

BRETAGNE®

RAPPORT

D'ACTIVITÉ 2022

DESTINATION
RENNES



SOMMAIRE

1

**DESTINATION RENNES,
1 MARQUE, 4 MISSIONS**

P 04

2

LES FAITS MARQUANTS

P 06

3

**LES GRANDES LIGNES DE L'ACTIVITÉ
PAR MISSION**

P 08

4

LES COOPÉRATIONS TERRITORIALES

P 56

5

NOTRE ORGANISATION

P 62



1

DESTINATION RENNES

1 MARQUE

4 MISSIONS

DESTINATION
RENNES
CENTRE DES CONGRÈS

DESTINATION
RENNES
OFFICE DE TOURISME



DESTINATION RENNES

BUREAU DES CONGRÈS

DESTINATION RENNES

BUSINESS

Créée en novembre 2013 pour assurer l'exploitation du Couvent des Jacobins, Centre des Congrès et animer la filière tourisme, la Société Publique Locale Destination Rennes a vu rapidement s'élargir le champ de ses compétences.

Ainsi, sous l'impulsion du Conseil des acteurs du tourisme et des rencontres professionnelles, le Bureau des Congrès s'est mis en place dès 2015 et a su s'imposer comme le guichet d'accueil du territoire en matière de rencontres professionnelles.

Puis en 2017, la SPL s'est vue charger par Rennes Métropole, d'une mission de promotion et de communication économique.

Destination Rennes a vocation à **développer, aux plans local, régional, national, européen et international l'attractivité de la capitale bretonne et l'image de la métropole.**

Pour ce faire, **elle agit dans les secteurs du tourisme d'agrément, du tourisme d'affaires, des rencontres professionnelles et de l'événementiel** afin de servir le développement touristique, académique, scientifique, culturel, économique et social ainsi que le positionnement national et international du territoire, **en synergie avec les acteurs publics et privés.**

2

LES FAITS

MARQUANTS

ÉVOLUTION DE LA GOUVERNANCE INTERNE DE L'ENTREPRISE

La SPL Destination Rennes a connu une évolution importante de sa gouvernance en 2022. Après le départ en retraite de Jean-François Kerroc'h, Angéline Duret a été nommée Directrice générale par le conseil d'administration en mai 2022 où elle a fait adopter un nouveau projet stratégique pour la SPL Destination Rennes pour la période 2023-2025. En septembre 2022, Frédéric Espugne Darses a rejoint la SPL sur les fonctions de Directeur du Pôle Rencontres Professionnelles et Couvent des Jacobins, après le départ de Karine Treguer.

REPRISE DES ACTIVITÉS APRÈS LA PÉRIODE COVID SUR L'ENSEMBLE DE NOS ACTIVITÉS !

Les résultats de l'année 2022 marquent **la reprise de l'activité touristique et la fin de la crise COVID**, et ce tant sur les activités du tourisme de loisirs que des rencontres professionnelles :

- Avec **143 événements accueillis** et **un chiffre d'affaires de 5,274M€ pour le Centre des Congrès, Couvent des Jacobins**, soit une progression de 14 % par rapport à celui réalisé en 2019, 2022 est une année exceptionnelle.
- C'est également **plus de 110 000 visiteurs qui ont franchi les portes de l'Office de Tourisme**, confirmant ainsi le retour des clientèles françaises et européennes à Rennes.

LABELLISATION DESTINATION INNOVANTE ET DURABLE

La poursuite de **la stratégie RSE** reste un objectif important pour la SPL. Après l'obtention de la norme ISO 20121 le 25 octobre 2021 (pour un système de management responsable appliqué à l'activité événementielle), **Destination Rennes a confirmé son engagement dans le développement durable par l'obtention de 3 labels supplémentaires :**

- Destination Innovante et Durable
- Tourisme et Handicap
- Tourisme équitable

LES GRANDES LIGNES

DE L'ACTIVITÉ

PAR MISSION



LE PÔLE RENCONTRES PROFESSIONNELLES

2022 MARQUE LA REPRISE DE L'ACTIVITÉ POUR LE COUVENT DES JACOBINS

Après deux années de COVID, 2022 marque la reprise de l'activité pour le Centre des Congrès, Couvent des Jacobins. Pour autant, cette hausse de l'activité du Couvent des Jacobins ne peut pas être une référence compte tenu des nombreux éléments de contexte ayant impacté ce résultat :

- **30 % de l'activité 2022 est liée à des reports**, soit 19 reports avec des événements à fort CA.
- Une forte co-activité en raison de la volonté des clients de renouer le lien avec leurs publics qui a induit une grande souplesse de leur part, pour accepter la concomitance des dates.

Par ailleurs, **2022 a été une année avec un calendrier favorable** (certains jours fériés étaient positionnés le week-end), offrant ainsi une optimisation des disponibilités qui se traduit dans le nombre important de journées d'exploitation.

Ainsi, un événement d'envergure, l'Assemblée Générale de la MAIF, s'est positionné sur un week-end férié du mois de mai (mois habituellement très difficilement commercialisable avec les ponts).

L'ensemble de ces éléments, conjugué à une maîtrise optimisée de l'exploitation du Couvent par les équipes et la notoriété croissante du Couvent des Jacobins comme destination de référence pour les rencontres professionnelles ont permis de consolider un résultat 2022 très satisfaisant.

Tant pour le Couvent des Jacobins, que pour le Bureau des Congrès, les organisateurs d'événements d'envergure continuent de programmer leurs événements sur les prochaines années. Les équipes du pôle Rencontres Professionnelles ont prospecté à distance et ont accompagné les porteurs de projet dans les candidatures entre 2022 et 2025.



LE PLAN DE PROSPECTION SUR LES MARCHÉS DES RENCONTRES PROFESSIONNELLES

UNE REPRISE DE LA PROSPECTION SUR LES MARCHÉS APRÈS LES ANNÉES COVID

En 2022, le plan d'action partagé de prospection/promotion du Couvent des Jacobins et du Bureau des Congrès a progressé par rapport aux années COVID.

☑ Workshops et salons professionnels

3 événements « Atout France » pour la cible européenne (agences, représentantes des grands comptes et associations) : le **Meeting Matters Belgique** à Bruxelles, l'**IMEX** à Frankfurt et l'**IBTM** en novembre à Barcelone. Ces événements en présentiel ont démontré que les acheteurs étaient actifs sur les marchés, à la recherche de nouvelles destinations.

Sur le marché français, 7 actions ont eu lieu et ont permis de prendre contact avec les prospects :

- participation à des déjeuners avec des décideurs à Paris : un déjeuner avec des membres de sociétés savantes pour la cible Congrès et un déjeuner avec des décideurs de Grands Comptes pour la cible Convention.
- participation au salon **PURE France** avec une quinzaine de rendez-vous one-to-one organisés le temps d'une soirée à Paris, au Pavillon Dauphine.
- participation au **Meet Pro** à La Gacilly et à **Heavent Meeting Sud** à Cannes.
- **COESIO se met en Seine** à Paris : rencontre avec des porteurs de projets et COESIO, rencontres d'affaires à Séville.

La présence du Couvent des Jacobins sur ces événements a permis de générer un total de **165 nouveaux contacts**.

☑ Opérations de Relations Publiques

L'organisation d'opérations de relations publiques (Eductour pour le Festival Mythos en avril, Soirées au Couvent des Jacobins : le concert de l'ONB en novembre et Carmen Danse en décembre) a permis la mise en relation avec 73 personnes.



Invitation (version digitale) à l'éductour du 5 avril 2022

Adhésions aux réseaux professionnels nationaux et européens :

- I.C.C.A (International Congress and Convention Association)
- COESIO (Association des destinations francophones)
- ATOUT FRANCE (Cluster Tourisme d'Affaires)
- UNIMEV (Union française des métiers de l'événement)
- FRANCE CONGRÈS & ÉVÉNEMENTS (réseau de 50 villes et métropoles de congrès)
- OUEST CONGRÈS (réseau des 9 centres de congrès du grand ouest)
- BREIZH EVENT (association créée en 2020, réunit les acteurs du tourisme et des rencontres professionnelles de l'Ille et Vilaine)

UNE COMMUNICATION DIGITALE ACTIVE, DÉPLOYÉE GRÂCE À DU CONTENU ÉDITORIAL CIBLÉ

Une stratégie éditoriale, au cœur des actions de prospection

La stratégie éditoriale de Destination Rennes a pour objectifs de contribuer au rayonnement du territoire, de valoriser ses excellences, de mettre en avant les atouts de la destination et des acteurs de l'accueil. La mise en valeur des forces du territoire permet de répondre aux critères de choix d'une destination par les organisateurs.

Cette éditorialisation de la destination s'appuie sur :

- **Des articles de fond** présentant l'accessibilité ; la profondeur de son offre hôtelière ; les lieux d'accueil de la destination ; la chaîne d'accueil événementielle, les excellences du territoire...
- **Des portraits d'organiseurs d'événements** valorisant les hommes et femmes du territoire.
- **Des retours d'expériences client** permettant de mettre en valeur les atouts du Centre des Congrès et de Rennes.
- **Des articles sur les métiers et activités de l'événementiel**, afin de valoriser l'écosystème local sur des thématiques métiers.
- **Des portraits des acteurs de la chaîne d'accueil** pour valoriser les membres du Bureau des Congrès et démontrer que toutes les compétences événementielles sont représentées.

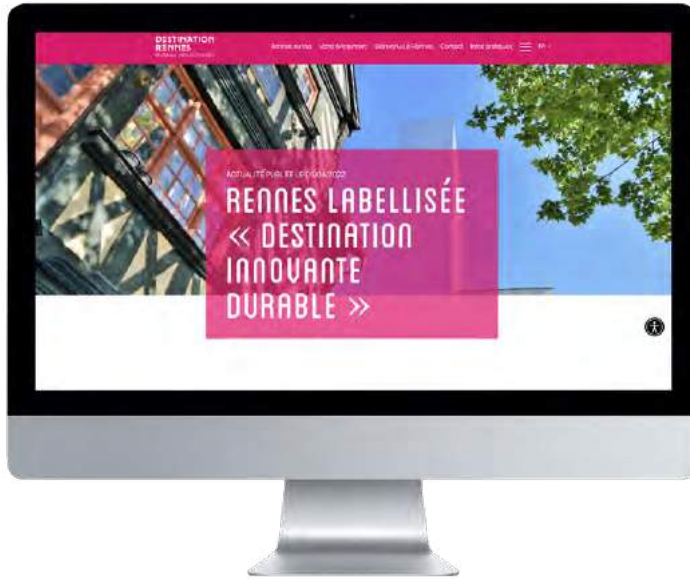
82 articles ont été publiés en 2022 dont 17 portraits de partenaires. Les articles sont publiés sur les sites internet www.rennes-congres.fr et www.centre-congres-rennes.fr, relayés via les newsletters et sur les réseaux sociaux (Linkedin et Twitter).

Chaque mois, plus de 4 900 contacts cibles clients et prospects des Rencontres Professionnelles, reçoivent une newsletter, avec une alternance mensuelle entre le Couvent des Jacobins et le Bureau des Congrès... Les taux d'ouverture sont supérieurs à la moyenne nationale : 29 % sur l'année contre 22,2 % au niveau national, ainsi que les taux de clics 6,4% sur l'année contre 3,06 % au niveau national.

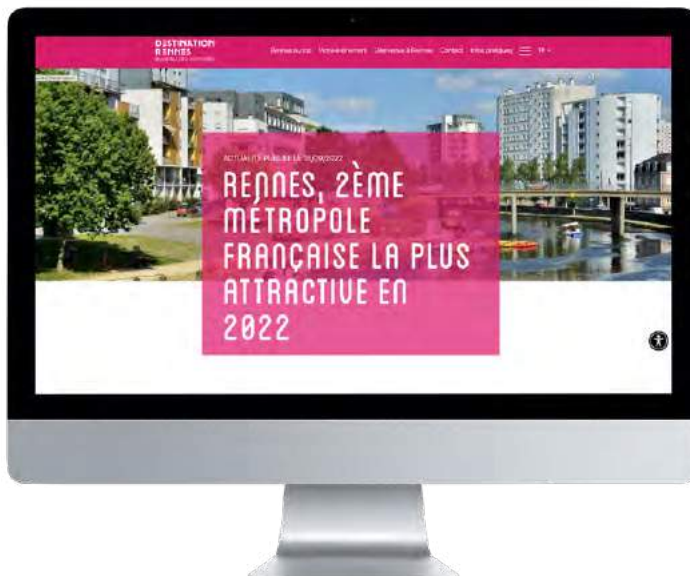
Le trafic des sites internet

En 2022, le site du Couvent des Jacobins et le site du Bureau des Congrès ont augmenté leur volume de trafic sur l'année, notamment grâce au renforcement de la stratégie éditoriale. En effet, certains contenus éditoriaux ou agendas peuvent apporter plus de 600 pages vues par mois.

On note par ailleurs une nette progression d'abonnés sur les réseaux sociaux. La communauté a augmenté de 18,62% cette année (16,76% en 2021). Tout comme l'année dernière la hausse la plus spectaculaire a eu lieu sur LinkedIn avec +92,74% de la communauté (de 1694 à 3265 abonnés). La stratégie de contenu porte ses fruits avec une activité de plus en plus performante due à la qualité des publications et des articles proposés.



Rennes labellisée « Destination Innovante Durable » - rennes-congres.fr - Actualité publiée le 5 avril 2022



Rennes, 2^e métropole française la plus attractive en 2022 - rennes-congres.fr - Actualité publiée le 16 septembre 2022

3.2 LE COUVENT DES JACOBINS

DÉVELOPPER L'ACTIVITÉ CONGRÈS DE LA MÉTROPOLE

RAPPEL DES PRINCIPAUX OBJECTIFS

Conformément au contrat de DSP, la SPL Destination Rennes poursuit une stratégie de prospection et d'accueil d'événements ayant pour ambition de :

- servir les excellences et les politiques publiques du territoire notamment sur des filières prioritaires : académiques et scientifiques, institutionnelles, économiques et culturelles ;
- accueillir les habitants de la métropole au Couvent des Jacobins avec des rendez-vous récurrents annuels ;
- capter des événements à fortes jauges, sur plusieurs journées et d'envergure nationale et internationale ;
- renforcer la qualité de l'accueil des organisateurs d'évènement et des congressistes sur le territoire, grâce à la mise en place d'un contrat d'accueil de 35 engagements souscrits par les acteurs métropolitains de la filière ;
- réaliser un chiffre d'affaires conforme au prévisionnel du contrat de DSP ;
- générer des retombées économiques et sociales pour le territoire.

En conséquence, les enjeux pour le Pôle Rencontres Professionnelles de Destination Rennes sont d'être :

- un outil de développement métropolitain, qui renforcera l'attractivité de Rennes au niveau national et international ;
- un site majeur dédié à tout type d'évènement régional, national, international ;
- un lieu d'expression et vitrine du savoir-faire, de la culture et des filières d'excellence ;
- un animateur de l'écosystème des rencontres d'affaires par l'optimisation de l'offre d'accueil.

