Un travail d'approfondissement des pages des 46 points d'intérêt a également été engagé pour proposer des contenus plus complets et une mise en page plus claire. L'espace professionnel a été optimisé (SEO, nouveaux contenus et fonctionnalités), avec le développement d'outils facilitant la recherche et la mise en relation des acteurs du MICE.

78 %
français

22 %
étrangers

TOP 5 pour la France



• Île-de-France



• Normandie



• Hauts-de-France



• Auvergne-Rhône-Alpes



• Nouvelle-Aquitaine

TOP 5 étrangers



• Belgique



• Allemagne



• États-Unis



• Royaume-Uni



• Italie

TOP 5 des pages les plus consultées

1. Agenda
2. Accueil
3. Spectacle Luminiscense
4. Foire Saint-Romain
5. Visiter Rouen en une journée

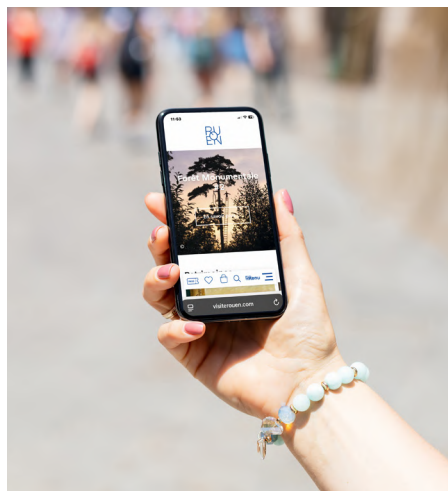
UN CHATBOT ENTRE VOUS ET NOUS

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.

21 893 conversations
pour 24 946 messages échangés
(+28.5 % vs 2024)



Le chatbot a répondu à 99 % des questions posées



54 % sur
mobile



46 % sur
ordinateur

63 %
français

14 %
anglais

23 %
autres
langues



Nombre de **contacts**
dans la base
111 498

135 newsletters
envoyées (+ 10 %)

Un total de
1 104 197 mails
envoyés (+ 30 %)

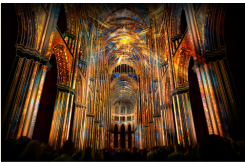
Taux de **délivrabilité** moyen
96,6 %

Taux d'**ouverture** moyen
58,81 %



Taux de **clic** **16 %**
(+ 9 % vs 2024)

13 191
nouveaux profils
dans le CRM (+ 14 %)



La cathédrale brille avec
Luminiscence

C'est avec une immense joie que nous vous annonçons l'ouverture de la biennale pour Luminiscence, le spectacle immersif à 360° qui illumine la majestueuse cathédrale Notre-Dame de Rouen à partir du 24 janvier 2025. Une expérience unique au cœur de l'histoire où le chef-d'œuvre d'art gothique et de l'histoire normande s'éveille à travers un spectacle exceptionnel qui naît.

- Vidéo mapping à 360° : chaque pierre de la cathédrale prend vie, révélant ses moindres détails architecturaux.
- Musique live : les sonorités vocales d'inspiration de Rouen — VOIX NOCTURNE, la Maitresse Saint-Evroult et le Chœur de Chantres de Rouen — subliment l'expérience sous la direction de Vincent Guimaraes et Frédéric Pinau.
- Concerts exclusifs : lors de soirées spéciales, l'archevêque Luminiscence se mêlera au jeu pour des moments inédits.



Un maître du design à (re)découvrir

Le Musée des Beaux-Arts de Rouen propose une immersion dans l'univers de Maxime Ollé (1910-1991), architecte d'intérieur et créateur de mobilier reconnu du 20^{ème} siècle. Le parcours révèle notamment ses interventions à Rouen, comme la salle du Conseil municipal de l'Hôtel de Ville et la Halle aux Toiles — créatures peu connues mais emblématiques de son style. L'exposition dévoile huit œuvres thématiques, mettant en scène son appartement patrimonial de 1950 et son bureau d'étude, ainsi que l'évolution de sa pratique, de la création moderne à l'architecture d'intérieur.

[Découvrir](#)

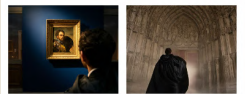


Rendez-vous à la tombée de la
nuit

Cet hiver, laissez-vous séduire par une escapade confidentielle où Rouen dévoile une atmosphère singulière et envoûtante. De janvier à mars, Rouen Tourisme vous invite à vivre une aventure pleine à ras bord, mêlant mystère et exclusivité, pensées comme de véritables parenthèses sensorielles. Routes médianiques dédiées à la lampe torche, monuments révélés sous un jour — ou plutôt une nuit — inédit, ou encore portes exceptionnellement ouvertes du Musée des Beaux-Arts : chaque expérience promet une découverte intime et fascinante du patrimoine rouennais.

Plus calme, plus authentique, la ville se découvre pleinement en hiver et devient le décor idéal d'un week-end dépayssé à seulement 110 km de Paris. Ces expériences sont proposées exclusivement sous forme de packages incluant la visite guidée, une nuit d'hôtel chez l'un de nos partenaires et la participation pour deux personnes. Laissez-vous séduire par un séjour atypique au cœur de la nuit rouennaise.

