



Chiffres Clés



2,6 millions de visiteurs

260 000 visiteurs en moyenne par jour

537 000 visiteurs uniques

Des visiteurs présents pour **1 journée**

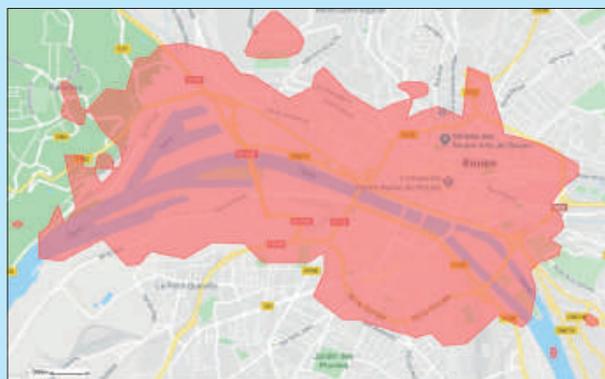
Un temps de visite moyen de **4 heures**

La zone d'étude : Rouen et les quais

L'Armada constitue un évènement incontournable de Rouen et de la Seine-Maritime. Afin de mesurer précisément la fréquentation de cette 7^e édition, Seine-Maritime Attractivité a mobilisé la solution Flux Vision Tourisme d'Orange*

Plusieurs éléments d'analyse sont à prendre en considération par rapport à cet outil de mesure:

- ▶ La **présence « significative »** d'une personne, c'est-à-dire son temps de présence minimum d'une heure.
- ▶ La **présence supérieure à 2h** d'une personne à l'évènement. Les personnes en transit, ayant une durée de présence comprise entre 1h et 2h, ne sont pas prises en compte.
- ▶ Seules les personnes résidentes* de la zone, les excursionnistes* ou les touristes* permettent d'apprécier la fréquentation. Les personnes habituellement présentes* n'ont également pas été observées.
- ▶ La **présence en journée**, c'est-à-dire entre 6h et minuit, est nécessaire pour qu'une personne soit observée.
- ▶ Un **floutage de données** inférieures à 20 personnes a été réalisé préalablement par Orange.
- ▶ L'**interpolation des données manquantes** par Orange, qui sont reconstituées via un modèle statistique utilisant les données Flux Vision Tourisme et les données externes (météorologiques, calendaires, etc.)



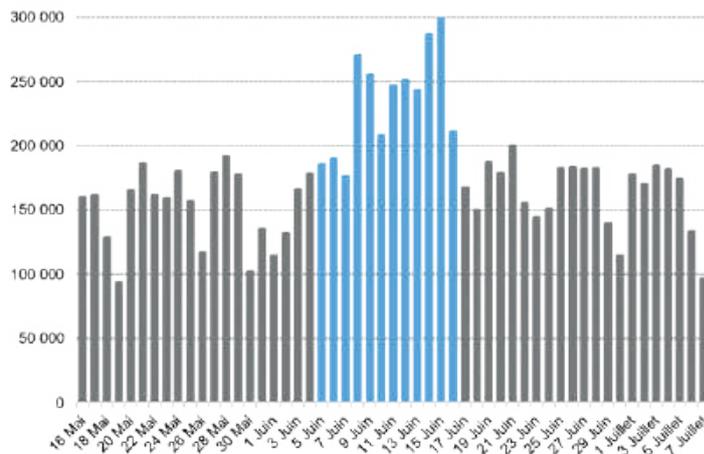
Préalablement à l'évènement, Seine-Maritime Attractivité, en partenariat avec Orange, a défini une zone d'observation correspondant aux disponibilités techniques (couverture mobile) du réseau Orange. Ce périmètre comprend les quais, le centre-ville de Rouen ainsi que les rives droite et gauche de la Seine.

* Voir le lexique p.4

Tous les 4 à 6 ans, l'Armada, évènement exceptionnel réunissant des navires venus de monde entier, est organisée à Rouen. A travers son observatoire touristique, Seine-Maritime Attractivité a saisi l'opportunité d'évaluer et d'analyser la fréquentation de cette 7^e édition qui s'est déroulée du 6 au 16 Juin.