En cohérence avec le projet stratégique 2023-2025 de la SPL Destination Rennes, adopté par le conseil d'administration en octobre 2022, le Pôle Rencontres Professionnelles a mis en place une feuille de route qui repose sur 3 axes majeurs :

- **Axe 1** : exprimer une ambition métropolitaine en matière d'accueil de Rencontres Professionnelles innovantes et durables sur le territoire.
- **Axe 2** : favoriser les synergies et la dynamique collective entre les opérateurs à l'échelle régionale et locale afin d'améliorer notre compétitivité.
- **Axe 3** : développer les Rencontres Professionnelles en synergie avec les filières d'excellence et les politiques publiques du territoire.

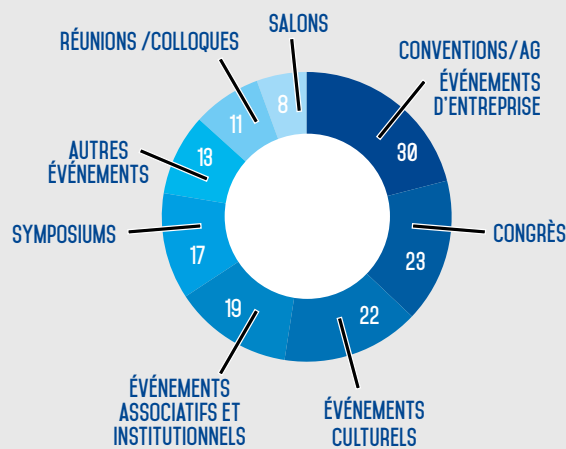
ACTIVITÉS

- 188 journées d'exploitation
- 143 événements tenus
- 151 258 congressistes accueillis
- 18 350 visiteurs lors des événements culturels

En 2022, les activités liées au Couvent des Jacobins totalisent un chiffre d'affaire de **5,275 M€**.

Les retombées économiques pour la métropole s'élèvent à **24 M€**.

TYPOLOGIE DES ÉVÉNEMENTS



SITE WEB

Top 3 des articles les plus lus :

1. *Un hôtel Mama Shelter ouvrira ses portes en 2023 sur la Place des Lices* | 5 296 pages vues
2. *Le futur hôtel 4 étoiles de la Place des Lices se dévoile* | 1 675 pages vues
3. *« Le présentiel est essentiel lors d'un congrès »* | 782 pages vues

Bilan 2022 :

Le nombre de vues sur les articles de la rubrique magazine est **en augmentation de +84 %** par rapport à 2021. Ces contenus représentent 14 % du trafic global du site.

3.3 LE BUREAU DES CONGRÈS

UNE REPRISE D'ACTIVITÉ SIGNIFICATIVE

L'année 2022 marque la reprise de l'activité des Rencontres Professionnelles après deux années de COVID. On note un nombre croissant de dossiers traités par le Bureau des Congrès.

En 2019, année de référence, le Bureau des Congrès avait accompagné 396 organisateurs d'événements, soit une progression de 35 %.

Sur les 530 dossiers traités en 2022, 133 événements ont été confirmés sur Rennes Métropole ; 106 sont des événements planifiés à partir de 2023 et toujours en cours de traitement.

Installé en 2016, le Bureau des Congrès est identifié comme la porte d'entrée de la destination, en matière de rencontres professionnelles, et positionné comme tel sur la carte française des destinations affaires.

LES MISSIONS DU BUREAU DES CONGRÈS

- Référencer et fédérer : 235 lieux d'accueil et prestataires référencés dans l'offre du Bureau des Congrès.
- Promouvoir la destination en Région, France et en Europe pour inscrire Rennes sur la carte des destinations.
- Conseiller et accompagner les organisateurs pour leur faciliter la mise en place de leur événement.
- Proposer un Contrat d'accueil de 35 engagements avec l'ensemble de la chaîne d'accueil publique et privée, notamment la gestion des hébergements.
- Accompagner les candidatures des porteurs de projets en valorisant les atouts de la destination.

UNE OFFRE BIEN RÉFÉRENCÉE

Le Bureau des Congrès a désormais une bonne visibilité sur le territoire et voit son offre évoluer d'année en année.

En 2022, le bureau des congrès a accueilli 11 nouveaux membres et référence 244 partenaires :

- **93** lieux d'accueil d'événements professionnels ;
- **77** hôtels référencés sur le site dont 45 conventionnés avec Destination Rennes ;
- **26** traiteurs de la métropole ;
- **48** agences événementielles, conseil, digitales, réceptives, team building et prestataires techniques.

L'ACCOMPAGNEMENT ET LE CONSEIL AUX ORGANISATEURS D'ÉVÉNEMENTS AU CŒUR DE L'ACTIVITÉ DU BUREAU DES CONGRÈS

En 7 ans, le Bureau des Congrès a traité près de 2 500 dossiers ; 50 % des dossiers sont confirmés dans un lieu de la métropole.

Sur les 530 dossiers traités par le Bureau des Congrès en 2022, 331 organisateurs avaient dans un premier temps contacté le Couvent des Jacobins, soit 60 % des événements.

46 % des événements ne pouvaient se tenir au Couvent des Jacobins en raison d'une trop faible jauge ou bien d'un cahier des charges non adapté aux espaces ; 4 % en raison du budget, 20 % parce que le Couvent n'était pas disponible et 8 % pour des dîners de gala annexes au congrès.

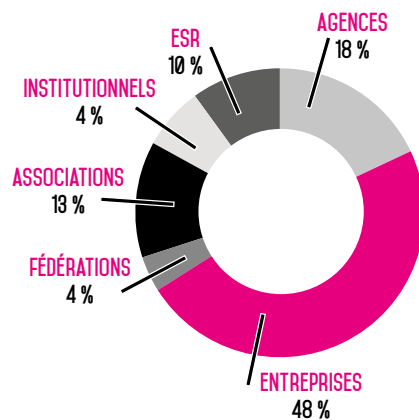
Pour tous ces événements, Le Bureau des Congrès a sollicité les lieux du territoire répondant au cahier des charges. Les événements traités par le bureau des congrès sont essentiellement des séminaires de moins de 200 participants.

Le Bureau des Congrès accompagne majoritairement :

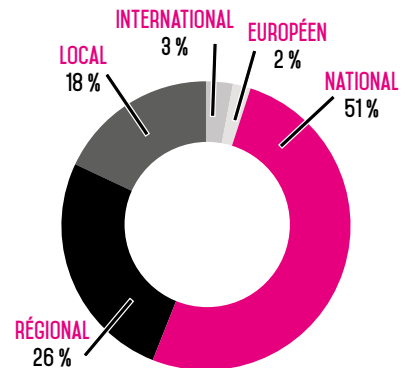
- des événements d'entreprises régionaux ;
- de moins de 200 participants ;
- sur une à deux journées ;
- portés par des agences ou directement par les entreprises.

Les organisateurs qui sollicitent le Bureau des Congrès sont essentiellement des agences et des entreprises. La part des demandes nationales (37 % en 2021) évolue année après année (+ 4 % entre 2017 et 2021).

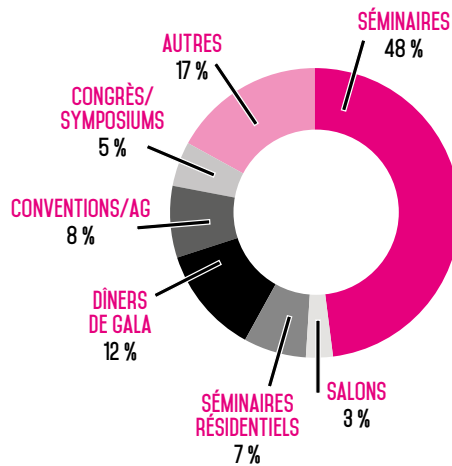
Typologie des demandeurs



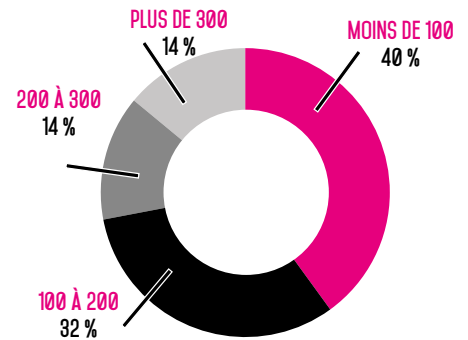
Provenance des participants



Typologie des événements



Nombre moyen de participants



Top 10 des lieux consultés par le Bureau des Congrès (avec demande de devis) :

- Le MeM
- Le Couvent des Jacobins
- Le Roazhon Park
- Le Piccadilly
- Le Château d'Apigné
- MDA - La Maison des associations
- La Halle de la Brasserie
- Le Parlement de Bretagne
- Le Triangle
- Le Mercure Gare

LE CONTRAT D'ACCUEIL SE DÉVELOPPE

En 2016, dans le cadre du Conseil des Acteurs du Tourisme et des Rencontres professionnelles, Destination Rennes a formalisé un **Contrat d'accueil de 35 engagements**, porté par toute la chaîne des acteurs privés et publics rennais, à l'appui des candidatures de congrès, colloques ou conventions.

Ces engagements concernent :

- l'accueil des participants (espace dédié en gare et aéroport, réception multilingue, plan de circulation, pass transport, allotements hôteliers sécurisés, centrale de réservation hôtelière... ;
- la mise à disposition des outils nécessaires à la rédaction et à la soutenance du dossier ;
- l'aide et l'assistance du comité d'organisation à l'élaboration de la réponse ;
- l'organisation de visite de repérage ;
- l'interface avec les acteurs institutionnels du territoire ;
- la mise en relation avec des prestataires référencés et évalués ;
- l'allotement de chambres et des tarifs négociés jusqu'à 30 jours.

57 organisateurs d'événements ont pu profiter en 2022, de tout ou partie du contrat d'accueil, dont 40 événements qui se sont tenus au Couvent des Jacobins.

Un contrat d'accueil qui valorise les événements :

- 61 événements ont été mis à l'agenda professionnel sur le site internet du Bureau des Congrès ;
- 20 événements ont eu un accompagnement éditorial (articles sur le site internet, réseaux sociaux) ;
- 11 fléchages dans la ville ;
- 13 800 plans de la ville en Français ;
- 5 accueils en gare et 3 en aéroport.

LES INDICATEURS : PERFORMANCES 2022

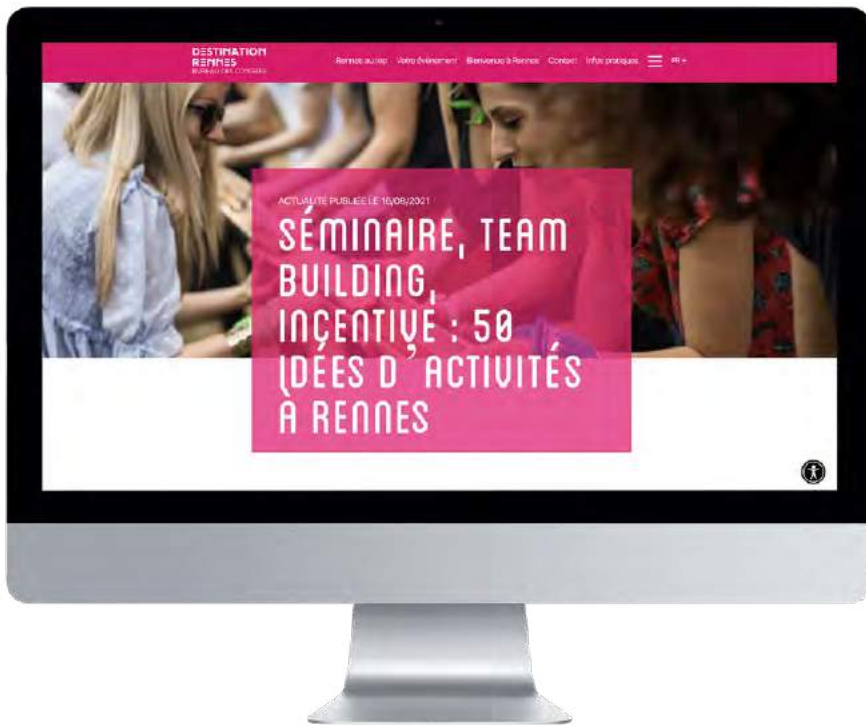
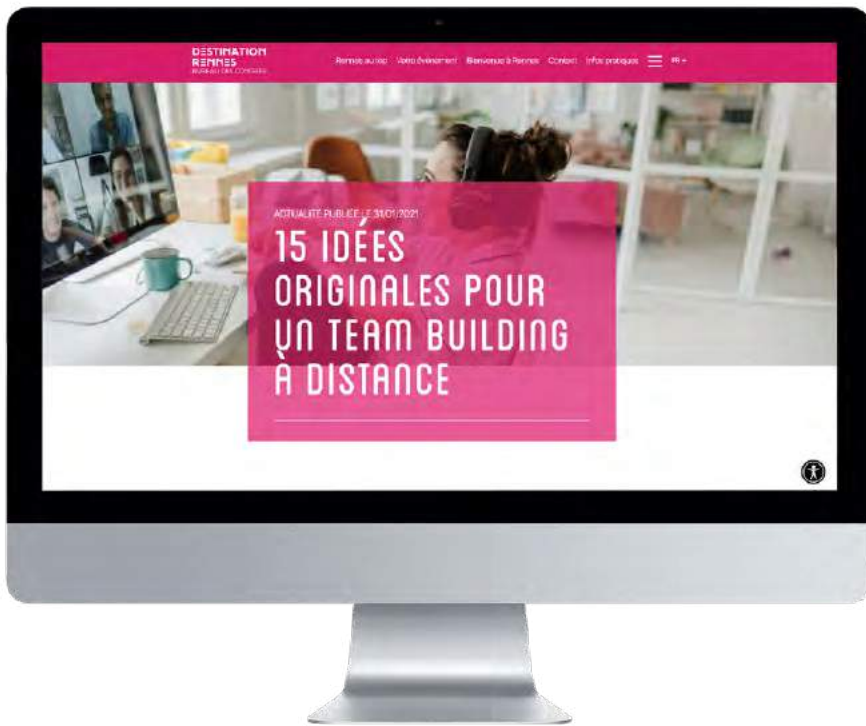
DESTINATION
RENNES
BUREAU DES CONGRÈS

Top 3 des articles les plus lus :

1. *15 idées originales pour un team building à distance* | 4 806 pages vues
2. *Séminaires, incentives, team building : 50 idées d'activités à Rennes* | 1 825 pages vues
3. *10 lieux originaux pour vos événements professionnels* | 1 662 pages vues

Bilan 2022 :

Le nombre de vues sur les articles de la rubrique magazine est **en augmentation de +5,26 %** par rapport à 2021. Ces contenus représentent plus de 21 % du trafic global du site.



