

Quelle image pour Rouen ?

ENQUETE ROUEN NORMANDY INVEST / IFOP

L'agence de développement économique Rouen Normandy Invest a commandé auprès de l'Ifop une étude d'image et de notoriété de Rouen et son territoire afin de mesurer l'adéquation entre la réalité et les perceptions extérieures. Plus de 4 000 personnes ont été interrogées en France, une première présentation des résultats a lieu le 13 février (Kindarena – Rouen).

CONTEXTE

Le développement économique se construit non seulement en exploitant les atouts géographiques, le bassin d'emploi, les capacités de marché d'un territoire, mais également des éléments d'attractivité résidentielle correspondant à la demande des actifs d'aujourd'hui.

C'est la représentation des atouts du territoire de Rouen que RNI a voulu mesurer précisément, en confiant à l'IFOP cette enquête d'image et de notoriété, dont les résultats constituent une **étude dûment évaluée de la vision extérieure de Rouen**. Jusqu'à présent, aucune enquête globale d'image et de notoriété auprès de publics extérieurs n'avait été réalisée.

L'ENQUETE

Une enquête, pourquoi ? Quels objectifs ?

Cette enquête a été menée dans le but de répondre à quatre objectifs :

- Mesurer l'adéquation entre l'image perçue de Rouen et la réalité du territoire
- Relever les valeurs associées au territoire
- Confronter la vision locale aux résultats de l'enquête
- Dégager un plan d'actions afin de promouvoir efficacement le territoire pour renforcer l'attractivité perçue tout en orientant les acteurs locaux dans leurs actions de développement économique.

Contenu et panel

Cette enquête, dirigée par Monsieur Jérôme Fourquet, Directeur du Département Opinion et Stratégies d'Entreprise de l'IFOP, s'est appuyée sur un panel de **1 008 français - hors départements de Seine Maritime et de l'Eure -, 1 000 franciliens, 2 000 actifs et 102 journalistes.**



L'étude se déploie selon trois axes : **le niveau de connaissance de Rouen, son image globale et son attractivité économique et territoriale.**

AXE 1 : Le niveau de connaissance du territoire

Des enseignements majeurs... L'enquête nous apprend que même si le nom de Rouen est familier pour **94% des Français** (qui déclarent en avoir déjà entendu parler), on s'aperçoit aussi que 2/3 des personnes interrogées connaissent en réalité peu de chose sur le territoire. Les Français ont une **représentation floue et superficielle du territoire**. Les perceptions extérieures sont parfois erronées : c'est le cas concernant la localisation du territoire : **1/3 des actifs Français** ne situent pas Rouen en Normandie et environ **40% des répondants** considèrent que la Métropole Rouen Normandie est de taille similaire à des agglomérations telles que Tours, Angers ou Dijon (200 000 à 300 000 habitants). - La **localisation du territoire est donc confuse** et sa **démographie, sous-estimée**.

AXE 2 : L'image du territoire

Les résultats de l'étude montrent un **a priori positif du territoire** mais **sans image véritablement construite** malgré un fort capital géographique, patrimonial et environnemental. C'est ainsi que **70% des Franciliens, 65% des Français et 58% des actifs ont une bonne image de Rouen**. Le patrimoine du territoire et son environnement sont favorablement évalués, **84% des Français** pensent que Rouen possède un riche patrimoine historique et architecturale, **81% des Français** sont d'accord sur le fait

qu'il est agréable de fréquenter les bords de Seine et **80% des Français** trouvent que Rouen est accessible et bien desservie. Sans surprise, ils y voient le climat humide et pluvieux (77% des français). Les français sont 41% à voir Rouen comme une ville polluée, au cadre de vie pas très agréable.

AXE 3 : L'attractivité économique et territoriale

L'étude fait aussi ressortir une vision parcellaire du tissu économique rouennais, de ses filières d'excellence et des possibilités d'emploi. A titre d'exemple, seulement **44% des journalistes** et **50% des actifs** considère l'automobile comme un secteur de poids dans l'économie locale. L'étude pointe aussi des jugements critiques à l'égard de l'attractivité économique de Rouen. Elle apparaît comme une ville dont l'économie repose avant tout sur l'industrie par **59% à 65% des répondants** et près **d'une personne sur deux et 41% des journalistes** pensent qu'il s'agit d'une ville dans laquelle il n'y a **pas beaucoup de travail**. Néanmoins, l'étude met en avant un réel potentiel d'attractivité auprès des personnes interrogées, ouvertes à une mobilité géographique. Ainsi, **51% des actifs et 58% des Franciliens** pourraient envisager de **s'installer sur le territoire** rouennais et y poursuivre leur carrière, si un emploi intéressant leur était proposé.