[Découvrir](#)



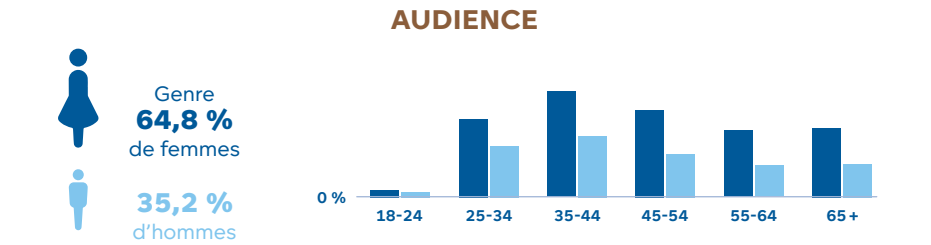
Un soir au musée

Quand les portes se ferment, le Musée des Beaux-Arts dévoile un autre visage lors d'une visite nocturne intime et exclusive.

Rouen au clair de lune

À la tombée de la nuit, Rouen se transforme. Lampe torche en main, explorez l'architecture et les secrets du musée lors d'une visite nocturne immersive et

LES RÉSEAUX SOCIAUX



Principales villes	%
Rouen	10,9
Paris	2,8
Sotteville-lès-Rouen	1,3
Le Grand-Quevilly	1,1
Le Havre	0,9

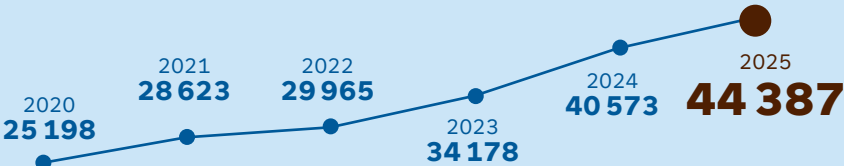
Principaux pays	%
France	85,1
Italie	1,8
Algérie	1,5
Belgique	1,4
Espagne	1

Taux d'engagement moyen annuel **2,1 % (stable)**
Couverture moyenne annuelle **612 864 (+ 39 %)**
Couverture totale sur l'année **7 354 372 (+ 39 %)**
Couverture payée **308 177 (- 62 %)**





ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ



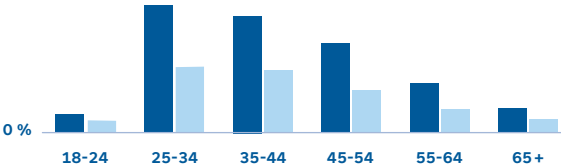
Taux d'évolution par rapport à l'année 2024 + 9 %

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

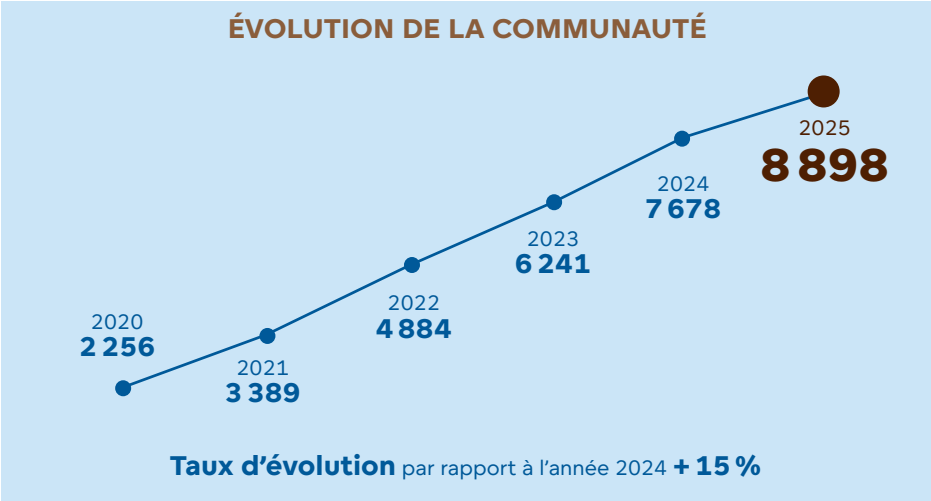
Taux d'engagement moyen annuel **11,3 % (+9.7 %)**
Couverture moyenne annuelle **80 299 (+46 %)**
Couverture totale sur l'année **963 583 (+46 %)**

TOP POST
Impressions
178 893





ÉVOLUTION DE LA COMMUNAUTÉ

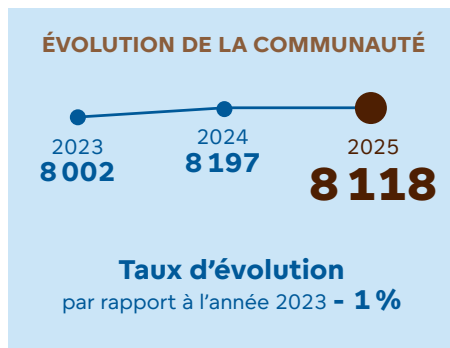


Principales villes	%
Rouen et périphérie	53,1
Paris et périphérie	10,8
Caen et périphérie	2,9
Le Havre et périphérie	2
Évreux	1,3



Taux d'engagement moyen annuel **9,07 % (-42 %)**
Couverture moyenne annuelle **19 951 (-34 %)**
Couverture totale annuelle **239 412 (-34 %)**

X



YOUTUBE



LANCEMENT DU COMPTE TIKTOK



Rouen Tourisme franchit une nouvelle étape de sa stratégie digitale avec le lancement de son compte TikTok le **19 août 2025**. Désormais présent sur l'ensemble des réseaux sociaux, Rouen Tourisme adapte ses contenus à ce format vidéo court et immersif pour capter une nouvelle audience. Avec déjà **23 publications** au compteur et plus de **114 900 vues**, cette initiative permet de valoriser les richesses de la métropole de manière dynamique et spontanée, tout en conservant une ligne éditoriale cohérente.