LES RELATIONS PRESSE DES RENCONTRES PROFESSIONNELLES

- 5 supports presse diffusés
- 3 interviews



Le Couvent des Jacobins : entre patrimoine et modernité

Fondé en 1369, le couvent est une fondation de l'ordre des Frères prêcheurs, dits Dominicains ou Jacobins. Ouvert en 2018, le centre de congrès, signé de l'architecte Jean Guervilly, est un bâtiment durable doté d'espaces entièrement modulables. Parmi eux, deux auditoriums de 1000 et 400 places, ce dernier aménagé dans l'ancienne église ; 25 salles de commissions de 40 à 400 places ; et Le Carré, une suite plénière modulable et scindable de 578 m². Tous sont équipés des dernières technologies et entièrement connectés : de l'acoustique à l'audiovisuel, en passant par la connexion en fibre optique, sans oublier un matériel de sonorisation et de retransmission vidéo ultraperformant. Le tout géré par une équipe de régisseurs au service des organisateurs. Ses 4 000 m² d'espaces d'exposition et de restauration apportent une réelle valeur ajoutée à l'organisation de congrès, convention, assemblées générales ou salons. Enfin, le Jardin du Cloître et son déambulateur sont propices aux temps calmes entre deux sessions de travail.

A 5 minutes de la gare en métro, situé dans une large zone piétonne au cœur du centre historique, le site se trouve à proximité de l'Opéra, de l'hôtel de Ville, du Parc du Thabor ou encore du Parlement de Bretagne et sa grande place... Des lieux de patrimoine qui accueillent des événements culturels tout au long de l'année.

www.centre-congres-rennes.fr



Rennes, ville éco-responsable !

Destination Rennes s'est engagée, depuis sa création, dans une démarche de responsabilité sociétale des entreprises (RSE) avec pour ambition de ne pas opposer attractivité et durabilité. Elle n'aura pas été vaine. Destination Rennes vient d'être officiellement labellisée par Bureau Veritas « Destination Innovante Durable » aux côtés de Bordeaux, Deauville, Marseille, Cannes, Nancy... Préalable à l'obtention de ce label, la certification ISO 20 121 était un premier objectif à atteindre pour la SPL. Grâce à la mobilisation de l'ensemble des équipes, suite à l'Audit de l'AFNOR, cette certification, véritable reconnaissance au niveau international, a été obtenue en 2021.

C'est donc une nouvelle étape importante de l'engagement éco-responsable de Rennes autour des enjeux du tourisme et de l'événementiel qui vient d'être franchie. Etre « Destination Innovante Durable », c'est se lancer sur une démarche globale et fondée sur le principe d'amélioration continue. Elle se concrétise par des actions concrètes sur le terrain, comme la promotion des mobilités durables, les achats responsables, la préservation des ressources, les actions anti-gaspillage ou encore l'accessibilité facilitée pour les visiteurs en situation de handicap... Trois axes ont été évalués pour permettre de labelliser la destination dans son ensemble, à la fois dans le domaine du tourisme d'affaires, du tourisme d'agrément et de l'événementiel : le Couvent des Jacobins, l'Office de tourisme et le Festival des Rencontres Trans Musicales. www.rennes-congres.fr



« Rencontres professionnelles : Rennes, la bretonne ! » - Challenges.fr - communiqué de presse publié le 12 avril 2022

3.4 L'ATTRACTIVITÉ TOURISTIQUE

PROMOUVOIR ET VENDRE LA DESTINATION RENNES

Pour développer la notoriété et la réputation de la capitale bretonne, la positionner comme une destination de court séjour et distribuer l'offre du territoire, Destination Rennes a basé sa stratégie de communication sur la production de contenus et leur « viralisation » via des campagnes ciblées sur les marchés régionaux et nationaux.

L'effet levier de l'écosystème digital sur la fréquentation touristique et la performance commerciale reste prégnant.

Si la plate-forme web est au cœur de la stratégie de distribution, il faut souligner le travail effectué sur les autres canaux utilisés, à savoir les opérations de démarchage et salons, les éditions, les insertions presse, les relations presse et les réseaux sociaux.

CAMPAGNES ET ÉVÉNEMENTS, AU CŒUR DE LA PROMOTION DU TERRITOIRE

Les campagnes et les événements sont des piliers importants de la stratégie de communication. Ils sont largement relayés via le web afin de créer un bruit de fond permanent sur la destination et de convaincre de l'accessibilité et des atouts de la métropole.

Objectifs

- Poursuivre le développement de la réputation, de la notoriété et de l'attractivité de la destination rennaise, toujours dans l'esprit de la stratégie élaborée en 2015.
- Être en cohérence avec la politique RSE.

Promesses

- Une métropole à taille humaine idéale pour le slow tourisme, un territoire singulier.
- Une destination dont les Rennais sont les ambassadeurs (Rennes c'est les Rennais).
 - ↳ accessible (1h25 de Paris)
 - ↳ responsable/durable/engagée
 - ↳ attractive (qualité de vie, dynamisme économique, avec une offre culturelle et gastronomique dense)

Marchés

Bassins

- Les territoires urbains en bout de lignes ferroviaires et aériennes en France et Europe.
- Le Grand Ouest.

Cibles :

- BtoC
 - ↳ Les habitants rennais et métropolitains
 - ↳ Les Bretons (visiteurs, congressistes, talents, étudiants...)
 - ↳ Les visiteurs français (venant de Paris + métropoles françaises connectées à Rennes)
 - ↳ Les étrangers (visiteurs venant des métropoles européennes : Bruxelles et Amsterdam, des marchés lointains : Asie...)
- BtoB
 - ↳ Au niveau local, régional, national et international :
 - ↳ Les professionnels (agences de voyages, agences réceptives, tour-opérateurs, PCO, organisateurs d'événements, entrepreneurs...)

 La campagne de communication CityPass**Contexte :**

Pour l'été 2022, le Rennes Citypass a permis l'accès à l'Exposition « Pas sommeil » organisée dans le cadre d'Exporama, mais aussi à une balade en bateau électrique et à une visite guidée à choisir dans le catalogue proposé par Destination Rennes. De plus, les détenteurs de cette offre pouvaient entrer librement dans de nombreux musées du territoire afin d'y découvrir les expositions permanentes et temporaires : le FRAC, le Musée des Beaux-Arts, le Musée des Champs Libres et l'Écomusée de la Bintinais. Enfin, le pass donnait accès aux transports (métro + bus) en illimité pendant la durée du Citypass, à des réductions à la boutique de l'Office de Tourisme et à un abonnement de 2 mois offert chez Citiz.

Date : juin à août**Cible :** Grand Ouest

Kakemono dédié - été 2022

Dispositif de communication

- **Paid Média digital** sur Facebook, Instagram, Sublime, Google SEA, Google Display.
- **Site tourisme-rennes.com** : landing page spécifique.
- **Ouest-France** : campagne de communication digitale sur le site ouestfrance.fr : Gif animé. IP géo Rennes Métropole ; Avranches, Mont-Saint-Michel.
- **Campagne de communication print** sur le réseau des commerçants en Bretagne.
- **Campagne de communication print et digitale sur le réseau Ville de Rennes**.
- **Diffusion d'un flyer** : Côte d'Emeraude (hébergements, sites touristiques), Offices de Tourisme de Bretagne , Rennes Métropole (hébergements, aéroport, gare de Rennes).
- **Émissions Radio France Bleu**. *Le Grand duel* + émission commune entre France Bleu Armorique et France Bleu Breizh Izel (basée à Quimper).
- **Diffusion d'une vidéo promotionnelle** diffusée sur le site tourisme-rennes.com, sur les réseaux sociaux, les écrans de l'Office de Tourisme et de l'aéroport de Rennes.
- **Aéroport de rennes Bretagne** : **affichage print** dans la salle d'arrivée de l'aéroport de Rennes, et **affichage digital** sur le totem du corner de Destination Rennes.
- **Annonces presse** : Guide vacances été, côte d'Emeraude (Ouest France) ; Le Mensuel de Rennes édition spéciale été ; Ciné Scènes spécial été ; Le Petit Futé.
- **Communiqué de presse**.
- **1 Kakémono** installé à l'Office de Tourisme.

Bilan été 2022 :

↳ **209 CityPass vendus**



Twitter / @tourismerennes - été 2022



Insertion presse « Un été à Rennes » - été 2022

☑ La campagne de communication CityPass TRANS

En 2022, Destination Rennes a renouvelé son partenariat avec les Trans Musicales pour lancer une nouvelle édition du Rennes « **Citypass en Trans** ». Destinée à valoriser les courts séjours, cette offre propose un ensemble de prestations incontournables en lien avec la 44^e édition du Festival des Trans Musicales.

Date : du mercredi 7 au dimanche 11 décembre 2022

Cette offre exclusive et limitée proposait :

- **un accès spécial VIP au festival des Trans Musicales,**
- **une visite guidée « Rennes en musique »,** qui donne un aperçu de la vie musicale rennaise depuis le Moyen Âge,
- **une dégustation de produits locaux :** une bière brassée sur place dans la micro-brasserie chez Origines, accompagnée d'une assiette apéritive maison,
- **un accès aux transports bus et métro en illimité durant 24h** ainsi qu'aux navettes STAR qui font la liaison Rennes<>Parc Expo où se déroule le festival,
- **un tote-bag souvenir aux couleurs de Rennes,** fabriqué en France, sera également remis à l'Office de Tourisme.

Cible : Grand Ouest

Dispositif de communication

- **Paid Média digital** sur Facebook, Instagram, Sublime, Google SEA, Google Display.
- **Site tourisme-rennes.com :** landing page spécifique + éditorial : 1 article sur « 1 journée en Trans ».
- **Diffusion d'un communiqué de presse.**
- **Opération commerciale réservée aux 50 premiers acheteurs :** « Recevez en cadeau une paire de chaussettes exclusives 44^e édition des Trans Musicales ».

Bilan novembre 2022 :

↪ **183 CityPass vendus**



tourisme-rennes.com - actu publiée le 03/11/2022

☑ La campagne Grand Ouest

Contexte :

Inciter les bretons (et habitants du Grand Ouest) à venir passer un séjour à Rennes en famille ou entre amis, en s'appuyant sur les événements forts de la saison estivale (*Exporama*) ainsi que sur l'offre touristique et de loisirs de la Métropole.

Objectif : notoriété / Promotion de Rennes et des offres de l'été

Date : du 27 juin au 2 septembre 2022

Cible : Bretagne littorale, bassins urbains des régions voisines, territoires de Destination Rennes et les Portes de Bretagne.

Dispositif de communication

- **Affichage print sur les réseaux abribus-kiosques-Mupi dans les bassins urbains** (108 faces) : Nantes cœur, Côte d'Émeraude, Vannes et Saint-Malo.
- **Affichage print sur le réseau des commerces sur le littoral et la métropole** : Ille-et-Vilaine, Brest Mer Océane, Saint-Brieuc agglomération, Quimper, communauté de communes Auray Quiberon et Arc Sud Bretagne.
- **Paid Média** : Google display - Facebooks Ads - ADOT : Saint-Malo, Cancale, Mont-Saint-Michel, Saint-Brieuc, Vannes, Brest, Quimper, Nantes, Saint-Nazaire et Angers + 20km de chaque ville.
- **Site tourisme-rennes.com** : landing page spécifique.



Affichage sur la voie publique - Nantes - été 2022

☑ La campagne Rennes - Brest

Contexte :

2^e campagne de communication commune entre Rennes et Brest pour la promotion de nos territoires dans une logique de tourisme urbain : « **Gagnez un week-end à Brest et à Rennes** » (dispositif lancé en 2020). Organisation de deux week-ends au départ de l'Île-de-France.

Objectif de cette nouvelle campagne : faire découvrir ces territoires à la population francilienne, accessible en 4h de train de Paris pour Brest et en 1h25 de train pour Rennes.

Jeu concours déployé sur les sites internet de Rennes : **tourisme-rennes.com** et de Brest : **brest-metropole-tourisme.fr**

Les gagnants remportent deux séjours complets dans les 2 destinations, comprenant les billets allers-retours en TGV, 2 nuits d'hébergement en Hôtel 4* et les activités organisées sur les thèmes de la culture, du loisir et de la gastronomie.

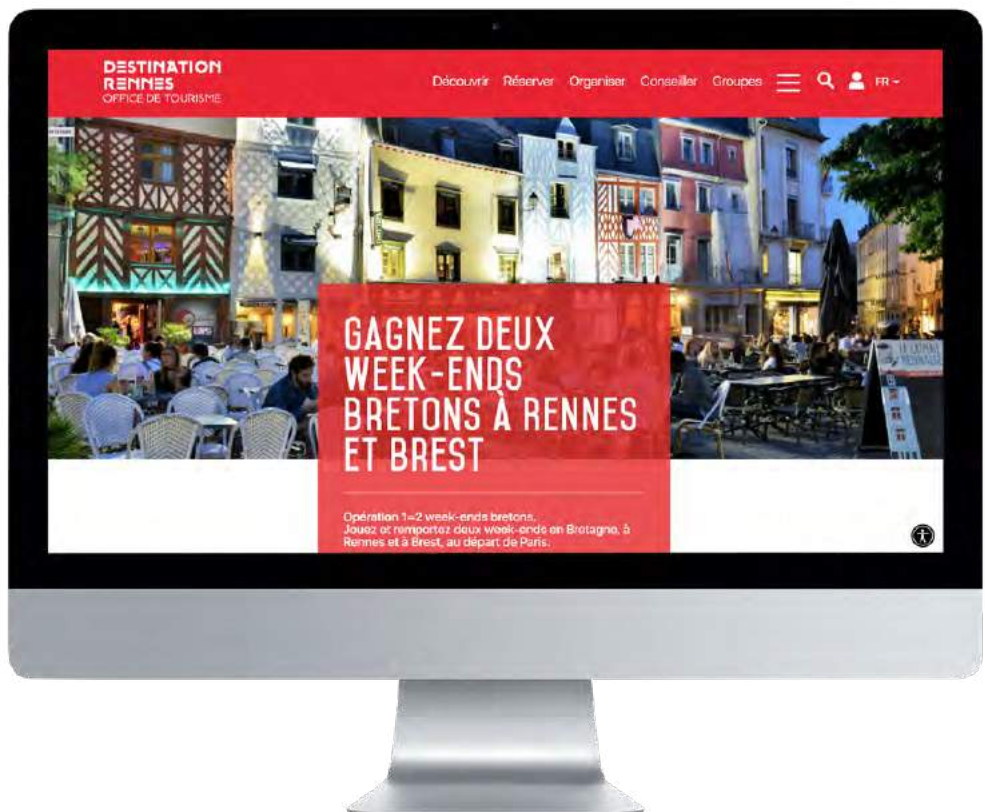
Objectif : notoriété / Promotion de Rennes et des offres de l'été

Date : du 21 mars au 6 avril 2022

Cible : B2C - Île de France

Dispositif de communication

- **Paid media, réseaux sociaux, communiqué de presse commun.**
- **Supports de communication** : visuels fixes et animés (14s) « Gagnez un week-end à Brest + un week-end à Rennes et passez de l'entrecôte Bercy au Kig Ha Farz et du jambon beurre à la galette saucisse ».