UNE SOIREE DE RESTITUTION POUR COMPRENDRE ET AGIR

C'est au Kindarena de Rouen que Rouen Normandy Invest organise ce 13 février 2018 une soirée de restitution afin de partager les résultats de cette enquête auprès du monde économique.

En présence de Frédéric SANCHEZ, Président de la Métropole Rouen Normandie et de Bernard LEROY, Président de la Communauté d'Agglomération Seine-Eure, qui ont soutenu la démarche, Jean-Louvel LOUVEL, PDG PGS Group, Président de Rouen Normandy Invest, et d'autres acteurs économiques vont rappeler que la notoriété et l'image du territoire sont l'affaire de tous et que l'amélioration de cette image sera obtenue grâce aux actions de chacun, des plus modestes aux plus ambitieuses...

La soirée vise ainsi à restituer les enseignements de l'enquête tout en amenant des éléments de réflexion de la part des différents acteurs du territoire qui sont quotidiennement impactés par l'image de Rouen, importante pour leur activité.

La soirée permettra d'entendre notamment l'opinion de :

- **Paul Carvalho**, Directeur de l'Usine **Renault Cléon**,
- **Marie Fauvin**, Fondatrice et Directrice de **Réseau Prométis**
- **Chakil Mahter**, Directeur de **Voxens**,
- **Annie Grenier**, Fondatrice de **Overspeed**
- **Yvon Gervaise**, Directeur de **SGS Multilab**.

ET APRES...

Cette enquête sera mise à la disposition des adhérents de Rouen Normandy Invest qui pourront en disposer librement afin de faire évoluer leur communication et ainsi améliorer l'attractivité territoriale dans le but d'attirer et de fixer des talents.

Plus globalement, Rouen Normandy Invest va proposer aux acteurs des actions collectives de correction d'image et de perception, complémentaires de leurs initiatives.

Quatre axes de travail sont retenus :

- Exploiter le capital géographique : Normandie, Seine, proximité de Paris...
- Diffuser l'image économique actuelle de la région de Rouen, en particulier celle liée à l'industrie du futur
- Corriger la vision du poids démographique de la zone d'emploi, et l'associer à une image dynamique et attractive
- Utiliser le potentiel patrimonial, culturel et touristique pour faire venir sur le territoire

La cible francilienne sera plus particulièrement visée puisque le territoire de Rouen y enregistre de bons résultats d'image.

Ces quatre axes de travail relevant avant tout d'une correction d'image, RNI propose dès maintenant aux acteurs des outils de communication collectifs pour obtenir un réel et rapide effet.

Ensemble, emparons-nous de cette enquête afin de corriger les écarts de perception !

Ensemble, agissons !

En savoir plus sur...

 <p>L'ifop, créé en 1938, est un des leaders sur le marché des sondages d'opinion et des études marketing. Il est structuré autour de 6 expertises : Opinion & Stratégies d'entreprise, Consumer-Retail, Beauty, Services, Médias & Numérique, Santé et Luxe.</p>	 <p>L'usine de Renault Cléon, créée en 1958, produit des moteurs et des boîtes de vitesses et dispose de 35 sites clients à travers le monde. Le moteur électrique conçu par Renault pour équiper ses modèles ZOE, KANGOO ZE et MASTER ZE est produit exclusivement par l'usine de Cléon.</p>
 <p>Overspeed est un accélérateur d'innovation technologique qui accompagne les structures à chaque étape de leur projet d'innovation (faisabilité, maquette, prototype, industrialisation, etc.)</p>	 <p>Réseau Prométis est une entreprise de services qui permet de mettre en relation, de façon ponctuelle, des entreprises à des intervenants experts indépendants, dotés de compétences opérationnelles.</p>
 <p>Le laboratoire SGS Multilab propose des services d'analyse, d'expertises et de contrôle dans différents domaines : agriculture, agro-alimentaire, environnement, chimie, contrôle qualité.</p>	 <p>L'outsourcer Voxens propose des expertises et solutions omnicanals en relation client. Voxens dispose de quatre pôles de compétences spécialisés : associatif, presse, automobile et bancassurance.</p>

Contact presse

Florence Boyard - f.boyard@roueninvest.com

02 32 81 20 36