COMMUNICATION VIDÉO

- 44 vidéos produites en interne

Top 4 des meilleures vidéos de l'année :

- Marché de Noël - **74 300** vues
- Vidéo "Bref" - **78 500** vues
- Rouen à Table ! - **136 000** vues cumulées
- RDV à la tombée de la nuit - **125 000** vues

CAMPAGNES NOTABLES

Série Maxime Old

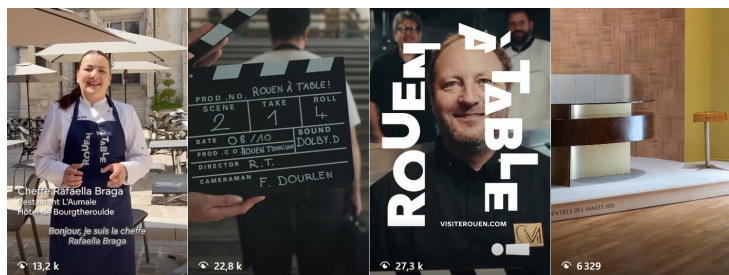
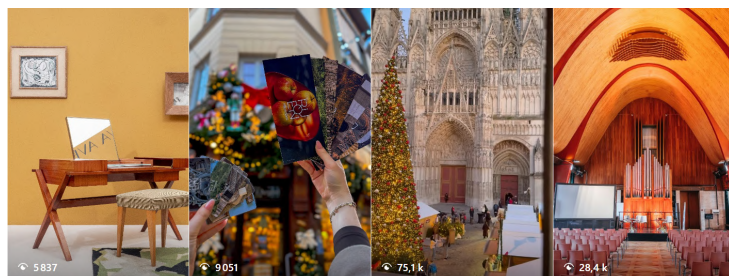
- 9 vidéos
- 92 000 vues cumulées (Instagram)
- 1 concours
- Une collaboration avec le MuMa du Havre

Campagne vélo - Tour de France

- 5 vidéos
- 4 collaborations avec le compte du Tour de France (3M d'abonnés)
- 3 collaborations avec des influenceurs
- 1 concours

Rouen à Table !

- 12 vidéos
- Appel à court-métrage
- Collaborations avec :
 - le Club des Toques
 - la Jeune Garde
 - chefs internationaux UNESCO
 - Les bars et hôtels rouennais





LES SALONS, WORKSHOPS ET ÉDUCTOUR

Salon Rendez-vous en France

les 1^{er} et 2 avril 2025 à Lyon

85 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 9 et 10 janvier 2025

35 Rendez-vous

2^e 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.

Workshop presse S'évader en France à Paris le 12 décembre 2025

40 contacts qualifiés

Ces rencontres annuelles du club presse des Offices de Tourisme de France avec les journalistes des rubriques Tourisme ont été l'occasion d'échanges autour de la promotion de la destination et de ses événements.

Salon Seatrade Miami (USA)

7 au 10 avril 2025

Salon clé pour la visibilité et le développement des relations dans l'industrie mondiale des croisières.



**Éductour Salon Rendez-vous en France
2025 – La Normandie Médiévale**

Le 30 mars

7 participants (Espagne, Pays-Bas, États-Unis, Finlande et Italie)

Au programme : visite guidée en anglais sur Rouen médiévale et dîner normand au restaurant D'Eux-mêmes. Nuitée à l'Ecole Buissonnière, hôtel Hyatt.

Les tour-opérateurs ont découvert la destination pour la première fois.



VISIBILITÉ DE LA DESTINATION DANS LES LIEUX DE TRANSPORT

FERRY SEVEN SISTERS ET LE CÔTE D'ALBÂTRE

Rouen Tourisme a initié un partenariat avec DFDS pour exploiter des écrans digitaux et des espaces muraux à bord des ferrys. Ces supports permettent de promouvoir la destination Rouen et la vallée de Seine auprès des voyageurs, notamment en provenance d'Angleterre. Depuis fin 2025, une vidéo de destination ainsi que des photos de Rouen sont diffusées sur les deux navires.

GARE SNCF ROUEN RIVE-DROITE

Rouen Tourisme a rencontré la direction de gare Rouen rive droite afin d'identifier ensemble les espaces propices à l'affichage de visuels de la destination. L'objectif est à la fois de convertir les voyageurs professionnels en touristes grâce à des visuels attractifs et

d'accompagner les visiteurs via des plans et informations pratiques. En 2025, les espaces d'implantation ont été identifiés en concertation avec la direction des Gares de Normandie.

AÉROPORT DE ROUEN-VALLÉE DE SEINE

Un travail d'identification des espaces d'affichage a été mené fin 2025 à l'aéroport situé à Boos pour développer la visibilité de la destination. Cette action vise principalement la clientèle affaires, afin de susciter un retour à Rouen dans un cadre touristique. Des maquettes ont été réalisées et plusieurs emplacements ont été investis.