« Opération 1=2 week-ends bretons » - gif animé pour les réseaux sociaux - mars /avril 2022

☑ **Les événements comme médias de promotion de la destination**

Opération événementielle croisée Rennes-Montpellier

Le principe : Promotion de la destination rennaise grâce à un événement 2 en 1 : une soirée conviviale de networking pour les professionnels du tourisme et un événement festif grand public.

Date : du 5 au 7 mai 2022

Cible : BtoC : city-breakers (Dinks, familles, etc.) / BtoB : tour-opérateurs, agences de voyage, presse.

Dispositif de communication :

- **Installation d'un stand Destination Rennes Office de Tourisme** aux couleurs de la Bretagne sur le Marché du Lez,
- **Installation de 3 kakémonos :** 1 permettant de jouer au jeu concours directement via un QR code, 1 sur la communication autour de la liaison aérienne opérée par Transavia et un kakémono « Rennes s'invite à Montpellier »,
- **Affichage sur les abribus et au Marché du Lez** en amont de l'événement,
- **Couverture sur les réseaux sociaux + paid média.**

Soirée networking :

- ↪ 35 présents : 12 représentants d'agences de voyage / Equipe de l'OT de Montpellier (4 personnes) / Aéroport de Montpellier (2 personnes) / 2 journalistes + l'équipe de Destination Rennes



Kakémonos dédiés - mai 2022



Office de Tourisme de Montpellier - mai 2022



Stand d'accueil Destination Rennes - Marché du Lez - mai 2022



« Rennes s'invite à Montpellier » - tourisme-rennes.com - article publié le 20 avril 2022

Relations et retombées presse :

- **Communiqué de presse** envoyé 10 jours avant le jour J à la presse locale (intégration des partenaires).
- **7 articles** : Midi Libre, Actu.fr, Côte Montpellier, France Live (23 avril 2022), Ouest-France , La Lettre T, occitanie-tribune.com



Actu.fr/Occitanie - article publié le 24 avril 2022



Midi Libre.fr - article publié le 4 mai 2022



Occitanie-tribune.com - article publié le 29 avril 2022

Opération événementielle croisée Rennes-Bruxelles

Le principe : promotion de la destination rennaise en présentant aux Bruxellois les atouts différenciants de Rennes (patrimoine, gastronomie, nature, slow tourisme, art contemporain et urbain, proximité de la mer) ainsi que son accessibilité (notamment via la ligne ferroviaire directe, 4h30) et promouvoir l'offre 2022 (Transmusicales).

Date : du 9 au 10 septembre 2022

Cible : BtoC : city-breakers (Dinks, familles, etc.) / BtoB : tour-opérateurs, agences de voyage, presse

Dispositif de communication

- **Installation d'un stand Destination Rennes Office de Tourisme** au Grand Hospice avec à la vente des marinières Armor Lux et des drapeaux bretons.
- **Contenu éditorial** sur le site tourisme Rennes.
- **Couverture sur les réseaux sociaux + paid média.**
- **Communication** via le réseau de partenaires.



L'artiste urbain rennais, Ali, en performance au Grand Hospice



Kakemono dédié - septembre 2022



« Rennes s'invite à Bruxelles » - tourisme-rennes.com - article publié le 17 août 2022



Stand d'accueil Destination Rennes au Grand Hospice - le 9 septembre 2022

« Rennes s'invite à Bruxelles » -
Twitter - publication du 22 août 2022

Relations presse et retombées :

- Envoi d'un *Save the date* en juillet aux contacts de Destination Rennes.
- Diffusion d'un communiqué de presse avec invitation en août en français et en néerlandais : site presse d'Atout France + agence de presse Belga
 - ↳ **Flair.be** : hebdomadaire féminin : 1 article et 1 post (1,2k commentaires et 340 partages)
 - ↳ **Le Vif Weekend** : 1^{er} hebdomadaire d'information en Belgique francophone : 1 article et 1 post
 - ↳ **La Capitale** : quotidien régional belge en langue française
 - ↳ **So Soir** : magazine lifestyle du journal Le Soir
 - ↳ **Le Télégramme**
 - ↳ **RTL, DH Les Sports, 7 Dimanche**, etc.
 - ↳ Reportage TV de la **RTBF** « On n'est pas des pigeons »
 - ↳ **Bruxelles Secrète** : magazine d'actualité lifestyle & culturelle



« Un grand village breton s'installe à Bruxelles en septembre » - bruxellessecrete.com - article publié en août 2022

Fréquentation

- Fréquentation de l'événement : **plus de 5 000 personnes**.
- Nombre de joueurs sur la borne digitale : **320**.
- Nombre de joueurs pour « Gagnez un week-end » : **1 887**.
- Nombre d'impressions : **5 millions environ**.

☑ **La promotion culinaire**

Festival Goûts de Rennes

Organisé du 2 au 8 octobre 2022 et en partenariat avec Destination Rennes, dans une capitale bretonne engagée durablement dans le bien manger, le Festival *Goûts de Rennes* célèbre la dynamique vertueuse d'une gastronomie rennaise et durable, en mettant en scène les cuisiniers, les pâtisseries et les producteurs. Dîners surprises engagés, pique-nique zéro déchet, repas en présence des producteurs, ateliers de sensibilisation pour les enfants ou pour les étudiants, bibliothèque culinaire de rue ouverte à tous... *Goûts de Rennes* propose des initiatives à destination de tous les publics et à tous les prix, parce que le bien manger doit être partagé par tous.

Avec le Groupe Legendre, Suitcase Hospitality, Domaine du Château des Pères, Destination Rennes fait partie des entreprises partenaires de cet événement *Goûts de Rennes*, organisé par Olivier Marie, journaliste culinaire, et Anne Etorre, Créatrice d'événements gastronomiques et autrice culinaire.



Dîner secret à 4 mains avec les chefs Julien Lemarié (IMA) et William Ledeuil (Ze Kitchen Galerie) au FRAC Bretagne le 4 octobre 2022

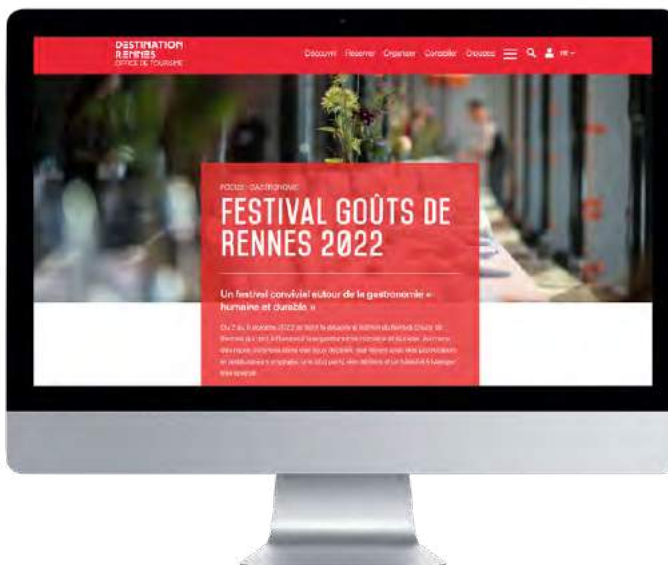


Kakemono dédié - octobre 2022

Les équipes de Destination Rennes se sont investies sur plusieurs parties de l'événement :

- contenus éditoriaux sur le site tourisme-rennes.com ;
- publications sur les réseaux sociaux ;
- billetterie ;
- animation de stands sur les événements ;
- presse.

Cette deuxième édition a connu un beau succès et notamment une importante couverture presse.



tourisme-rennes.com - septembre 2022



liberation.fr - article publié le 22 octobre 2022

- ☑ Les campagnes thématiques par semestre
« Gagnez un week-end à Rennes »

Opération un Week-end à Rennes

Le principe :

Inciter les bretons (et habitants du Grand Ouest) à venir passer un séjour slow tourisme à Rennes en famille ou entre amis, en s'appuyant l'offre touristique et de loisirs de la Métropole.

Date : juillet 2022

Cible : Bretagne littorale, bassins urbains des régions voisines, territoires de Destination Rennes et les Portes de Bretagne.

Dispositif de communication :

- **Affichage print et dynamique**
à la gare de Montparnasse
quais 1 à 6, lignes Grand Ouest,
11 mobiliers, tranches horaires
matin + soir.
- **Site tourisme-rennes.com :**
landing page spécifique.
- **Réseaux sociaux et Paid Média :**
diffusion et sponsorship de
la vidéo de présentation du jeu-
concours puis de l'after-movie
réalisé par le vidéaste ayant suivi
les gagnantes sur Facebook,
Youtube, Instagram, Google.



Affichage digital - Gare Montparnasse - juillet 2022

☑ La production de contenus

Les supports Print

- Programme des visites guidées
- Programme été : « Prêts pour un été à Rennes ? »
- Plan touristique de Rennes
- Jeu « [En]quête d'inspiration » : kakémono et carnets
- 400 ans du Marché des Lices : cartes postales et panneaux
- Journées européennes du patrimoine et du patrimoine : dépliants et affiches
- Wakatoon : cartes postales
- Rennes & les Portes de Bretagne : carte touristique Rennes et les Portes de Bretagne
- Citypass : affiches, kakémono et flyers
- Segway : habillage
- Whatizis : kakémonos et cartes postales
- Œuvre ALI à l'Office de Tourisme : bâche d'exposition
- Campagne Grand Ouest : affiches
- Rallye Hélène Jégado : brochures
- Rallye Découverte : brochures
- Tourisme & Handicap : brochures FALC (Facile à lire et à comprendre) et Sous-Mains « Carte touristique simplifiée »
- Forum Adopter son Patrimoine : dépliants + Affiche



Plan touristique (décliné en 8 langues)

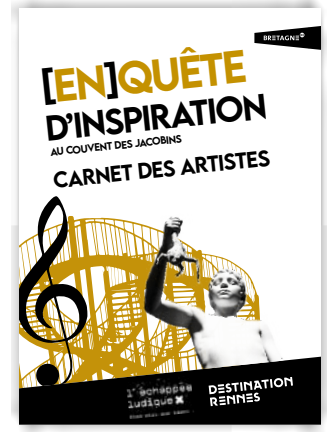
Carte touristique Rennes et les Portes de Bretagne



Carnet de route 16 pages
« L'Enquête Jégado »



Carnet de route 8 pages
« Rallye découverte »



Carnet de route 12 pages
« [En]quête d'inspiration »



Affiche des Journées européennes du patrimoine et du patrimoine 2022



Dépliant 4 volets
« Adopter son patrimoine »



Brochure FALC
(facile à lire et à comprendre)

Les vidéos

Refonte du clip vidéo pour la promotion internationale.

<https://www.youtube.com/watch?v=EHU0DEnInqk>



☑ La Médiathèque

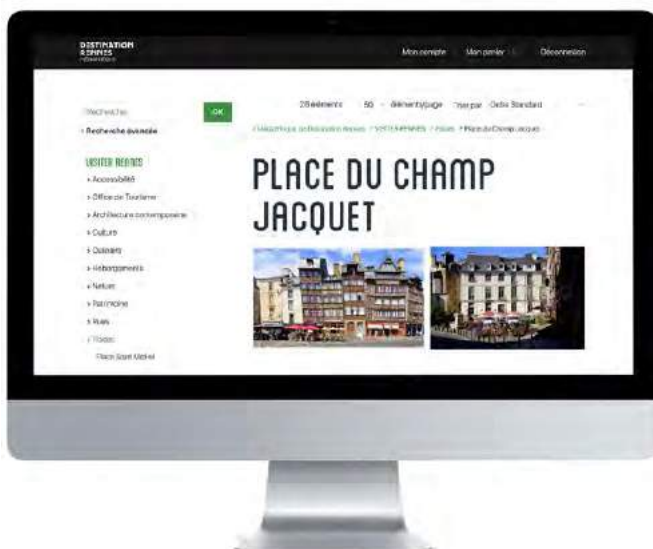
Mis en place en 2015, la médiathèque de Destination Rennes met à disposition de tous ses partenaires une large sélection de photographies et de rushes vidéos. Fin 2022, 70 106 fichiers ont été téléchargés et 1136 utilisateurs (VS 957 en 2021) étaient enregistrés.

De nouveaux reportages photos et vidéos sont régulièrement programmés tout au long de l'année afin de compléter le dispositif existant : 17 120 fichiers photos et vidéos, une augmentation de 6 000 fichiers.



Top 3 des téléchargements :

1. Place du Champ-Jacquet - © Thomas Crabot
2. Les P'tits bateaux - © Worldelse
3. Galettes au marché des Lices - © Julien Mignot



Top 5 des recherches :

1. Couvent
2. Couvent des Jacobins
3. Parlement
4. Vélo
5. Marché des Lices

mediatheque.destination-rennes.com

☑ LES RELATIONS PRESSE

- 22 accueils presse
- 35 outils presse diffusés
- 55 interviews
- 9 influenceurs accueillis
- 9 émissions tournées



« Escale à Rennes : city guide pour une virée bretonne en famille » - leslouves.com - Article publié le 10 mars 2022



Lorànt deutsch raconte l'histoire de Rennes - Émission
« À Toute Berzingue ! » - YouTube - 22.25min - Juin 2022

▶ <https://www.youtube.com/watch?v=x0p0w9SxVMA>



Punto Mice N°47 (magazine espagnol) -
7 pages dédiées à Rennes - Février 2022



Reportage « Marché des Lices, 4 siècles de saveurs » -
France 3 Bretagne - 48.35min - Diffusé le samedi 19 mars 2022

▶ <https://www.youtube.com/watch?v=zLJMms0qHbl>

☑ LES SALONS, DÉMARCHAGE ET ACCUEIL DE PROFESSIONNELS

Rennes a été présent sur plus d'une dizaine de marchés internationaux. À la fois des marchés « fidèles et de proximité » (Espagne, Allemagne, Pays-Bas), mais aussi des marchés « tests ou lointains » (Scandinavie, Europe Centrale, Japon, USA).

Les principaux atouts de Rennes relevés par les professionnels du tourisme sont : l'accessibilité, la situation géographique, la gastronomie, l'histoire et le charme de son cœur de ville et de ses petites boutiques, sa capacité/qualité hôtelière.

Le constat global post-covid est que Rennes colle parfaitement aux nouvelles tendances touristiques, à savoir :

- une vraie nouveauté qui attise la curiosité chez les professionnels (toujours désireux de renouveler ou compléter leurs itinéraires de voyage) ;
- une ville à taille humaine, facile d'accès, constituant une excellente « porte d'entrée et un camp de base » pour les touristes souhaitant sillonner la région Bretagne ;
- une ville verte ; fortement engagée dans le « tourisme durable, et que l'on peut découvrir à pied ;
- une ville proposant une excellente gastronomie et des possibilités intéressantes de shopping ;
- une bonne capacité hôtelière.

En 2023, Rennes doit poursuivre ce travail d'ancrage ; rester dans une logique de positionnement, à savoir : « Être identifiée géographiquement en France » et affirmer son positionnement au cœur d'un triangle touristique fort (Paris - Nantes - Mont-Saint-Michel).

