

Zénith

LIMOGES MÉTROPOLE

RAPPORT D'ACTIVITÉ

2024



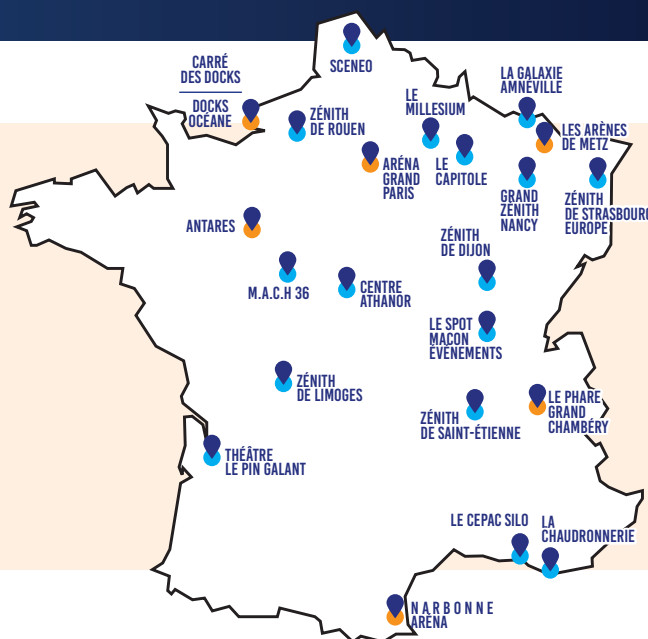
 **Limoges
Métropole**
Communauté urbaine

NOTRE EXPERTISE

Fort d'une expertise reconnue et d'une expérience éprouvée dans la gestion, l'exploitation et l'animation d'équipements culturels, sportifs et événementiels, S-PASS TSE s'impose comme un acteur incontournable en France. Grâce à un réseau de 22 établissements répartis sur l'ensemble du territoire, nous collaborons avec les collectivités pour faire de leurs équipements des leviers stratégiques au service des politiques publiques, de l'intérêt général, du développement et du rayonnement local.

NOTRE RÉSEAU

6 ARENAS
6 ZENITHS
5 SALLES DE SPECTACLES
3 PARCS EXPOSITIONS
2 THÉÂTRES



22

lieux

200

collaborateurs

+ 4 M

de spectateurs
/ visiteurs

+ 1600

événements

25%

part de marché
billetterie

NOTRE MISSION

Notre mission est claire : offrir des espaces vivants, fédérateurs et attractifs qui répondent aux attentes des visiteurs et des spectateurs.

- **Dynamiser l'attractivité locale** grâce à des programmations culturelles, événementielles et sportives variées, adaptées aux spécificités de chaque territoire.
- **Renforcer le lien social** en proposant des événements inclusifs qui rassemblent tous les publics.
- **Maximiser l'impact économique** en générant des retombées directes et indirectes pour le commerce et l'emploi local.

61%

concerts
& spectacles

24%

tourisme
d'affaires

9%

événements
sportifs

6%

foires
& salons



S-PASS TSE

En confiant à S-PASS TSE l'exploitation de vos équipements, vous choisissez un partenaire sérieux, proposant une gestion en toute transparence, bénéficiant de la solidité financière d'un groupe et capable d'assumer et d'assurer des engagements sur l'ensemble de la durée de la concession.

- **Flexibilité et réactivité** : nous nous adaptons aux spécificités de chaque collectivité et de chaque territoire.
- **Stratégie sur mesure** : notre vision 360° et notre réseau national nous permettent de proposer des solutions innovantes, tout en intégrant une approche locale.
- **Performance durable** : certifiés ISO 9001 et ISO 20121, nous intégrons les principes du développement durable dans toutes nos actions pour réduire l'impact environnemental de nos équipements et événements, notamment autour de nos 12 engagements durables.

Que ce soit un Zénith, un parc des expositions, un aréna ou un théâtre, nous prenons en charge l'intégralité de la gestion : maintenance, sécurité, billetterie, accueil des publics, etc.

Notre engagement ne se limite pas à la gestion opérationnelle : nous plaçons l'expérience client et spectateur au cœur de notre démarche. Chaque événement est pensé pour offrir des moments inoubliables et valoriser l'attractivité des territoires. En créant des lieux vivants, nous répondons aux attentes des collectivités et des publics que nous accueillons.