PRESSE LOCALE ET NATIONALE

NATIONAL

18 accueils, 25 supports

Thématiques :

Impressionnisme / Seine à Vélo /
Gastronomie / Tour de France / Forêt
Monumentale / Nature (Rando et trail)

- En Train
- MAXI
- France 2 Le jour du seigneur
- Chilowé
- Le Figaro Magazine – 2 éditions (régional
12 pages / national 4 pages)
- Télérama
- VP Rouen à Table ! 8 journalistes
- M6 ! Tous en cuisine
- ARTE – Invitation au voyage – 2 reportages
– Jeanne d'Arc/La Seine
- Le Figaro Quotidien
- Saveurs
- Magazines Balades – 2 parutions
- Les Echos
- Destination France
- TV5 Monde – émission Papilles

**35 CONVENTIONS SIGNÉES
DONT 19 HÔTELS ET 16
RESTAURANTS POUR
ACCUEILLIR LA PRESSE
DE FAÇON PRIVILÉGIÉE**

LOCAL

3 dossiers de presse,
6 communiqués de presse,
4 conférences de presse

PHOTOTHÈQUE ET PRESSE

118 assistances

Les thématiques demandées :

Incontournables / Forêt Monumentale /
Impressionnisme / Gastronomie



france • tv

France
la télévision publique

LE FIGARO

Télérama

BFM
NORMANDIE

BeauxArts



Balades
LE MAGAZINE RANDO

arte

Maxi

LE FIGARO
magazine



france • 5

ici
Normandie

L'ESSENTIEL
MEDIA

les Pestos
.com

chilowé

BFM
PARIS
ÎLE-DE-FRANCE

en train

Vinyle Audio

NOTRE SÉLECTION

Cafés, hôtels, églises : nos adresses confidentielles pour un week-end à Rouen

À l'intérieur des intérieurs imaginés par un décorateur -ghare du XVe siècle, Maxime Old, qui son musée des Beaux-Arts met à l'honneur, Rouen regorge de lieux confidentiels et originaux à découvrir sans modération.

LIQUIDE ET ÉPURATION • DÉCORATION • LE PAYSAGE • PAYSAGE ET PAYSAN • DÉCORATION



À gauche : la salle royale du musée des Beaux-Arts de Rouen, conçue par le décorateur Maxime Old. (Photo : Maxime Old)

Par Maxime Old
C'est parti pour un week-end à Rouen

L'événement : Maxime Old

C'est parti pour un week-end à Rouen : les adresses confidentielles pour un week-end à Rouen. C'est parti pour un week-end à Rouen : les adresses confidentielles pour un week-end à Rouen.



LE FIGARO MAGAZINE

ROUEN

Le frisson d'un grand départ

Le 2 septembre, les dirigeants de la ville de Rouen ont annoncé qu'ils ont décidé de se séparer. Le conseil municipal de Rouen a décidé de se séparer. Le conseil municipal de Rouen a décidé de se séparer.

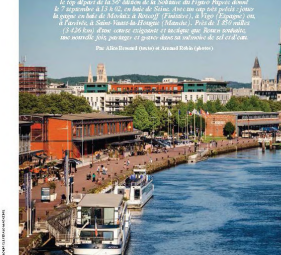


Photo : Alain Besson / Getty Images / Michael Ochs / Getty Images

Rouen

UNE PLONGÉE DANS L'HISTOIRE

On le imagine souvent comme une ville moderne, Rouen a en réalité une histoire riche et complexe. Cette plongée dans l'histoire de Rouen vous permettra de découvrir les secrets de cette ville.



COGNAC

COGNAC

Le cognac est une boisson alcoolisée produite dans la région de Cognac, en France. Elle est connue pour ses qualités gustatives et ses bienfaits pour la santé.




PME®IONS

La Seine, ce fleuve à haut potentiel stratégique

Elle voit défiler les péniches de commerce et les convois de marchandises. La Seine impose comme un ressort économique qui peut encore croître.

850

Produits frais : la chaîne Otera va multiplier les ouvertures de magasins

La minoterie Girardeau investit 25 millions d'euros




PRESSE INTERNATIONALE

13 accueils presse

16 supports

Thématiques :

**Impressionnisme / Gastronomie /
Incontournables / Tour de France /
Rouen à Table !**

- JEZ FIELDER - ASSOCIATED PRESS - GB
- ANWB - NL
- Rainer Gotwald – La Seine à vélo - D
- Sophie and Hannah – influenceuses GB
- Steffi Schweizer - D
- Ute Muller - Rheinische Post Gruppe - D
- Allison Van Rassel – CAN
- Sarah Daly – GB
- The Sun – GB
- Trip reporter & Travel guide – Rupert Parker - GB
- Carolyn RAY - Journey Women – Canada
- Amy Mc Pherson – France Today – GB
- Sabrina Pirillo – SP
- Christina MacKenzie – Lonely planet



**TRIP
REPORTER.**



Retombées presse Croisières

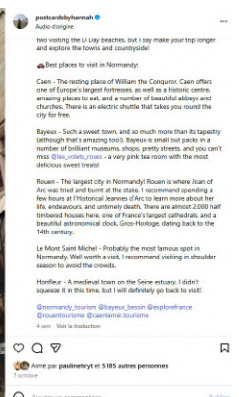
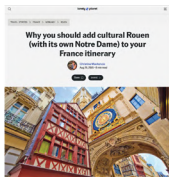
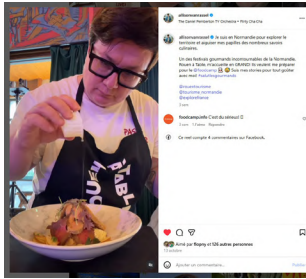
**CRUISE
& TRAVEL**

Forbes



Cruise Industry News
Number 1 in Industry Reporting





A tall, slender pine tree stands prominently in a dense forest. A red ladder is leaning against its trunk, extending from the lower part of the tree up to a person standing on a high branch. The person is wearing a red outfit. The background is a clear blue sky with scattered white clouds. The foreground and middle ground are filled with lush green foliage.