Après un balayage d'une dizaine de marchés internationaux en 2022 et, suites aux retours et signaux observés, la stratégie de promotion 2023 sera concentrée sur les actions/marchés ayant montré le plus de réactivité, d'intérêt et de promesses pour les prochaines années : **Espagne, Italie, Allemagne, mais aussi Japon, USA, voire la Corée** ; surtout dans la perspective d'un événement planétaire comme les JO 2024 à Paris, qu'il convient d'aborder avec une approche « macro », compte tenu du profil des touristes/fans attendus sur cette période.

Les workshops 2022 :



Destination Rennes au Workshop Sakidori - Tokyo - Le 23 juin 2022

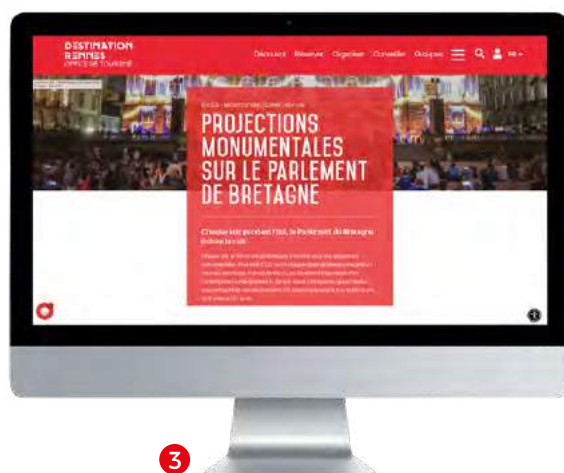
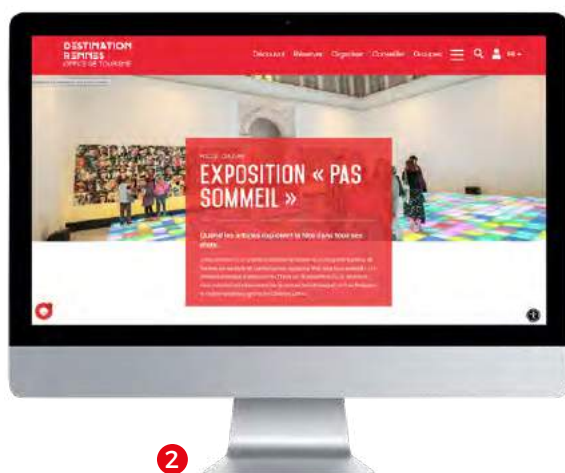
DATE	WORKSHOPS PRO	FORMAT	CIBLE GÉOGRAPHIQUE	CIBLE CLIENTÈLE	CONTINENT	NOMBRE DE CONTACTS
	Médiatour	Digital	Allemagne - Suisse	Presse	Europe	20
	<i>RDV France</i> Nantes	Présentiel	International - multi-marchés	Tour-operator / Agence de voyage	Europe	70
	Oslo, Stockholm & Copenhague	Présentiel	Scandinavie	Tour-operator / Agence de voyage	Europe	30
	Vienne	Présentiel	Autriche-Hongrie-Rép.Tchèque	Tour-operator / Agence de voyage	Europe	25
8-9 Juin	Amsterdam	Présentiel	Pays-Bas	Tour-operator / Agence de voyage	Europe	10
	Sakidori Tokyo	Présentiel	Japon	Tour-operator / Agence de voyage	Asie	36
	Tel-Aviv	Présentiel	Israël	Tour-operator / Agence de voyage	Europe	18
	Madrid	Présentiel	Madrid	Tour-operator / Agence de voyage	Europe	15
	La Rochelle	Présentiel	Allemagne	Tour-operator / Agence de voyage	Europe	16
	<i>USA-France 360°</i> Miami	Présentiel	USA	Tour-operator / Agence de voyage	Amérique	43

Top 3 des articles les plus lus :

1. *Le programme des fêtes de fin d'année* | 70 927 pages vues
2. *Exporama : Pas sommeil, la fête dans tous ses états* | 42 828 pages vues
3. *Les projections monumentales sur le Parlement de Bretagne* | 41 624 pages vues

Bilan 2022 :

Le nombre de vues des articles de la rubrique « découvrir » est **en augmentation de +11% par rapport à 2021**. Les contenus éditoriaux représentent 35% du trafic global du site.



ACCUEILLIR LES PUBLICS ...

UN ACCUEIL MULTI-SITES

Pour être au plus près des flux touristiques et sans cesse mieux accueillir et informer les visiteurs. Destination Rennes anime différents points d'accueil :

- Bureau principal, rue de Saint-Malo, ouvert 7j/7 et 362 jours par an
- Point d'information à l'aéroport, depuis mars 2016
- Point d'information touristique en gare de Rennes (niveau départ) sur les grands week-ends de chassé-croisé, pendant les vacances scolaires et les « ponts ».
- Point d'accueil au parlement de Bretagne pendant la période estivale

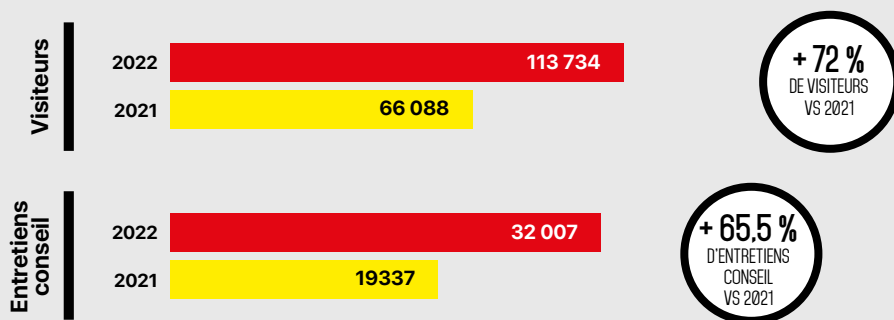
Une équipe ACCUEIL/BOUTIQUE composée de 11 conseillers en séjour multilingues aux missions suivantes :

- Accueillir les clientèles françaises et étrangères sur les attraits du territoire (offre patrimoniale, culturelle, offres d'hébergements et de restauration...)
- Vendre un panel de produits touristiques (visites guidées, souvenirs locaux, billetteries de spectacles et loisirs...)
- Promouvoir le territoire à l'occasion des salons grand public ou d'événements ponctuels.

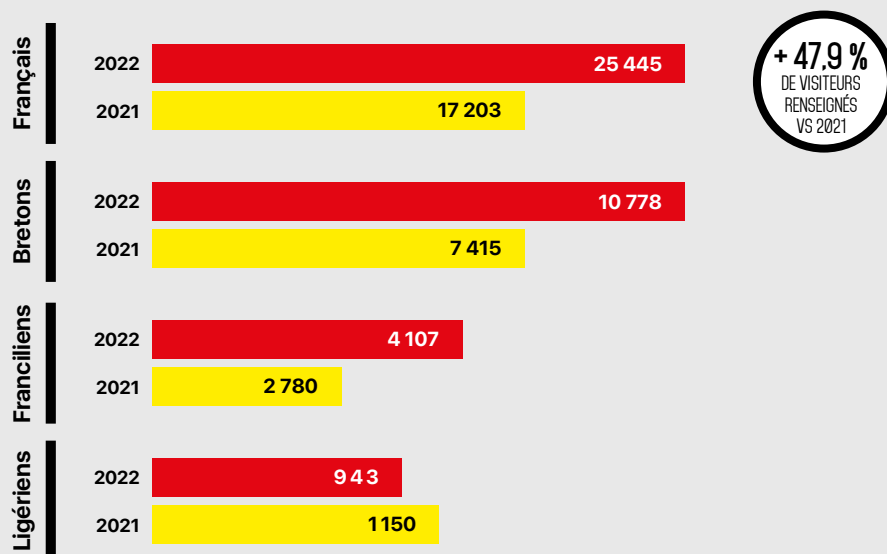


La Boutique de l'Office de Tourisme

CHIFFRES-CLÉS - OFFICE DE TOURISME

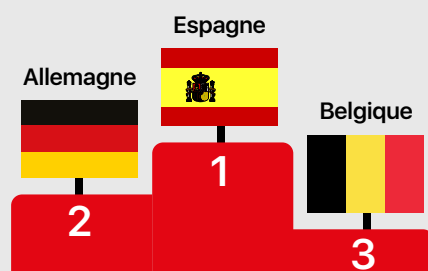


NOMBRE DE VISITEURS RENSEIGNÉS



- 314 visiteurs par jour en moyenne (210 jours ouverts) à l'Office de Tourisme
- 19 819 prises de contact à distance (téléphone, courrier, mail, chat online...) VS 21 932 en 2021
- Accueil de l'aéroport : 117 voyageurs renseignés
- Accueil en extérieur : 17199 visiteurs renseignés (Route du Rhum, Ouverture du Jardin du Cloître, Gyropode, vélo mobile, *Rennes s'invite à Bruxelles*, Montpellier...)

En 2022, la fréquentation des visiteurs étrangers représente 20 % du total des visiteurs renseignés VS 11 % en 2021.



...ET LES SENSIBILISER AU PATRIMOINE

LE RENOUVELLEMENT DE L'OFFRE DE VISITES

Au total, tous types de visites et de visiteurs confondus (individuels, groupes, scolaires...) et journées du patrimoine incluses, **65 273 personnes** (VS 42 178 en 2021) ont suivi une visite guidée conduite par des guides-conférenciers du service d'animation de l'architecture et du patrimoine de Destination Rennes.

Le service d'animation du patrimoine a proposé aux habitants de la métropole une offre de visite élargie via notamment la programmation de randonnées patrimoniales à La Chapelle-Chaussée, Acigné, Pont-Péan, Miniac-sous-Bécherel, Le Verger, via des visites de communes comme à Bécherel, ou encore via des visites cyclistes de Rennes à Cesson-Sévigné, de Rennes à Saint-Jacques-de-la-Lande et de Rennes à Pacé.

Des temps forts dans la programmation culturelle ont permis de proposer une offre diversifiée :

EXPORAMA ET CET ÉTÉ À RENNES :

2 parcours dans la ville pour la (re)découvrir sous un angle contemporain :

- *Balade à vélo insolite « Muz Yer », entre nichoirs et nature*
- *Exporama, l'art contemporain dans tous ses états - côté jardins.*

Pour faire écho à l'exposition **Rennes 1922**, des visites intitulées **Rennes Années 20** ont été programmées dans 5 quartiers de Rennes (Bourg-L'Évêque, Alphonse-Guérin, Villeneuve, Jeanne d'Arc et centre-ville) à raison de deux visites par quartiers.

Au total, **30 visites guidées** ont été organisées pour **568 visiteurs** entre la mi-juin et début septembre. Ces visites étaient commandées par la Ville de Rennes et Rennes Métropole.

L'ACTUALITÉ CULTURELLE VISITES GUIDÉES

RENNES ANNÉES 20

L'architecture et les décors Art déco ne se limitent pas au centre-ville de Rennes et sont aussi très présents dans différents quartiers de la ville. En compagnie d'un guide-conférencier, plongez dans les Années Folles et arpentez ces rues et ces quartiers pour découvrir cette diversité architecturale rennaise présente dans les quartiers Villeneuve, Alphonse-Guérin, Bourg L'Évêque, Matthis/Jeanne d'Arc et du centre-ville.

RENNES ANNÉES 20 QUARTIER CENTRE

DURÉE 1h30 à 2h
GRATUIT

Juliet : mercredi 15 à 17h
Rendez-vous à Destination Rennes - Office de Tourisme

RENNES ANNÉES 20 QUARTIER VILLENEUVE

DURÉE 1h30 à 2h
GRATUIT

Juliet : mercredi 6 à 17h
Août : mercredi 3 à 17h
Rendez-vous à l'entrée du Foyer Rennais, rue de la Paix.

RENNES ANNÉES 20 QUARTIER ALPHONSE-GUÉRIN

DURÉE 1h30 à 2h
GRATUIT

Juliet : mercredi 20 à 17h
Août : mercredi 17 à 17h
Rendez-vous devant le lycée professionnel Charles Tillon, boulevard Laënnec

INFORMATIONS ET RÉSERVATION OBLIGATOIRE SUR BILLETTERIE-RENNES.COM

Page dédiée aux visites guidées « Rennes Années 20 » - Programme Rendez-vous Rennes Métropole - été 2022

☑ DE NOUVELLES VISITES EN 2022

- *Autour du marché des Lices*, à l'occasion des 400 ans du marché,
- *La ligne B du métro*, à l'ouverture de la ligne à raison de trois visites par semaine,
- *Aux enchères de Rennes*, partenariat avec l'hôtel des ventes « Rennes enchères »
- *L'église Saint-Aubin et ses environs*,
- *De l'Ille à la Paillette*,
- *La Paillette et le parc Saint-Cyr*,
- *L'art de la sculpture au XIX^e siècle*, à travers les réalisations de J.-B. Barré et J.-M. Valentin,
- Dans le cadre de *Rendez-vous aux jardins* et de *la fête de l'Europe*, le *parc de Maurepas*,
- Dans le cadre de l'exposition Rennes 1922 : *Jean Janvier, l'honneur de la République, l'architecture et les décors Art déco à Rennes, De la Belle Epoque aux Années Folles*,
- Dans le cadre des *Journées Nationales de l'Architecture* : *L'Éperon et le quartier du Colombier, La gare de Rennes et EuroRennes et ses abords, Parcours d'architecture à Orgères*,
- Arrêts sur le patrimoine (visites sur un temps court pour découvrir différents lieux dans la ville) : *La maison Château, La salle de la Cité, L'Ecole européenne supérieure d'art de Bretagne, Les résidences universitaires Ferry et Sévigné, La maison Logeais, La prison Saint-Michel, L'hôtel Pasteur.*

☑ DANS LE CADRE DES PARTENARIATS AVEC LES INSTITUTIONS CULTURELLES, INSTITUTIONNELLES :

- *Fête du vélo*, cinq parcours de visites sur les quartiers sud et est de la ville,
- *Les estivales de l'orgue* avec notamment les églises Sainte-Jeanne-d'Arc et Saint-Paul,
- *La lumière créé l'ambiance.*

☑ FRÉQUENTATION DES VISITES GUIDÉES

➤ **Nombre de visiteurs : 65 273*** (VS 42 178 en 2021)

➤ *Journées Européennes du Patrimoine et du Patrimoine* : **6 741 visiteurs** (VS 5 300 en 2021) - visites guidées proposées par Destination Rennes

*Toutes catégories de visiteurs confondues : individuels, groupes (touristes et scolaires), *Journées Européennes du Patrimoine* incluses



LES ÉDITIONS

Ces éditions ont pour vocation de s'adresser au plus grand nombre (habitants, enfants, touristes), tout en se distinguant de l'offre touristique traditionnelle. Un travail de redéfinition des collections et de leur dénomination a été effectué par le ministère de la Culture, afin de clarifier les offres du label auprès des publics.