Entre 250 000 et 300 000 visiteurs ont assisté aux weekends de lancement et de clôture

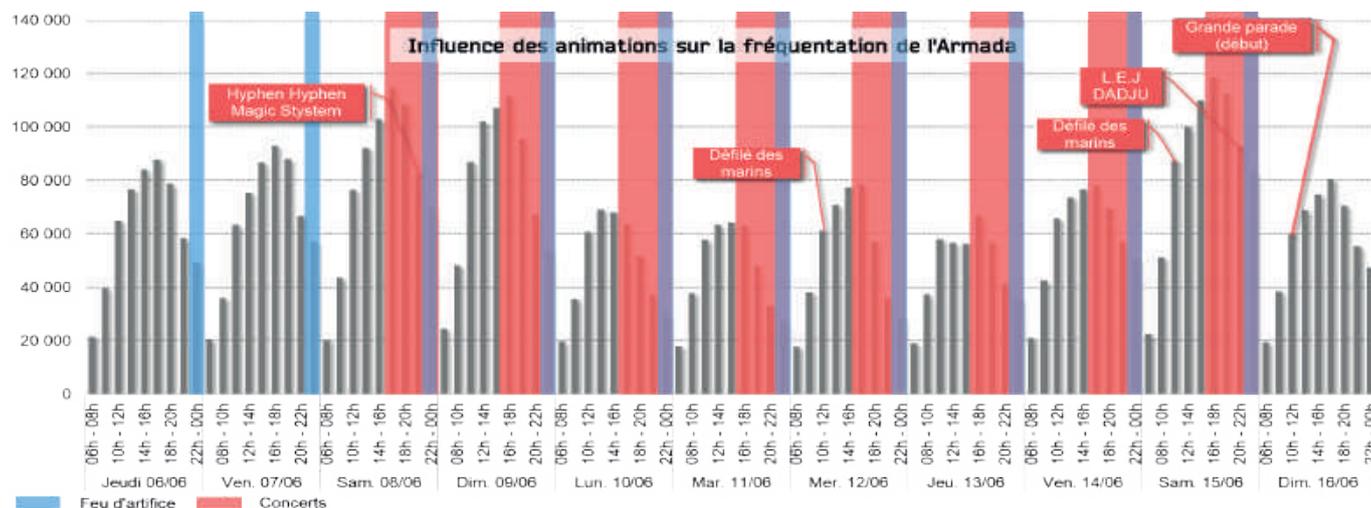
Une fréquentation supérieure pendant l'évènement par rapport à la période de comparaison



Les weekends de lancement (08/06) et de clôture (15/06) ont tout particulièrement attiré les excursionnistes, les touristes ainsi que les résidents de la zone d'observation. En effet, **entre 250 000 et 300 000 visiteurs** ont fréquenté l'Armada durant ces deux weekends.



Une programmation qui joue sur la fréquentation des quais de Rouen



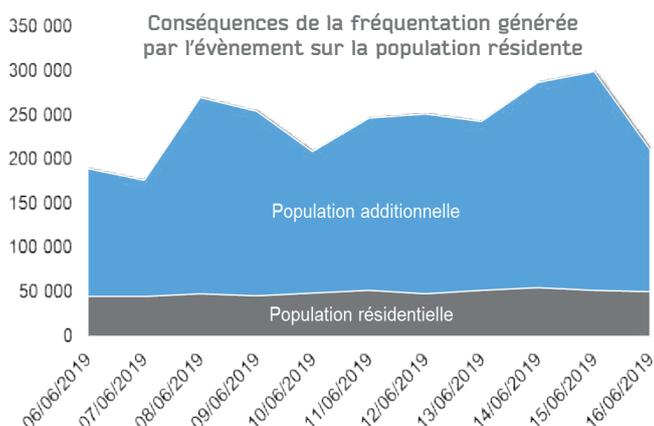
Durant ces 10 jours, la fréquentation n'a cessé de varier en fonction des jours ou de la période de présence des visiteurs selon les animations proposées. Parmi ces différentes animations, les visiteurs ont été plus nombreux à assister aux concerts de Hyphen Hyphen, Magic

System, L.E.J ou bien de DADJU ; et/ou aux feux d'artifices ayant eu lieu **entre 16h et minuit**.

Par exemple, au cours du weekend de lancement, **plus de 100 000 visiteurs étaient présents entre 16h et 18h** sur

les quais contre à peine 80 000 à 60 000 à la même période durant la semaine qui a suivi. Les autres animations (inauguration, messes et défilés des marins par exemple) ont rencontré un succès plus modéré auprès du public.

Une population multipliée en moyenne par 4



Afin de réellement apprécier la fréquentation touristique générée par l'Armada, une comparaison entre la population résidentielle* et la population additionnelle* a été réalisée.

Au sein du périmètre d'étude, la population résidentielle est estimée à près de 50 000 personnes en moyenne durant les 10 jours de l'évènement. Cette population a été **multipliée par 4** avec la forte affluence des excursionnistes et des touristes.

Le 15 juin, par exemple, **plus de 270 000 excursionnistes et touristes** ont été observés contre près de 51 000 résidents.