OBSERVATOIRE TOURISTIQUE

2025, LE RETOUR DES VISITEURS ÉTRANGERS CONFIRMÉ

À ROUEN

En 2025, la fréquentation sur la ville a été stable au global en matière de volume de nuitées touristiques, avec plus de 3,9 millions de nuitées touristiques (légère baisse de 0,63%). Dans le détail, on remarque une progression de 1,6% du volume de nuitées touristiques des touristes étrangers, avec un gain de plus de 25 000 nuitées touristiques.

NUITÉES TOURISTIQUES

58 %
français

42 %
étrangers

TOP 4 fréquentation Français par Région Rouen

Région	2025	2024	2023	2022	2021
1. Normandie	59 %	56,7 %	56,2 %	56,9 %	58,2 %
2. Île-de-France	18 %	15,4 %	16,4 %	17,5 %	17,8 %
3. Hauts-de-France	6 %	6,2 %	6,8 %	5,4 %	5,3 %
4. Bretagne	3 %				

TOP fréquentation étrangère

Pays	2025	2024	2023	2022	2021
États-Unis	15.3 %	10,9%	11,6 %	11,3 %	7,3 %
Allemagne	9.2 %	9,4 %	10,2 %	6,9 %	6,6 %
Royaume-Uni	8.1 %	8,3 %	10,1 %	6,9 %	4 %
Pays-Bas	6 %	7,7 %	8,1 %	5 %	5,1 %
Italie	5.7 %	4,8%	5,3 %	4,3 %	3,4 %
Espagne	5.2 %	4,8%	5,8 %	3,6 %	4,5 %
Chine	4.3 %				

Source « Flux Vision », solution de Big Data innovante développée par Orange, déployée sur le territoire

FRÉQUENTATION DES SITES TOURISTIQUES

Les sites touristiques et les musées de la Métropole restent une valeur sûre pour nos visiteurs, séduits par la richesse et la diversité de leurs collections.

SITES ET MONUMENTS	2025	2024	2023	2022
1. Aître Saint-Maclou*	713 223	735 760	704 977	673 000
2. Église Sainte-Jeanne-d'Arc*	418 440	261 822	350 131	251 471
3. Musée des Beaux-Arts	217 381	250 439	176 310	149 962
4. Abbaye Saint-Pierre de Jumièges	113 756	-	81 618	-
5. Abbatale Saint-Ouen*	69 234	81 741	74 649	88 026
6. Historial Jeanne d'Arc	86 545	78 947	73 975	60 195
7. Église Saint-Maclou	55 146	66 131	72 717	46 208
8. Musée Beauvoisine	11 108	35 184	50 599	40 950
9. Musée Le Secq des Tournelles	39 268	35 040	34 338	26 535
10. Centre d'art contemporain de la Matmut - Daniel Havis	47 927	30 009	25 902	38 202
11. Gros horloge	26 252	18 531	24 803	25 639
12. Château du Taillis / Musée Août 44	21 735	18 900	23 080	19 160
13. Musée Industriel de la Corderie Vallois	13 165	13 459	15 425	12 070
14. Fabrique des savoirs / Centre d'archives patrimoniales – Elbeuf	17 888	13 725	15 358	14 717
15. Musée de la céramique	3 929	16 694	11 995	12 441
16. Musée Flaubert et d'histoire de la médecine	13 997	13 531	11 395	8 596
17. Maison-des-Champs, Pierre Corneille – Petit-Couronne	3 170	2 450	6 115	2 366
18. Musée Maritime, fluvial et portuaire	1 318	4 185	2 992	1 407
19. Maison Natale de Pierre Corneille	fermé	4 955	2 387	5 896
20. Pavillon Flaubert	645	805	810	654
21. Musée national de l'éducation	13 041	-	-	7 985
22. Le Donjon de Rouen	1 920	10 346	-	-
23. Maison sublime	2 403	2 380	-	1 185
24. Abbaye Saint-Georges de Boscherville	23 045	39 112	-	
25. Château Robert Le Diable	9 350			

* Compteur

Source : sites et monuments

L'ACTIVITÉ DES HÉBERGEMENTS

Nombre de nuitées totales

1 117 110

- 3,8% vs 2024

Nuitées Françaises

746 712

- 6,8% vs 2024

Nuitées Étrangères

370 398 (33 %)

+ 2,9% vs 2024

Top Pays étrangers en volume de nuitées



1. Royaume-Uni (66 036)



2. Allemagne (48 911)



3. Italie (38 925)



4. Pays-Bas (37 614)



5. États-Unis (36 653)

Durée moyenne de séjour - Total: **1,5**

(**1,6** en 2024)

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

(**1,5** en 2024)

Nombre Hôtels: **65**

(**67** en 2024)

Sources : Étude menée par l'Insee sur les hôtels de la métropole en 2025.



CROISIÈRES FLUVIALES

983

escales

soit **+13%** vs 2024



23 bateaux

9

Compagnies de croisières fluviales

Top 3 Étrangers



1. États-Unis



2. Allemagne



3. France

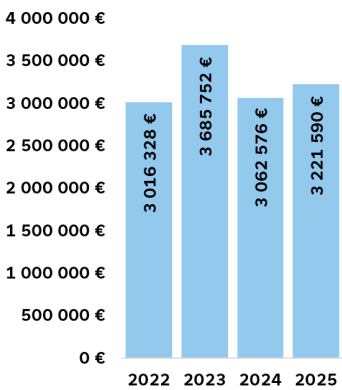
En 2025, Rouen enregistre **983 escales fluviales** pour **23 navires**, confirmant une dynamique de croissance solide depuis 2022, après l'impact de 2020. L'activité retrouve et dépasse les niveaux d'avant-crise, avec une progression régulière depuis 2011. La répartition des escales s'organise principalement entre le quai Pierre Corneille (603), suivie du quai de la Bourse (236) et du quai Gaston Boulet (144). La clientèle est majoritairement anglophone (65 %), complétée par une part germanophone significative (24 %) et une clientèle internationale diversifiée (11 %). Ces résultats traduisent l'attractivité renforcée de la destination et la structuration efficace de l'offre fluviale.