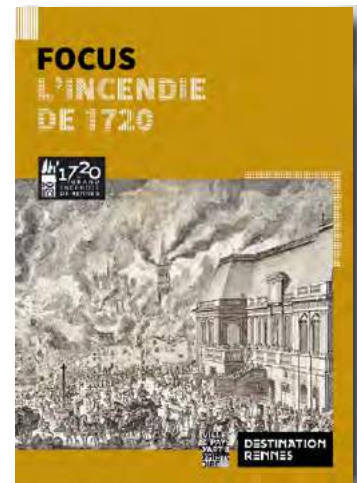
- **Collection *Rendez-vous*** : programmation, événements, activités et visites-découvertes,
- **Collection *Parcours*** : présentation générale pour présenter la ville, la métropole en déambulation,
- **Collection *Focus*** : thématique afin d'approfondir, de connaître, de comprendre un lieu, un fait historique.



Parcours « Odorico et l'Art de la Mosaïque » - Brochure 12 pages déclinée en anglais, espagnol, allemand et italien



Focus « Le Parlement de Bretagne » - Brochure 12 pages déclinée en anglais, espagnol et allemand



Focus « L'Incendie de 1720 » - Brochure 16 pages



Programme trimestriel des visites guidées (brochure 24 pages)



Afin de promouvoir l'offre touristique estivale de la destination, la SPL édite chaque année un dépliant 8 pages qui met en avant les temps forts de l'été : Exporama, les festivals (Transat en ville, Tombées de la Nuit...), les visites guidées incontournables, les expériences insolites, le citypass...

En 2022, le Pôle de l'Attractivité Touristique a organisé trois « Rencontres socioprofessionnelles ».

Le Service Tourisme de Rennes Métropole ainsi que les Gîtes de France d'Ille-et-Vilaine ont été partie prenante de ces réunions. Le rôle et les missions de Destination Rennes, l'organisation du Pôle Tourisme, le métier d'accueil au sein de l'Office de Tourisme et les outils à disposition, sans oublier les incontournables et temps forts de la saison estivale et les événements à venir du Couvent ont marqué ces trois matinées qui ont réuni réceptionnistes et managers d'hôtels, ainsi que des propriétaires de Gîtes de France.

Une visite guidée du Couvent des Jacobins, menée par un guide conférencier a suscité beaucoup d'intérêt auprès des professionnels.

Pour cette première, un échantillon de 11 établissements hôteliers et 11 gîtes ont répondu présent. D'autres rencontres sont prévues en 2023 afin de poursuivre sur cette dynamique, et tisser ainsi des liens privilégiés avec les prestataires de notre territoire.

ACTIVITÉ GROUPES

- ↳ 702 devis « groupe adultes » réalisés
- ↳ 541 groupes adultes accueillis* (15 840 personnes)
*93 % de la clientèle était Française (dont 70 % est bretonne)
- ↳ 641 devis « groupes scolaires » réalisés
- ↳ 499 groupes scolaires accueillis** dont 15 318 élèves dont 90 classes patrimoines accueillis représentant 2 698 élèves
**90 % des élèves étaient français dont 83 % bretons.



LES NOUVEAUTÉS

☑ WHATIZIS

Rennes est la 1^{ère} ville à se doter d'une application de reconnaissance virtuelle. Elle permet d'obtenir des informations sur **55 monuments historiques** tout en se baladant à travers la ville.



☑ LA 2^E ÉDITION DE LA SEMAINE DU TOURISME ÉCONOMIQUE ET DES SAVOIR-FAIRE

L'objectif de la **Semaine du Tourisme Économique et des savoir-faire** est de permettre au grand public, habitants du territoire et touristes, de (re)découvrir les entreprises locales qui font l'identité du territoire, de toutes tailles et tous secteurs confondus (industriels, artisans, producteurs locaux, sociétés ou organismes territoriaux ou municipaux), lors d'un événement à l'échelle de la Bretagne, en valorisant leur savoir-faire, leurs produits et leurs innovations.

Elle a eu lieu du 24 octobre au 2 novembre 2022 avec :

- 31 Offices du Tourisme impliqués ;
- 60 entreprises de Rennes Métropole engagées ;
- + de 7 000 visiteurs dont 1 386 visiteurs de Rennes et sa métropole.



Une brochure 12 pages a été réalisée par Destination Rennes spécialement pour cet événement.

☑ TOUTES LES AUTRES NOUVEAUTÉS :

- Ouverture du Jardin du Cloître au public (23 dates en 2022 - 15 481 visiteurs au total)
- Visite théâtralisée « Allez le stade » au Roazhon Park
- KidiGlobeTrotter
- Wakatoon
- MySmartJourney à Bécherel
- Visites à vélo tous les lundis de l'été
- [En]quête d'inspiration dans le jardin du Cloître
- Tout Atout : rencontre avec le design social
- Le pass Culture
- Exposition Francis Legros à l'Office de Tourisme



Animations au Jardin du Cloître - Juillet 2022

PROMOUVOIR LA DESTINATION ÉCONOMIQUE

Une démarche a été engagée au cours de l'année 2022 pour identifier les nouveaux positionnements de la marque économique, ainsi que l'offre aux entreprises. En attendant la mise en œuvre de cette nouvelle plateforme de marque, Rennes Business reste la bannière utilisée pour la promotion économique du territoire métropolitain.

LES ACTIONS DE COMMUNICATION **Communication éditoriale et digitale****LE SITE RENNES BUSINESS**

- ↳ **Objectifs** : Attirer des entreprises, les acteurs de la formation, qui complètent, confortent et densifient le tissu économique en général et celui de nos écosystèmes prioritaires en particulier. Attirer également les « talents » que recherchent les acteurs économiques et académiques. Sensibiliser les entreprises du territoire aux enjeux de la RSE.

- ↳ **Publics ciblés** : d'une part les chefs d'entreprises et investisseurs qui recherchent des territoires en développement, d'autre part les personnes en mobilité : ingénieurs, chercheurs, artistes, cadres supérieurs, ouvriers qualifiés... en quête certes d'un projet professionnel mais aussi d'un projet de vie.

Le contenu éditorial est un élément important et différenciant de la stratégie de communication de Rennes Business. Le fil rouge éditorial peut se résumer en une phrase, la promesse que l'on fait aux internautes : « **implantez et développez votre activité dans une métropole attractive et à taille humaine qui saura vous accueillir** ».

Les contenus mis en ligne sur le site illustrent cette promesse, en donnant accès à de l'information pratique et surtout, en donnant la parole aux acteurs économiques de la destination. Ainsi des personnalités rennaises et métropolitaines, acteurs de la vie économique, académique et scientifique apportent régulièrement leur éclairage sur l'actualité des secteurs de pointe. Ambassadeurs de la métropole rennaise, ils et elles révèlent à la fois leurs savoir-faire, leur influence sur les marchés internationaux et leurs motivations envers le territoire. Sous forme d'interviews, de reportages et de success-stories sur un ton « magazine », les contenus visent à incarner et révéler les excellences de notre territoire.

Ainsi les contenus éditoriaux poursuivent un triple objectif :

- **développer la notoriété** : en faisant connaître les atouts et les acteurs de l'économie du territoire rennais en se positionnant sur les mots-clés stratégiques de l'attractivité territoriale ;
- **promouvoir l'offre d'accueil de la métropole** : valoriser l'immobilier d'entreprise, les services et infrastructures d'accueil ;
- **référencer le territoire** auprès des publics cibles pour engager un dialogue permettant d'enrichir l'action marketing et de prospection.

Chaque sujet publié est choisi pour répondre au moins à 1 de ces 3 objectifs. Les sujets sont définis en co-construction avec les acteurs et partenaires du territoire lors de comités éditoriaux.

En 2022

- ↳ **70 articles** ont été rédigés (en interne ou en externe via freelance) soit en moyenne environ **6 articles par mois**.
- ↳ Le volume d'articles produits en 2022 pour la rubrique Le Magazine a permis d'**augmenter le trafic éditorial de +41 %** par rapport à 2021. Les contenus éditoriaux représentent **70 % du trafic global du site**. Le site a atteint un rythme de croisière : nous enregistrons **+3 % de Pages vues** (248 000 PV) et **+5 % de sessions** en 2022 (186 000 sessions), soit environ **21 000 pages vues par mois**. À noter que **la part du référencement SEO (trafic naturel Google) a augmenté de 24.2 % !**

Afin de doper les vues sur le site, de nombreux contenus sont publiés et diffusés via

- **Les réseaux sociaux Facebook (3200 abonnés), Twitter (2 840 abonnés) et LinkedIn (17 725 abonnés, +30,25 % en 2022 soit 4 500 abonnés supplémentaires)**. La communauté Rennes Business continue sa forte croissance avec **+ 30,25% en 1 an**, tous réseaux confondus (23 077 abonnés). Son taux d'engagement est également en croissance (20,34 %, commentaires, partages, likes...)
- **Les newsletters mensuelles** sur des thématiques différentes comptent 3 615 abonnés. Le taux d'ouverture des newsletters est également très bon (entre 25 % et 33 %*).

Les rubriques du site web qui marchent et les thématiques à fort potentiel*:

- **S'installer à Rennes** : articles, interviews, portraits, témoignages...
- **Rennes dans les classements** : tous les tops dans lesquels Rennes est en bonne position
- **Les opportunités d'implantation pour les entreprises** (tertiaire, industriel, coworking...)
- **Les vidéos « Rennes Business Stories »** sur des entrepreneurs locaux

*sur la base des pages vues en 2022



Top 3 des articles du Magazine :

1. *Quitter Paris pour s'installer à Rennes : ils l'ont fait* | 16 021 pages vues
2. *Comment mettre en place une démarche RSE dans votre entreprise ?* | 9 966 pages vues
3. *Rennes, 2^e métropole la plus attractive de France en 2022* | 8 867 pages vues

Top 3 des articles de l'Agenda :

1. *Le Stade de l'emploi 2022 au Roazhon Park* | 1 607 pages vues
2. *Social Change au Couvent des Jacobins* | 1 430 pages vues
3. *European Cyber Week au Couvent des Jacobins* | 356 pages vues

Les vidéos Rennes Business Stories

En 2022, 10 nouvelles vidéos de chefs d'entreprises, investisseurs, start-upper ont été réalisées sur la base du slogan « À Rennes, ce sont les entrepreneurs qui vous parlent le mieux business ». Ses vidéos sont mises en avant sur le site, les RS et sont relayées dans les newsletters :

- **Numérique** : Digital4Better | 81 223 vues
- **Cybersécurité** : Sekoia | 4 992 vues
- **Santé** : VitaDX | 6 651 vues
- **Éco-industrie** : Algo | 28 048 vues et Fleximodal | 66 612 vues
- **Alimentation** : Scarabée Biocoop | 21 622 vues, Agriloops | 18 805 vues et Brasserie Sainte Colombe | 106 vues
- **ICC** : Immersia | 41 118 vues
- **Immobilier** : Bati Récup' | 102 vues

Deux vidéos medleys ont également été réalisées et comptabilisent près de **160 000 vues**.

LE SITE RECRUTEMENT RENNES

En 2022, il a été décidé de ne pas poursuivre l'exploitation de cette plateforme au regard de son utilisation et de l'évolution des autres plateformes de recrutement. La fermeture de ce site a été opérée le 4 mars 2023.

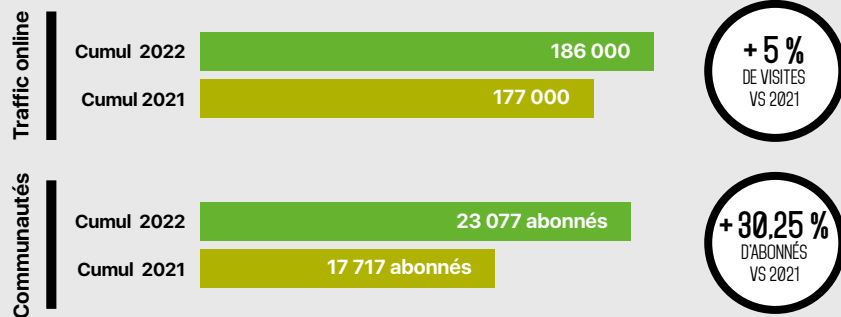
SITES RENNES BUSINESS ET RECRUTEMENT RENNES

LES INDICATEURS : PERFORMANCES 2022

DESTINATION
RENNES
BUSINESS

RENNES-BUSINESS.COM

- Augmentation du référencement Google : **+24 % de pages vues** issues du trafic organique (référencement naturel)
- Augmentation des communautés réseaux sociaux et de l'engagement : **+30,25 % au global et +20,34 % d'engagement** (interaction sur les posts - j'aime, commentaire, partage, clic)



La nette augmentation du trafic sur le site Rennes Business montre l'intérêt pour les salariés en quête de mobilité, les demandeurs d'emploi mais aussi les chefs d'entreprise de venir s'installer en Région Bretagne et plus particulièrement à Rennes.

RECRUTEMENT-RENNES.COM

- 44 148 visites sur le site* (vs 87 404 en 2021)
- 21 586 offres d'emploi en moyenne sur le site** (vs 19 277 en 2021)
- 813 comptes recruteurs (vs 697 en 2021)
- 12 885 comptes candidats (vs 10 809 en 2021)

*Durée moyenne de visite : 1min52 (1min30 en 2020)

**offres déposées + offres agrégées

☑ **Les opérations de promotion (événements, salons, accueils de délégations, etc.)**

En 2022, Destination Rennes a participé aux événements suivants :

- **BREIZH CTF** (avril 2022) : partenariat de Rennes Métropole et accompagnement sur l'opération Hack & Job (mise en visibilité des entreprises rennaises de la cybersécurité qui recrutent).
- **LAVAL VIRTUAL** (avril 2022) : pilotage d'un pavillon Destination Rennes. Cinq entreprises du secteur de la réalité virtuelle et augmentée co-exposaient sur le pavillon. Une mise en relation avec le WTC hollandais a été menée lors de ce salon.
- **SANTEXPO** (mai 2022) : pilotage d'un pavillon Destination Rennes en partenariat avec Bretagne Développement Innovation et en collaboration avec Biotech Santé Bretagne. Six entreprises des secteurs santé et cyber co-exposaient sur le pavillon Destination Rennes - Bretagne. Une délégation du GCS e-santé a été organisée par Bretagne Développement Innovation sur le stand lors du salon.
- **FIC** (juin 2022) : présence de Rennes Métropole sur le pavillon Bretagne.
- **SOCIAL CHANGE** (octobre 2022) : deuxième édition de cet événement RSE organisé au Couvent des Jacobins avec le soutien de Rennes Métropole et de Destination Rennes (relais des communications).
- **EUROPEAN CYBER WEEK** (novembre 2022) : stand Rennes Métropole sur l'espace Bretagne, soutien à l'organisation de la conférence « Villes et territoires numériques de confiance face à la menace cyber » pilotée par Rennes Métropole, gestion des relations publiques de la conférence (cocktail et déjeuner).
- **DIGITAL TECH CONFERENCE** (décembre 2022) : co-production de l'événement et relais de la communication.

☑ **Les supports papiers**

Compte-tenu du renouvellement de la marque économique, Destination Rennes n'a pas engagé de mise à jour ou de création de nouveaux supports papiers en 2022. Seul un flyer a été créé afin de promouvoir la filière cyber et la destination touristique lors d'événements cyber ciblés (SSTIC, FIC, European Cyber Week).