* Voir le lexique p. 4

Les excursionnistes : catégorie de visiteurs dominante

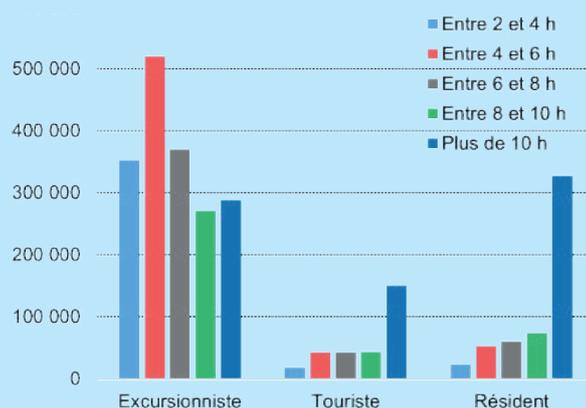
L'observation du volume de visiteurs uniques est un moyen de connaître la fréquentation réelle de l'évènement. Ainsi et selon les différentes catégories de visiteurs observées à l'Armada, **près de 425 000 excursionnistes uniques ont été comptabilisés**, ce qui en fait la catégorie la plus représentée avant les touristes ou les résidents qui ne dépassent pas 60 000 visiteurs uniques.



Ces excursionnistes sont majoritairement restés pour la demi-journée, passant **4 à 6h sur place**. Ils sont également nombreux à y avoir passé la journée (plus de 10h).

Les touristes et les résidents restés plus de 10h ont passé une nuitée sur la zone d'étude.

Des excursionnistes principalement présents de 4 à 6h



Nota : Afin de mieux apprécier la fréquentation de l'Armada, seuls les visiteurs uniques (comptabilisés une fois) sont étudiés.

Un évènement au rayonnement régional

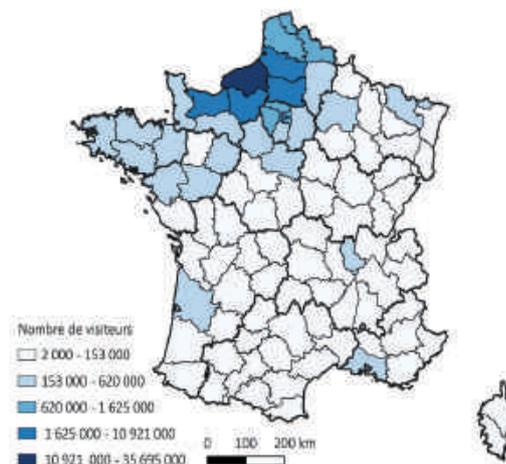


L'Armada attire des visiteurs principalement originaires du **grand ouest de l'hexagone**.

La majeure partie (40%) des touristes et des excursionnistes uniques observés précédemment, soit **près de 170 000 visiteurs uniques**, étaient de la Seine-Maritime ou venaient de départements limitrophes comme l'Eure (50 000 visiteurs) et le Calvados (12 000 visiteurs).

Certains étaient originaires de départements plus lointains comme la Gironde (Nouvelle-Aquitaine), les Bouches-du-Rhône (Provence-Alpes-Côte d'Azur) ou le Rhône (Auvergne-Rhône-Alpes).

Département d'origine des touristes et des excursionnistes uniques présents à l'Armada



Les nord-américains les plus nombreux à admirer les navires de l'Armada



États-Unis et Canada



Allemagne



Royaume-Uni et Irlande

Malgré un rayonnement plutôt régional, l'Armada a attiré des visiteurs étrangers.

Sur les 10 jours d'évènement, ce sont **les américains et les canadiens qui figurent en tête du classement des visiteurs uniques étrangers** observés à l'Armada. Ils sont suivis des Allemands puis des Britanniques et des Irlandais.

Les **nombreux évènements internationaux se déroulant en Normandie** au cours du mois de juin (le 75e anniversaire du D-Day

ou la Coupe du Monde Féminine de Football) peuvent expliquer la forte présence des clientèles nord-américaines.

Nota : Les données concernant les étrangers sont actuellement en cours de redressement afin d'améliorer l'estimation du volume global. Néanmoins, la comparaison avec des données de cadrage a permis d'attester la véracité de la répartition entre nationalités.