Chaque année, notre expertise nous permet d'accueillir plus de 4 millions de spectateurs dans nos équipements, de programmer plus de 1500 événements, et de collaborer avec des productions locales et nationales. Ces chiffres illustrent notre capacité à faire de votre équipement une référence.

Notre savoir-faire commercial repose sur une analyse fine des secteurs d'activités, une connaissance approfondie du public local et l'activation de notre réseau national, nous permettant de créer une programmation diversifiée pour satisfaire tous les publics, des événements populaires aux productions prestigieuses.

Avec des salles qui font référence, S-PASS TSE incarne la réussite d'une gestion ambitieuse et tournée vers l'avenir.

Notre force réside dans notre capacité à inscrire notre action dans le temps et dans une approche partenariale. Nous accompagnons nos partenaires depuis de nombreuses années, faisant de nos équipements un réseau d'excellence, moteurs d'attractivité, de cohésion et de rayonnement pour votre territoire.

LE ZÉNITH LIMOGES MÉTROPOLE

Ses valeurs

NOS VALEURS

LA QUALITÉ DE SERVICE

Notre professionnalisme et notre rigueur sont reconnus par nos clients et usagers depuis plus de 30 ans, en proposant aux collectivités une expertise, des compétences et un savoir-faire unique en tant que concessionnaire.

LA VOLONTÉ D'ANIMATION DES TERRITOIRES

Par une politique de contenu sérieuse, à l'échelle du groupe SPASS-TSE, nous apportons à nos délégants une offre dépassant le simple cadre de la gestion d'un équipement.

LA CRÉATIVITÉ ET L'INNOVATION

Nous engageons de profondes réflexions au sein de nos métiers afin de proposer de nouveaux services, de nouvelles idées mettant en valeur notre expertise et nos équipements.

LE RESPECT DES ENGAGEMENTS ET DES HOMMES

La SNC Zénith de Limoges II bénéficie d'une image de marque et d'un sérieux porté par ses hommes et ses femmes : nous investissons dans le respect et la reconnaissance que nous leur devons. Nous cultivons l'esprit d'entreprise et développons l'excellence.

PRÉAMBULE

Dans le cadre de la Concession de Service Public pour l'exploitation et la gestion du Zénith Limoges Métropole du 1^{er} juillet 2022 au 30 juin 2027, la SNC Zénith de Limoges II produit chaque année un rapport d'activité contenant les comptes annuels et le rapport du commissaire aux comptes ainsi qu'une analyse de la qualité du service.



Crédits photos sauf mentions : Jonathan Tassin, Christophe Péan & Pascale Tauzin.

ÉDITO

Selon le baromètre du public du spectacle vivant, publié le 17 octobre 2024, l'attrait des Français pour les spectacles vivants se confirme. En ces temps marqués par l'incertitude économique et sociale, le spectacle vivant apparaît comme une véritable bouffée d'oxygène, un antidote reconnu contre l'ambiance de crise. Son impact positif sur le dynamisme local, tant sur les plans économique, touristique que social, est aujourd'hui largement reconnu.



L'année 2024 s'illustre ainsi par une offre exceptionnelle de spectacles, réunissant des artistes populaires et fédérateurs : Shaka Ponk, Patrick Bruel pour deux dates, Calogero, Gims, Slimane, Patrick Fiori, ainsi que Star Academy. La scène électro n'est pas en reste, avec des figures de proue comme Martin Solveig, Étienne de Crécy et Trinix qui ont fait vibrer le public du Zénith lors de la toute première édition de la « Lovely Winter Party », marquant un nouveau temps fort dans la programmation.

Cependant, malgré cet engouement manifeste, l'économie du spectacle vivant demeure fragile. Les coûts de production, dopés par l'inflation et les exigences techniques croissantes, continuent d'augmenter. En parallèle, bien que le prix moyen du billet se maintienne autour de 46€, il demeure néanmoins un investissement conséquent pour un public qui doit constamment arbitrer ses dépenses dans un contexte économique tendu.

Dans ce contexte, l'enjeu pour les salles de spectacles n'est plus simplement de vendre des billets, mais d'offrir une expérience totale et mémorable. Il s'agit de transformer l'accès à un concert ou un événement en une véritable immersion dans un univers unique. Le public doit être invité à vivre une aventure complète, où le spectacle n'est que le point de départ d'une série d'émotions et de découvertes.