NOS COMPTES

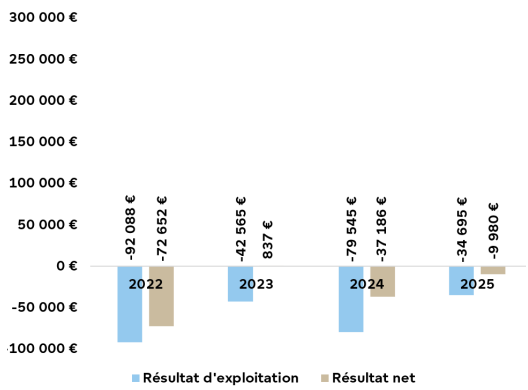


COMPTES ANNUELS CLOS AU 31 DÉCEMBRE 2025

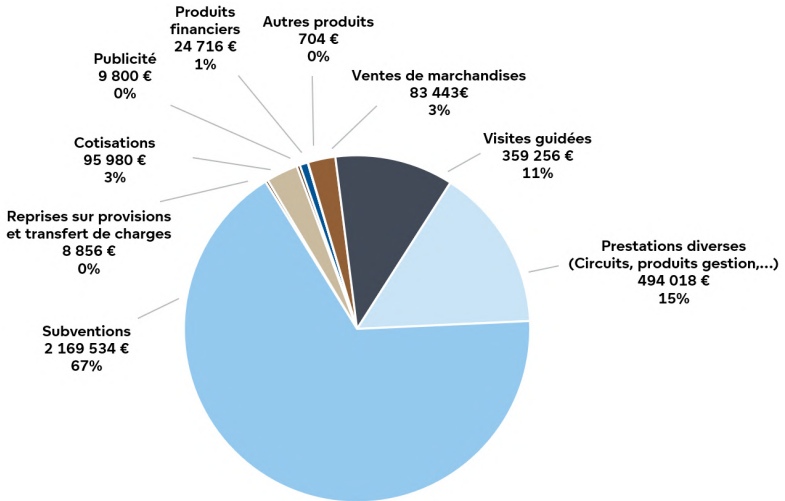
PRODUITS D'EXPLOITATION



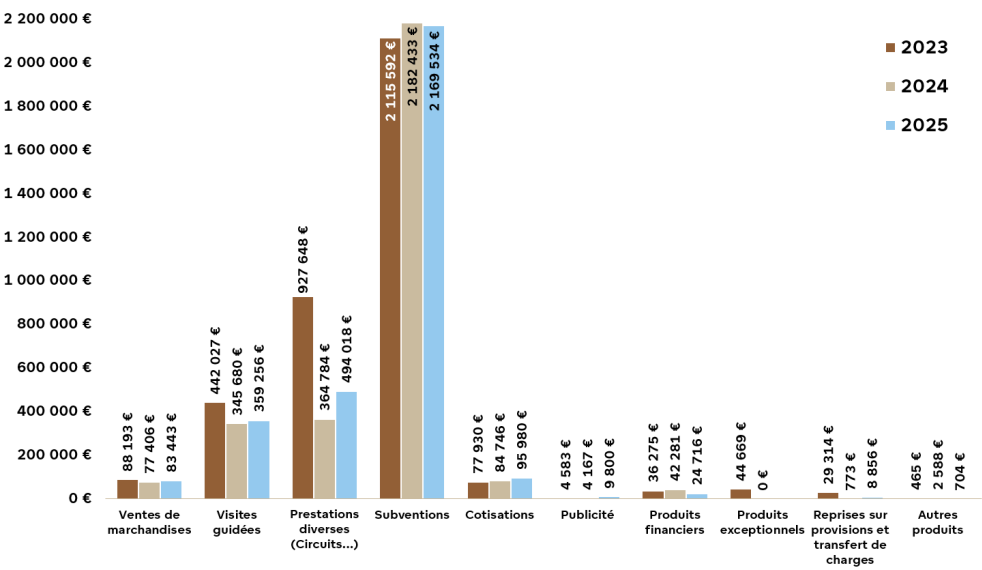
RÉSULTAT D'EXPLOITATION ET RÉSULTAT NET



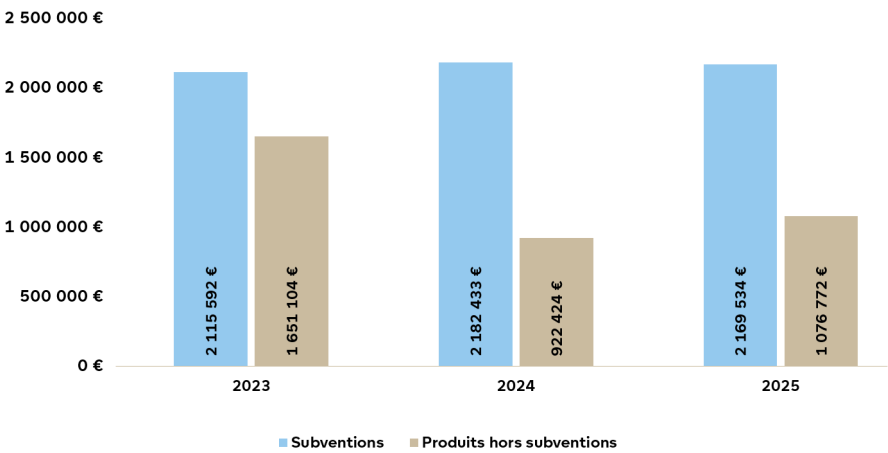
RÉPARTITION DES PRODUITS EN 2025: 3 246 306 €