LES RELATIONS PRESSE

- 5 supports presse diffusés
- 3 interviews
- 3 accueil presse

LES COOPÉRATIONS

TERRITORIALES





☑ TRAVERSÉE MODERNE D'UN VIEUX PAYS

Le principe : né d'une coopération inédite entre Nantes, Saint-Nazaire, Rennes et Saint-Malo et d'une volonté commune de développer l'attractivité touristique de ces territoires à l'international, le parcours « Traversée moderne d'un vieux pays » a été lancé en 2018 par les maires des 4 villes.

Cible : population Bretonne

Les dispositifs de communication :

- mise à jour des supports de communication
- Paid Media : relais sur les réseaux sociaux

Statistiques 2022 :

- 17 journalistes accueillis (VS 7 en 2021)
- 7 nationalités différentes (VS 4 en 2021)
- 21 parutions (VS 5 en 2021)



☑ DESTINATION « RENNES ET LES PORTES DE BRETAGNE »

Le principe : à l'initiative de la région Bretagne, 10 destinations touristiques ont été créées et invitées dès 2014 à définir leur stratégie de développement touristique. La Destination « Rennes et les Portes de Bretagne » regroupe le Pays de Rennes, Vitré Communauté, les pays de Fougères, de la Roche aux Fées, des Vallons de Vilaine. L'ensemble des acteurs du développement et de la promotion touristique de ces territoires ont défini, en concertation, la stratégie intégrée de la destination « Rennes et les Portes de Bretagne ». Rennes Métropole et Destination-Rennes ont également pris part activement à la réflexion. En qualité de structure facilitatrice, la SPL apporte par ailleurs son expertise en matière de communication.

Cible : population Bretonne

Les dispositifs de communication

- **Animation du site internet dédié** rennes-portes-bretagne.com.
- **Participation au comité éditorial et coordination du planning des publications** : propose les idées de sujets, assure le suivi de la mise en ligne des articles, corrections, mises à jour et optimisations des contenus sur le site.
- **Des publications partagées** : des articles sur les réseaux sociaux partagés par tous les territoires de la Destination pour augmenter la visibilité des offres touristiques.
- **1 stratégie Paid Media** : campagne de communication payante réalisée pour l'ensemble de la Destination sur la page FB de l'Office de Tourisme de la Destination qui a le plus d'abonnés.

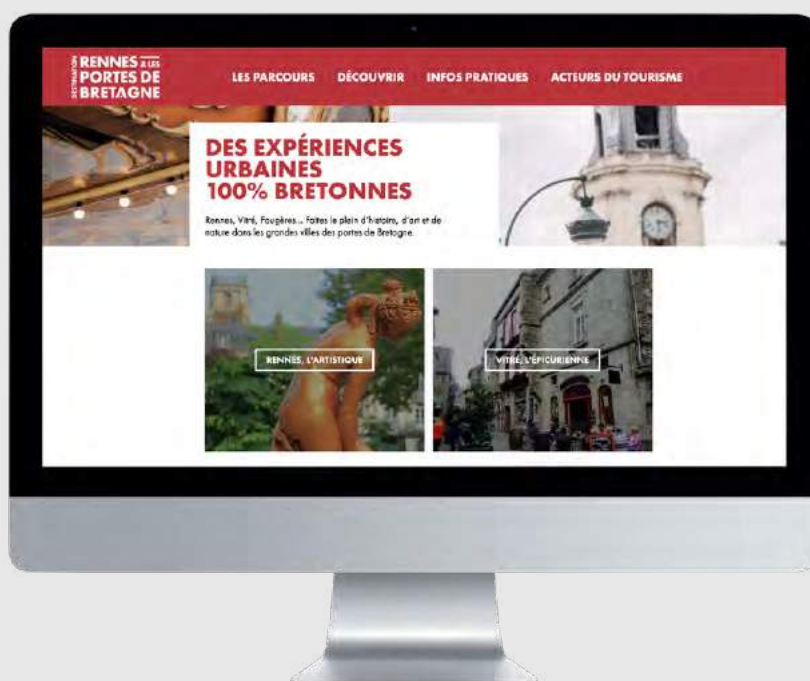
STATISTIQUES DU SITE WEB RENNES-PORTES-BRETAGNE.COM

Fréquentation globale



Provenance géographique

1. Bretagne : 40 326 utilisateurs (+10 %)
2. Ile-de-France : 19 382 utilisateurs (+35 %)
3. Pays de la Loire : 11 176 (+12 %)



☑ COOPÉRATION RENNES/SAINT-MALO

Le principe : un partenariat sportif qui fédère Saint-Malo et Rennes.

Entre Rennes, capitale de la Bretagne, et Saint-Malo, porte d'entrée maritime de la Région, les coopérations sont nombreuses : dans le domaine du tourisme, des rencontres professionnelles, de l'économie et de la recherche... mais aussi sur le plan sportif, avec un partenariat à l'occasion de **la Route du Rhum**.

À l'occasion de la 15^e édition, qui s'est déroulée du mardi 25 octobre au dimanche 6 novembre 2022, Rennes et Saint-Malo ont poursuivi leur partenariat sportif autour de la voile. Le bateau, aux couleurs des deux territoires « **Rennes - Saint-Malo / Parenthèses de vies** », un class40 de 12,18m, était barré par Baptiste Hulin, skipper espoir de la team Be Racing. Une écurie sportive, dirigée par deux skippers professionnels expérimentés : Servane Escoffier et Louis Burton.

Dans le cadre de ce partenariat sportif, les destinations touristiques Rennes & les Portes de Bretagne, Cap Fréhel et Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel, ont été présentes pour renseigner le grand public sur le Village de la Route du Rhum et ce jusqu'au jour du départ. Sur cet espace de 400 mètres carrés, les visiteurs pouvaient se renseigner sur les deux destinations et en particulier sur les expériences de slow tourisme en itinérance douce qui permettent de relier les deux territoires, à pied, à vélo ou en bateau.

L'espace « **Destination Rennes - Saint-Malo** » accueillait également des animations, des conférences grand public sur le thème de la mer.

Objectifs :

- participer à la visibilité et à la notoriété des destinations partenaires dans une logique de renforcer leur attractivité ;
- continuer à favoriser la cohésion des territoires qui composent l'ensemble de la destination.

Les dispositifs de communication :

TV Rennes a réalisé 4 émissions afin de mettre en avant la complémentarité des 2 territoires autour de 3 thématiques : l'itinérance douce pour un tourisme de proximité, une offre touristique complémentaire et les offres de loisirs pour découvrir ces 2 territoires. Les émissions étaient sur des formats courts de 26 minutes.



- **Émission 1** : samedi 29 octobre à 11h30. *Canal d'Ille et Rance : itinérances douces pour un tourisme de proximité.*
[▶ https://www.tvr.bzh/v/5a4ed75-tvr-events-29-10-2022](https://www.tvr.bzh/v/5a4ed75-tvr-events-29-10-2022)
- **Émission 2** : dimanche 30 octobre à 11h30. *Deux destinations aux offres complémentaires.*
[▶ https://www.tvr.bzh/v/5dde875-tvr-events-31-10-2022](https://www.tvr.bzh/v/5dde875-tvr-events-31-10-2022)
- **Émission 3** : samedi 5 novembre à 11h30. Offres touristiques pour faire découvrir les deux territoires.
- **Émission 4** : samedi 5 novembre à 12h30. Les Coopérations entre Rennes et Saint-Malo.

☑ LES JOURNÉES EUROPÉENNES DU MATRIMOINE ET PATRIMOINE



Le principe :

Pour la 39^e édition des Journées Européennes du Patrimoine, Destination Rennes a poursuivi son partenariat avec Saint-Malo Baie du Mont-Saint-Michel, Vitré et Fougères ; fidèle à sa stratégie d'alliance pour jouer la complémentarité avec les territoires de proximité et proposer aux Breilliens des événements à proximité et accessibles à tous. Les visiteurs ont pu découvrir le territoire d'Ille-et-Vilaine sur le thème « Patrimoine durable » et ont bénéficié d'offres portant sur le matrimoine et sur le patrimoine hérité des années 1920. Sans surprise, le lieu qui a remporté le plus de succès à Rennes est la prison Jacques Cartier qui ouvrait largement ses portes à cette occasion : **12 500 visiteurs !**

Cible : population breillienne

Les dispositifs de communication :

- **Site tourisme-rennes.com** : mise en avant du programme de visites des JEP (Rennes Métropole, Saint-Malo agglomération, Vitré, Fougères) sur la home page du site.
- **Campagne de communication print 2m²** sur le réseau d'affichage de la Ville de Rennes et Rennes Métropole, la semaine précédant le week-end. Création d'une affiche commune réalisée par Destination Rennes.
- **Campagne de communication digitale** : sur le réseau d'affichage de la Ville de Rennes ; sur la borne digitale du corner de Destination Rennes à l'aéroport de Rennes présentant les offres phares + relais vers le site web.
- **Réalisation d'un flyer et d'un kakémono** présentant les offres phares.
- **Réalisation de 8 flammes** « Journées Européennes du Patrimoine - visites guidées » pour identifier les sites rennais qui proposaient des visites guidées.
- **Édition d'un programme** présentant les offres phares.
- **Rédaction et diffusion d'un communiqué de presse commun** (rédigé par Destination Rennes).
- **Paid média :**
 - ↳ Facebook ads (support : Facebook, formats : Liens, carrousels). Rennes (+40km), Saint-Malo, Fougères, Vitré.
 - ↳ Google ads (supports : SEA, format : annonces google search). Rennes (+40km), Saint-Malo, Fougères, Vitré.

NOTRE

ORGANISATION



GOUVERNANCE

La société publique locale Destination Rennes dispose d'un capital social de 120 000 euros.

La SPL compte 2 actionnaires - Rennes Métropole (70 % du capital) et la Ville de Rennes (30 %) - représentés comme suit au sein du conseil d'administration :

- 9 élus de Rennes Métropole
- 3 élus de la Ville de Rennes

La présidence est assurée depuis septembre 2020 par Sébastien SÉMERIL, vice-président de Rennes Métropole en charge du développement économique et de l'emploi .

En 2022, le conseil d'administration s'est réuni à 4 reprises.

La SPL a par ailleurs tenu 4 séances du *Comité d'Engagement et Contrôle*, instance complémentaire au Conseil d'administration qui s'inscrit dans le cadre du contrôle analogue auquel est soumise la SPL.



CADRE JURIDIQUE

4 véhicules juridiques fixent le cadre de son action :

- **3 conventions d'objectifs et de moyens couvrant**
 - ↳ la mission « **d'Office de Tourisme métropolitain** » ;
 - ↳ la mission « **d'Attractivité de la destination métropolitaine, l'accueil des rencontres professionnelles et bureau des congrès** » ;
 - ↳ la mission « **communication et promotion de l'attractivité économique de la destination métropolitaine** ».

- **1 contrat de délégation de service public* (DSP)** pour l'exploitation du Couvent des Jacobins.

*Rennes Métropole a choisi la SPL « Destination Rennes » en qualité de délégataire de service public pour la gestion, l'exploitation et la promotion du centre des congrès Couvent des Jacobins, pour une durée de 9 ans à compter du 1^{er} janvier 2017.

RESSOURCES HUMAINES

EFFECTIF DE DESTINATION RENNES

Au 31 décembre 2022, Destination Rennes compte **82 salariés ETP** (équivalent temps plein).

Dans le cadre du label Métropole d'art et d'histoire, Destination Rennes anime une équipe d'une vingtaine de guides-conférenciers qui assurent des vacations.



Les équipes de Destination Rennes

LE COMITÉ SOCIAL ET ÉCONOMIQUE (CSE)

Sur l'année 2022, le CSE a pu à nouveau proposer de multiples actions relatives à la fois aux activités sociales et culturelles et en lien avec la santé, sécurité et conditions de travail.

Au titre des activités sociales et culturelles, le CSE a offert en début d'année la **carte CEZAM** à l'ensemble des salariés (carte permettant de bénéficier de réductions sur les loisirs, activités et vacances sur l'ensemble du territoire). Le CSE propose également aux salariés des chèques vacances et de nombreux ateliers et moments de convivialité (massages, soirée de Noël, afterworks...)

Dans le cadre de ses attributions en matière de santé, sécurité et conditions de travail, les membres du CSE ont procédé à **deux visites d'inspection**, dans deux services différents et sur les deux sites. Ces visites ont pour objectif d'analyser et contrôler les risques professionnels auxquels peuvent être exposés les travailleurs.



FORMATION

En 2022, **80 stagiaires-salariés ont pu bénéficier de formations externes** correspondant à un volume de **2 138 heures**. Une formation « gestion de projets » a été proposée à l'ensemble des salariés.

Les formations relèvent des **4 axes définis** comme prioritaires par l'entreprise :

- utilisation des réseaux sociaux et des technologies digitales dans la stratégie de communication de Destination Rennes ;
- développement de la commercialisation et du service au client ;
- adaptation aux outils informatiques et numériques ;
- Qualité et RSE.

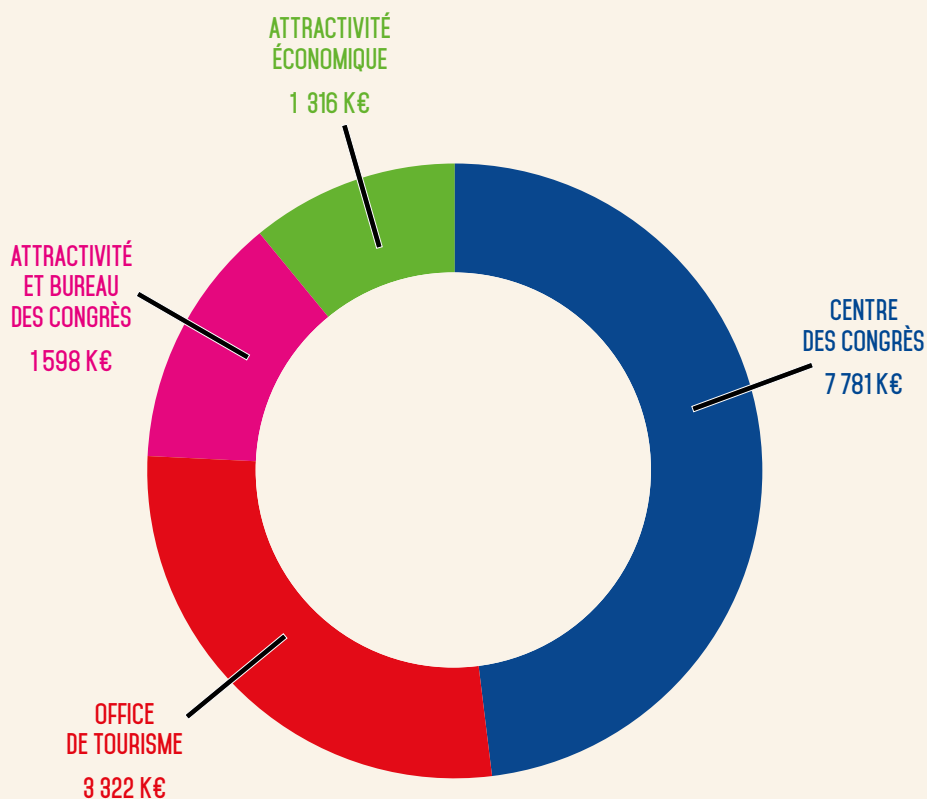
BUDGET

Le budget de Destination Rennes pour le suivi de ses 4 missions est de **12 028 K€**.