Le Zénith, fort de sa notoriété, doit ainsi se positionner comme une destination culturelle à part entière, un lieu de vie et de rencontres où l'on vient non seulement pour assister à un concert, mais aussi pour partager un moment privilégié, s'immerger dans une atmosphère.

SOMMAIRE

CHAPITRE 1 : Nos engagements	p. 7
CHAPITRE 2 : L'exploitation	p. 10
CHAPITRE 3 : Communication Online & Offline	p. 22
CHAPITRE 4 : Responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE)	p. 30
CHAPITRE 5 : Technique et bâtiment	p. 36
CHAPITRE 6 : Comptes d'exploitation & chiffres clés	p. 42
CHAPITRE 7 : Perspectives 2025	p. 46



CHAPITRE 1
Nos
engagements

NOS ENGAGEMENTS

Le travail réalisé

2024 constitue une étape importante dans le cadre de la DSP confiée au Zénith Limoges Métropole pour la période 2022–2027. Après un an et demi de cette nouvelle délégation, les actions engagées traduisent notre volonté de faire du Zénith un lieu toujours plus attractif, inclusif et performant. Qu'il s'agisse de renforcer l'intérêt des organisateurs, de développer l'attractivité auprès des publics, d'affirmer notre engagement RSE ou d'améliorer concrètement l'expérience spectateur, chaque initiative répond à une ambition claire : faire rayonner le Zénith sur son territoire et au-delà.

MAINTIEN DE L'ATTRACTIVITÉ DES ORGANISATEURS

Pour renforcer notre positionnement et pérenniser l'intérêt des organisateurs et partenaires, plusieurs actions stratégiques ont été mises en œuvre. Une plaquette de présentation de la salle, à destination des producteurs et organisateurs d'événements, a été réalisée afin de valoriser nos atouts techniques, nos espaces d'accueil et l'expérience proposée au public.

L'obtention de la certification ISO 9001 marque une reconnaissance officielle de notre démarche qualité et de notre capacité à répondre aux exigences du secteur événementiel.

DÉVELOPPEMENT DE L'ATTRACTIVITÉ DU PUBLIC

La dynamique de programmation poursuit son développement avec une attention particulière portée à la diversification des publics. Des spectacles spécifiquement conçus pour les jeunes générations sont intégrés à la saison, renforçant notre mission d'ouverture culturelle. Le théâtre fait également son entrée dans notre calendrier, permettant d'élargir le registre artistique proposé et d'attirer de nouveaux profils de spectateurs. Cette orientation confirme notre volonté d'inscrire le Zénith comme un lieu de culture accessible, vivant et fédérateur.

Par ailleurs, la création d'un club entreprises vise à fédérer nos partenaires autour de moments privilégiés, favorisant les échanges et la fidélisation dans un cadre structuré et valorisant.

RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE DES ENTREPRISES (RSE)

Dans une logique d'engagement durable et d'ouverture sociale, plusieurs actions concrètes ont été déployées afin de renforcer notre démarche RSE, aussi bien en interne qu'en lien avec nos partenaires et notre territoire. Une fontaine à eau raccordée directement au réseau a été installée dans le catering, réduisant ainsi significativement l'usage de bouteilles plastiques. De nouvelles poubelles de tri, plus visibles et plus attractives, ont été mises en place afin de faciliter et d'améliorer la gestion des déchets dans tous les espaces.

Par ailleurs, notre engagement en faveur de l'inclusion se traduit par l'adhésion au réseau FACE (Fondation Agir Contre l'Exclusion), la mise en place de dons de places à destination d'associations locales (centres sociaux, instituts médico-éducatifs, lotos solidaires, etc.), et l'entretien de nos espaces verts confié à une entreprise adaptée employant des travailleurs en situation de handicap. Enfin, des heures d'insertion sont intégrées dans nos contrats prestataires afin de favoriser l'emploi de publics éloignés du monde du travail, confirmant notre volonté d'être un acteur culturel responsable, inclusif et ancré dans son territoire.