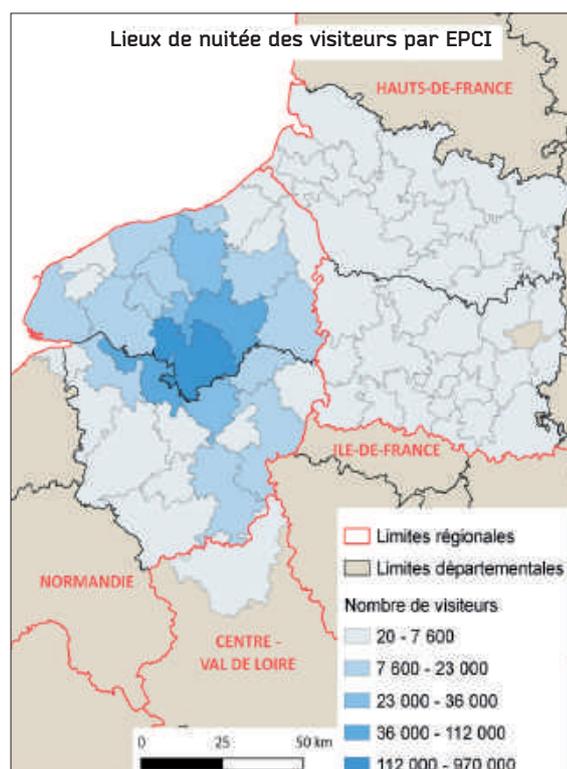
Les visiteurs ont passé la nuit à proximité



Une fois leur visite terminée, les excursionnistes et touristes présents ont majoritairement passé leur nuit en Seine-Maritime et plus précisément au sein de la **Métropole Rouen Normandie (près de 970 000 visiteurs)** ou de la Communauté de Communes Inter-Caux-Vexin, au nord-ouest de la Métropole.

Des nuitées ont également été réalisées dans des territoires limitrophes à la Seine-Maritime : dans l'Eure (Communauté de Communes Roumois Seine Eure – près de 56 000 individus), dans la Somme et dans l'Oise.

Nota : Les visiteurs passant leur nuit dans un territoire non limitrophe à la Seine-Maritime ne peuvent pas être observés.





En savoir +

Qu'est-ce que « Flux Vision Tourisme » ?

« Flux Vision Tourisme » est une **solution innovante** développée par Orange, co-construite avec Tourisme & Territoires (réseau national des CDT/ADT), aujourd'hui **utilisée par près de la moitié des ADT**.

Cette solution permet de convertir **des millions d'informations techniques du réseau** mobile Orange, en **indicateurs statistiques** afin d'analyser la fréquentation de territoires et le déplacement des populations. Développée en accord avec la CNIL grâce à une anonymisation des données, elle fait l'objet de nombreux travaux de recherches et développements depuis 2012 où une expérimentation pilote a été menée par Bouches-du-Rhône Tourisme pour Marseille Provence 2013.

Une segmentation (qualification d'un mobile en «touriste», «résident», etc.) est effectuée en tenant compte de l'adresse de facturation et des durées et fréquences de séjours.

Un redressement est effectué pour passer de x mobiles à y personnes en tenant compte d'un ensemble de facteurs comme le taux d'équipement en mobile et la part

de marché d'Orange. Pour **observer un évènement**, un périmètre géographique, un créneau horaire et une durée minimum de présence sont définis.

Un participant à l'évènement est donc une personne :

- 📍 vue sur le périmètre de l'évènement,
- 📍 pendant le créneau horaire déterminé,
- 📍 et qui est restée dans le périmètre durant un temps supérieur à la durée minimum de présence.

La typologie des personnes observées (résident du périmètre, résident du département, touriste, excursionniste...) et l'ajout d'une période de comparaison avant et après l'évènement permettent d'affiner l'observation de la fréquentation générée par l'évènement.

Note d'utilisation : «Flux Vision Tourisme» est une méthode innovante et récente. Elle fait l'objet de travaux permanents d'optimisation tant dans ses méthodes de production que de traitements. Les données sont donc sujettes à évolution dans l'avenir.

Lexique

- ▶ **Résident :** Habitant de la zone d'étude.
- ▶ **Habituellement présent :** Personne n'habitant pas sur la zone mais y séjournant longtemps ou souvent. *Exemple : étudiants, résidents secondaires etc.*
- ▶ **Touriste :** Personne séjournant sur la zone au moins une nuitée pour tout motif (personnel, professionnel...) et dans toute forme d'hébergement (marchand, résidence secondaire, famille...).
- ▶ **Excursionniste :** Personne en visite à la journée quel que soit le motif.
- ▶ **Transit :** Personne restant moins de 2h sur la zone et ne réalisant pas de nuitées la veille et le soir du jour étudié.
- ▶ **Population résidentielle :** Ensemble de personnes qui ont un comportement résidentiel sur la zone (présence de longue durée). *Exemple : résidents, étudiants, travailleurs sur des grands chantiers, résidents secondaires de longue durée (2 mois et plus).*
- ▶ **Population additionnelle :** Population non résidentielle présente sur la zone (touristes, travailleurs saisonniers, etc.).



Retrouvez toutes nos publications sur www.seine-maritime-attractivite.com

> **Contact**
Fabien LE RUYET
fabien.leruyet@sma76.fr

Seine-Maritime Attractivité
28 rue Raymond Aron - BP 52
76824 Mont-Saint-Aignan