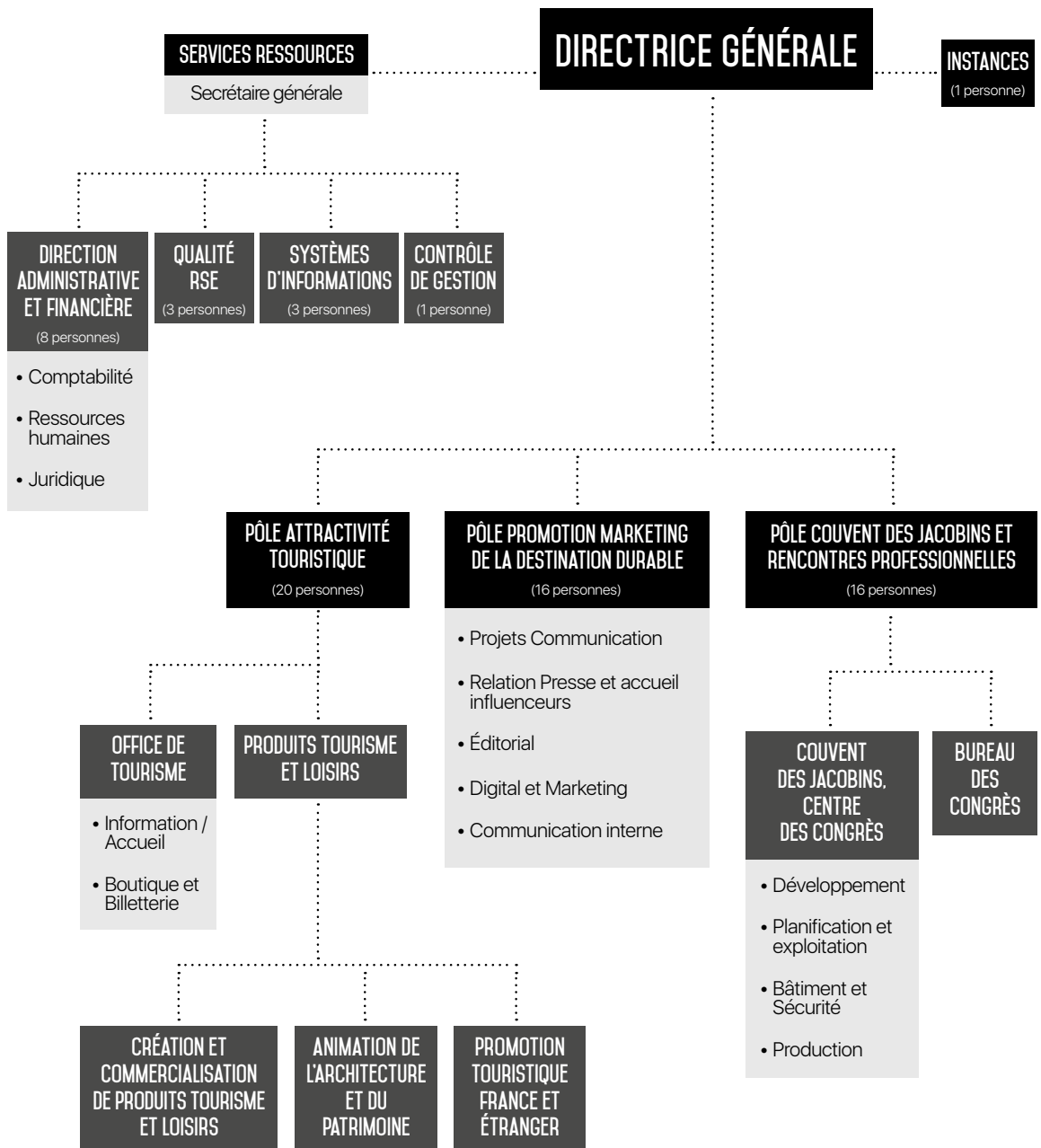
Après deux années de COVID, l'année 2022 de la SPL Destination Rennes a été marquée par une forte reprise d'activité :

- Un Chiffre d'Affaires du Centre des congrès, Couvent des Jacobins de **5 275 K€**, en progression de **+14 %** par rapport à 2019.
- Un Chiffre d'Affaires sur le Tourisme et sur le Bureau des Congrès de **530 K€**, revenant au niveau d'avant-crise.

RÉPARTITION DU BUDGET ENTRE LES DIFFÉRENTES MISSIONS DE DESTINATION RENNES (EN K€) :



ORGANIGRAMME ET FONCTIONNEMENT



RENNES DESTINATION INNOVANTE ET DURABLE

Destination Rennes est très attentive à maintenir l'équilibre entre attractivité et durabilité, et à ne pas opposer ces deux logiques.

En effet, **la SPL Destination Rennes considère que le développement durable est aujourd'hui une dimension essentielle de ses missions** et l'entreprise **veille à agir pour que ses activités préservent l'environnement et génèrent des retombées positives pour l'ensemble du territoire, qu'elles soient économiques ou sociétales.**

Cet objectif est cohérent avec la stratégie de la métropole de Rennes qui est fortement engagée, avec l'adoption du Plan Climat Air Énergie Territorial en avril 2019, dans la lutte contre le réchauffement climatique et la transition vers un territoire post carbone.

Ainsi, la SPL Destination Rennes poursuit depuis 2014, l'ambition de bâtir et de valoriser une **Destination durable et responsable.**

L'année 2022 a permis de passer plusieurs jalons importants :

- Tout d'abord, **la SPL Destination Rennes a obtenu, en avril 2022, la labellisation « Destination Innovante Durable »**, label national initié par France Congrès Événement, en faveur d'un tourisme durable.



- Puis, **le 4 octobre 2022, le conseil d'administration de la SPL Destination Rennes a adopté le projet stratégique 2023-2025 qui fait de la durabilité, un principe intangible et affirmé**, devant faire référence pour déployer la feuille de route de Destination Rennes. Ainsi, pour chacune des actions engagées, la question des impacts générés doit se poser afin de les réduire au maximum et tendre vers la neutralité.

L'année 2022 a été l'occasion de **restructurer le service Qualité-RSE avec un renouvellement complet de l'équipe, sur 3 champs d'actions complémentaires :**

- le suivi et l'animation de la démarche RSE interne à l'entreprise avec **une chargée de mission RSE** ;
- l'animation des parties prenantes externes et l'accompagnement des acteurs du CHR et de loisirs vers les transitions avec **un animateur du tourisme durable** ;
- la formalisation et le suivi d'un système de management QSSE, en réponse notamment à la non-conformité mineure constatée lors de l'audit de certification ISO 20121 avec **un animateur QSSE.**

La fin de l'année a été marquée par la préparation de l'audit de suivi ISO 20121 qui se tiendra en janvier 2023 avec l'AFNOR. Ce fut l'occasion pour l'entreprise de faire une revue du système de management responsable appliqué à l'activité événementielle mis en place par l'organisation, afin de s'assurer qu'il est toujours approprié, adapté et efficace.

LABELS ET CERTIFICATIONS

☑ L'OBTENTION DE LA MARQUE TOURISME & HANDICAP À L'OFFICE DE TOURISME



La marque Tourisme & Handicap est accordée aux professionnels du tourisme qui assurent un accueil inclusif, adapté aux personnes en situation de handicap. Pour les touristes c'est la garantie d'être conseillé en fonction de leur situation (handicap auditif, handicap mental, handicap moteur, handicap visuel) et orienté vers des offres de loisirs touristiques adaptés.

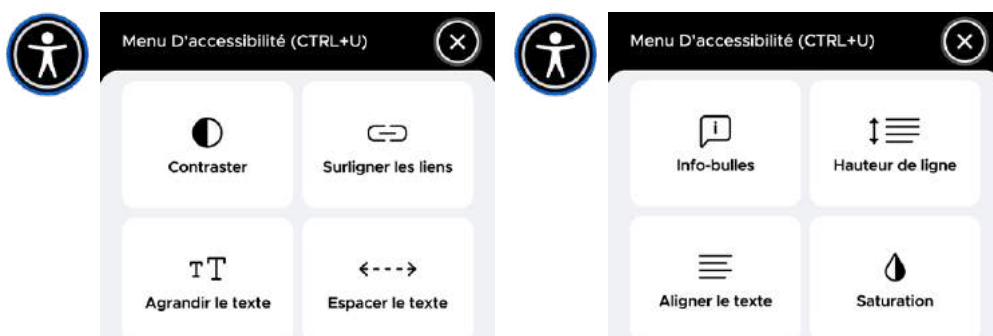
Plusieurs aménagements ont été réalisés à l'Office de Tourisme tant au niveau matériel qu'au niveau des outils permettant une information plus accessible pour les personnes en situation de handicap :

- mise à disposition de documentation imprimée : FALC et plan simplifié de la ville ;
- mise en place d'un Web Access sur nos sites internet ;
- réalisation d'une bande podotactile, mise en place d'une boucle magnétique ;
- formation du personnel à l'accueil de personnes en situation de handicap.

L'Office de Tourisme a été labellisé par la Marque Tourisme & Handicap en juin 2022 sur les 4 types de déficience.

Actuellement, Destination Rennes mène une étude de faisabilité pour labelliser Marque Tourisme & Handicap pour le Couvent des Jacobins, Centre des Congrès de Rennes Métropole.

Afin de permettre l'accès aux outils digitaux d'information et de communication aux personnes en situation de handicap, le service digital a développé un Web Access sur tous ses sites internet.



☑ L'OBTENTION DU LABEL TOURISME ÉQUITABLE

Développé par l'ATES (Association pour le Tourisme Équitable et Solidaire), le label tourisme équitable est l'assurance pour les voyageurs de vivre une expérience de tourisme à impact neutre.

Pour l'obtenir, la SPL Destination Rennes a été évaluée sur ses pratiques à la fois dans la gestion de la structure, la gestion des activités touristiques et ses relations avec les partenaires et producteurs locaux.



L'offre dite « Petits groupes » a été labellisée « Tourisme Équitable » car la capacité est limitée à 12 personnes par groupe garantissant un confort de visite pour les visiteurs et le guide. Les visites labellisées Tourisme Équitable sont publiées sur le site de l'ATES.

Sur 2023, Destination Rennes souhaite étoffer la labellisation Tourisme Équitable sur d'autres produits et services.

MOBILISER LES PARTIES PRENANTES

☑ LES PARTIES PRENANTES INTERNES

L'un des enjeux de la SPL Destination Rennes est « de sensibiliser et d'impliquer les collaboratrices et les collaborateurs de l'entreprise dans sa démarche RSE ».

L'appropriation des enjeux RSE et plus spécifiquement du système de management est proposée à travers les actions suivantes :

- journée d'embarquement RSE avec le Pôle des Rencontres Professionnelles, animée par Transitions Fertiles (février 2022) ;
- rencontre des référents RSE du 24 mai 2022 à la Halle de la Brasserie pour un point sur les points d'actions et actions emblématiques de 2022 ;
- Ateliers stratégiques du 4 juillet et du 25 novembre 2022 impliquant les collaborateurs et les invitant à réfléchir sur des thématiques de qualité de vie au travail, le tourisme durable, etc.

VALORISER LES ENGAGEMENTS RESPONSABLES DES ACTEURS DU TERRITOIRE DE LA CHAÎNE CHR

Destination Rennes accompagne les acteurs engagés du territoire dans la communication de leur engagement responsable, selon plusieurs déclinaisons de son univers digital :

☑ LA VIDÉO

Deux restaurants du territoire de Rennes Métropole se sont engagés dans cette expérimentation d'un dispositif d'éco-labellisation pour les restaurateurs :

- **Angello, restaurant convivial et engagé**

▶ <https://www.youtube.com/watch?v=lxBFx2UC8qE>



- **Vino e Gusto : cuisine italienne et familiale**

▶ <https://www.youtube.com/watch?v=tRKNLjTFEug>



Ces vidéos sont diffusées sur nos supports de communication (sites internet, réseaux sociaux, plateformes de diffusion).

LA MISE EN PLACE D'INDICATEURS DE SUIVI

Dans un objectif de sobriété, la SPL Destination Rennes a mis en place un suivi régulier des indicateurs suivants : le tonnage des déchets, les consommations de fluides et énergie, les consommables et les indicateurs RH.

✓ GESTION DES BIODÉCHETS

À titre d'exemple, en ce qui concerne les biodéchets, Destination Rennes est en partenariat avec *les Rennes du Compost*, entreprise qui récolte les biodéchets des entreprises en vélo. Ceux-ci sont transformés en compost pour fertiliser les terres en périphérie de Rennes notamment les jardins de la Prévalaye.

En 2022, **1 165 kg de biodéchets** ont été récoltés par *les Rennes du Compost* auprès de Destination Rennes, sur différents points de collecte. Soit un total de **233 kg de compost**, ce qui représente **77m² de terres fertilisées**.

✓ REVALORISATION DES MATÉRIAUX / UPCYCLING !



Dans le but de revaloriser des matières stockées et inutilisées, des bâches publicitaires, provenant de l'activité de Destination Rennes et/ou de ses partenaires, ont été confiées à l'entreprise *LB Artefact* située à Saint-Brieuc (22).

Spécialisée dans le recyclage « upcycling » des matériaux PVC médium et lourd depuis 2014, *LB Artefact* axe également son développement sur l'économie locale et sur l'humain en soustrayant certains composants aux ESAT.

Sac de sport, trousse, porte-monnaie, pochette, sac bandoulière, ont été fabriqués à partir de 17 bâches de kakémono et sont disponibles à la vente à la boutique de l'Office de Tourisme de Rennes. Dix transats ont été confectionnés à partir de ces bâches. Ceux-ci sont installés dans le jardin du cloître lors des ouvertures et sont proposées comme assises au public.

L'entreprise *LB Artefact* est labellisée « Éco-défis » depuis janvier 2022, récompensant son engagement responsable.

✓ BILAN CARBONE

L'engagement d'une mesure des GES était un impératif pour pouvoir être labellisé Destination Innovante Durable. La SPL Destination Rennes a engagé ce travail au cours du dernier trimestre 2022 avec le cabinet O2M Conseil. Au vu de la reprise tardive des activités de l'entreprise suite à la situation post-COVID, la période de référence choisie pour la récolte des données a été du 1^{er} juillet 2021 au 30 juin 2022.

La restitution des résultats auprès des collaborateurs de Destination Rennes aura lieu au cours du premier trimestre 2023.



28 boulevard du Colombier
35000 RENNES
tourisme-rennes.com



**DESTINATION
RENNES**