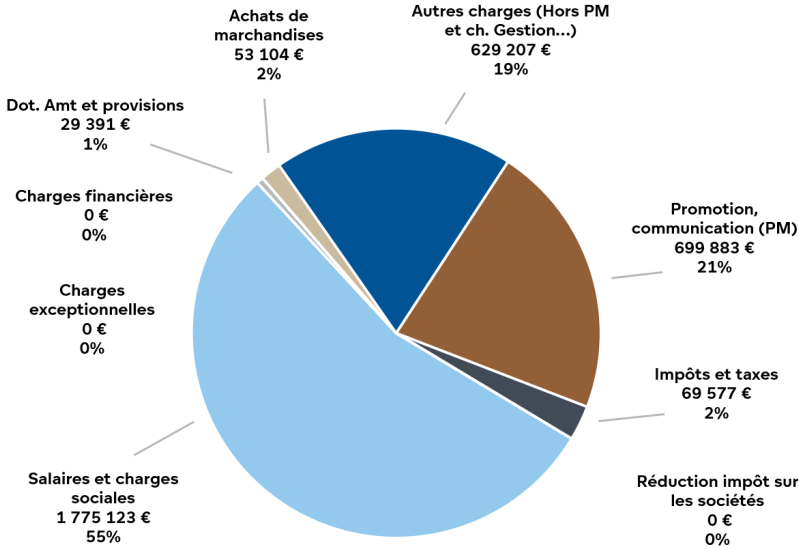
ÉVOLUTION DES PRODUITS DE 2023 À 2025



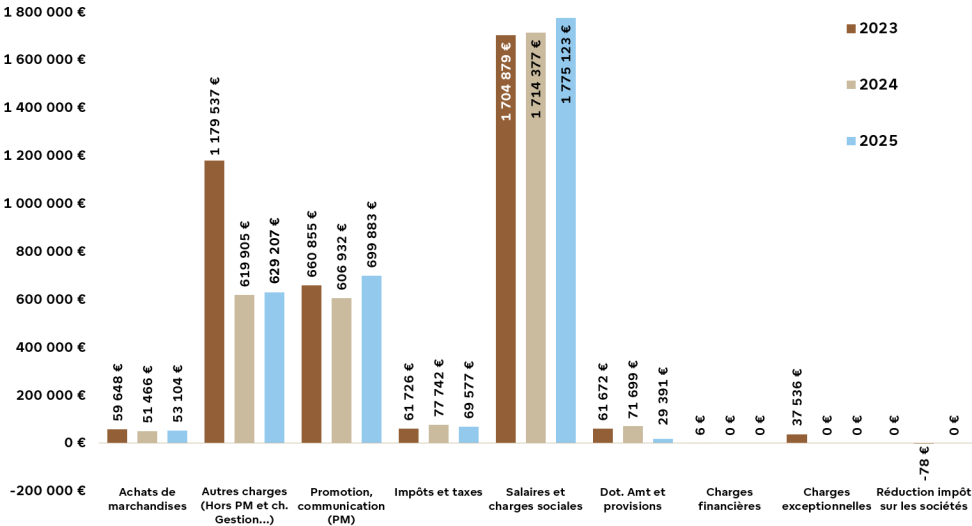
STRUCTURE PRODUITS DE 2023 À 2025



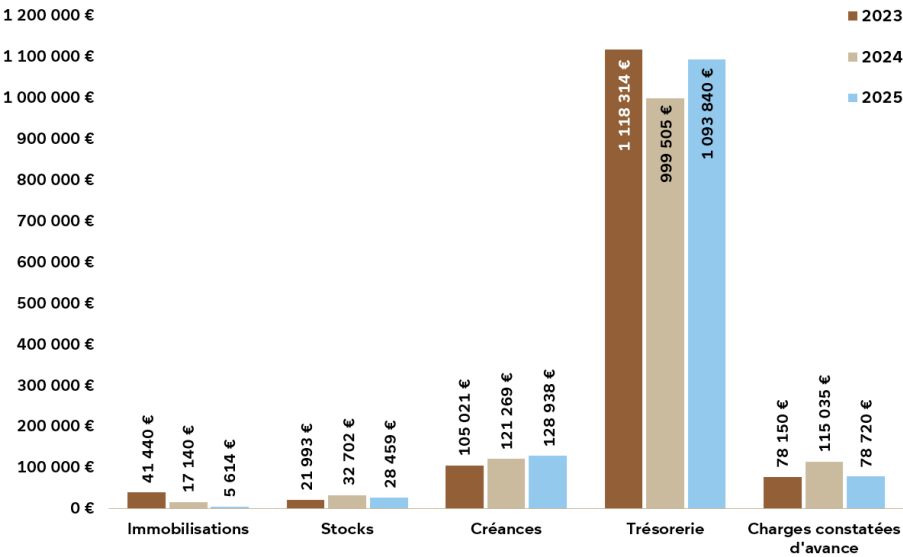
RÉPARTITION DES CHARGES EN 2025 : 3 256 285 €



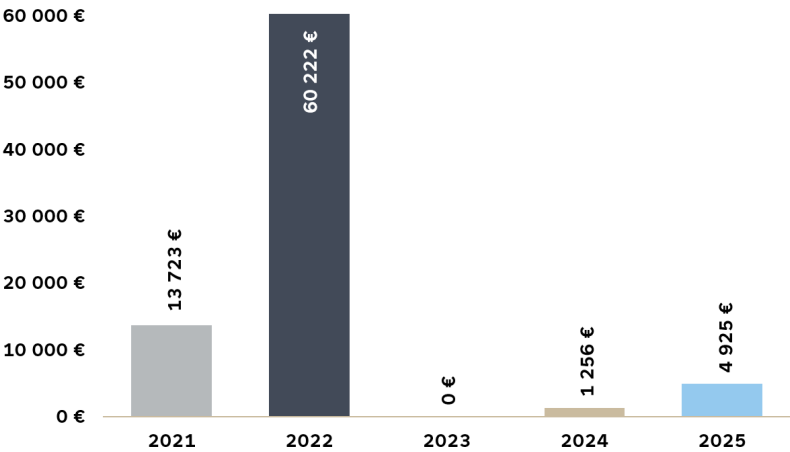
ÉVOLUTION DES CHARGES DE 2023 À 2025



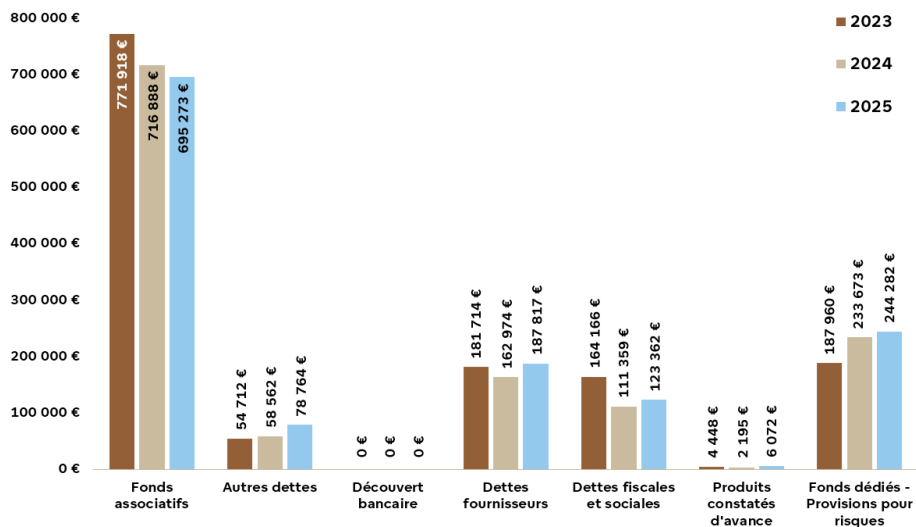
RÉPARTITION DU BILAN ACTIF DE 2023 À 2025



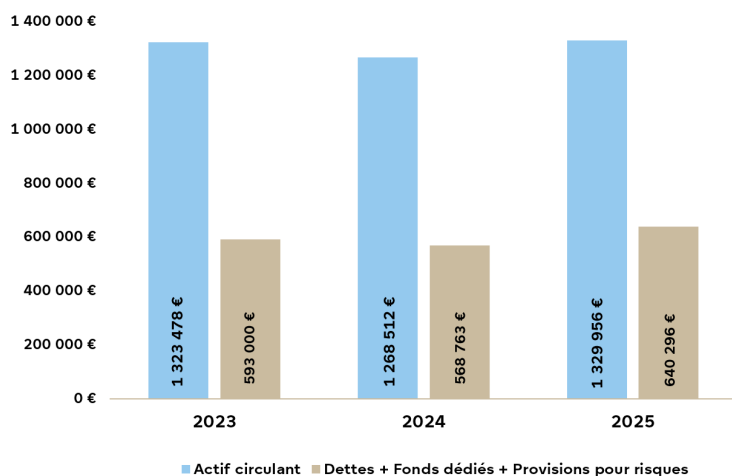
INVESTISSEMENTS DE 2021 À 2025



RÉPARTITION DU BILAN PASSIF DE 2023 À 2025



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:

Walid Medja, Claire Mauger - Secrétariat de rédaction et

iconographie: Marion Rabiller

Couverture: Benoît Eliot

Photographies: P. 2, 4, 6, 23, 30, 31, 33, 43, 47, 56, 63, 71, 73, 79, 80, 92: Benoît Eliot - P. 5: Mikhail Sytenkov - P. 5, 17, 20, 21, 22, 40, 42, 62, 68, 76, 93, 94, 97: Rouen Tourisme - P. 5, 6, 13, 18, 24, 38, 48, 51, 52, 53, 54, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 65, 68: David Morganti - P. 6, 33, 50, 67, 74, 100, 112: Alan Aubry - Métropole Rouen Normandie - P. 6, 57, 72, 90: François Dourlien - P. 11, 44, 102: Singuliers Pluriel - P.13: Delphine Crocq - P.17: Charlotte Thomas - P.20: SMEDAR - P.26: Julien Paquin - Département de la Seine-Maritime - P.28: Blas Garcia Castellano - P.32: Simon ChubbyCoon - Feno Caen 2022 - P.32: Henry DECAENS - P.32: Fred Margueron - P.34: Luminiscence - P.52: IFA Marcel Sauvage - P.66: Bicomme - P.105: SMA76, Tom Le Masson Banning Lover

2^e trimestre 2026

Impression: Ingénidoc



visiterouen.com