PARCOURS SPECTATEUR

Dans le cadre de l'amélioration continue de l'expérience spectateurs, plusieurs actions concrètes ont été menées depuis juillet 2022, et pour partie en 2024, touchant aussi bien l'accueil du public que les services de restauration ou les espaces dédiés aux partenaires.

Dans une démarche d'amélioration du parcours spectateurs et des services, **la couverture wifi a été renforcée dans le hall et dans les loges**, offrant ainsi une connectivité optimale pour le public, les équipes techniques et les productions accueillies.

Sept écrans sont déployés dans les bars pour diffuser les produits disponibles à la vente, les spectacles à venir ainsi que des informations pratiques comme les horaires d'ouverture et de fermeture des points de vente.

Enfin, les anciens terminaux de caisse ont été remplacés par des équipements plus modernes : WEEZEVENT. Ils sont plus nombreux et plus ergonomiques, ce qui a considérablement amélioré la fluidité des ventes et réduit les temps d'attente pour les spectateurs.

L'offre bar a été élargie pour répondre à une demande plus variée et qualitative. Ainsi, le zénith propose désormais des croque-monsieur, des crêpes, du vin, du champagne et des cocktails venant enrichir la carte.

Ce développement de gamme contribue à l'augmentation du panier moyen et renforce l'attractivité de l'espace bar pendant les temps forts d'un événement.

L'espace VIP a été entièrement repensé pour offrir une expérience renouvelée,

à la fois plus qualitative, immersive et en résonance avec l'intensité des spectacles. Situé à quelques mètres seulement de la salle, au croisement stratégique entre l'extérieur, la salle de concert et le reste du bâtiment, cet espace bénéficie d'un positionnement privilégié : suffisamment proche pour ressentir l'énergie du public, mais suffisamment isolé pour garantir une atmosphère calme, confortable et premium.

Un soin particulier a été apporté à son aménagement. Un mur végétal apporte une touche de nature et d'élégance, tandis qu'un éclairage étudié met en valeur les volumes et renforce la chaleur du lieu. L'affichage dynamique permet aux invités de rester connectés à la programmation grâce à la diffusion en continu des spectacles à venir et de contenus immersifs autour des artistes programmés.

Pensé comme un véritable lieu de représentation, l'espace VIP devient un levier stratégique pour l'accueil des entreprises partenaires, en leur proposant un cadre unique pour entretenir leurs relations professionnelles. L'expérience se prolonge par une offre de restauration haut de gamme, composée de planches préparées par notre traiteur, et un service attentif assuré par du personnel dédié, garantissant confort, fluidité et excellence à chaque moment.





CHAPITRE 2

L'exploitation

RÉTROSPECTIVE 2024

Rappel des événements clés



01

Janvier

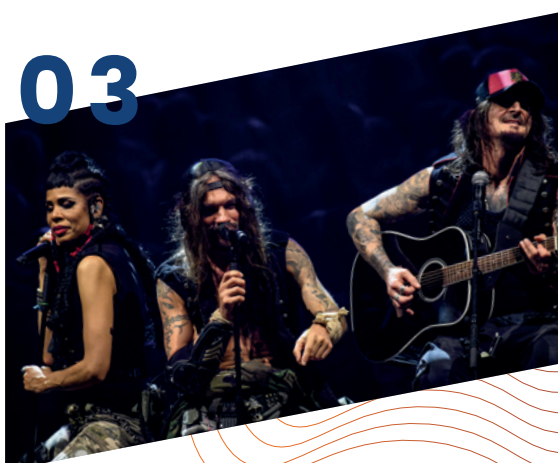
**FORUM DES MÉTIERS
DE LA CONSTRUCTION**



02

Février

MESSMER



03

Mars

SHAKA PONK



04

Avril

VÉRINO



05

Mai

MOLIÈRE



06

Juin
STAR ACADEMY



09

Septembre
KOF MMA



Octobre
SALON STUDYRAMA



11

Novembre
CALOGERO



12

Décembre
LOVELY WINTER PARTY

LE SPECTACLE

et l'événementiel

La dynamique forte et constante du spectacle vivant au niveau national se confirme également au Zénith Limoges Métropole en 2024.

La salle a accueilli **94 028 personnes (+3.5%)** au cours de l'année, pour **une fréquentation moyenne de 2 187 personnes** sur l'ensemble des événements et de 2 203 pour les spectacles. Au total, **30 spectacles** ont été programmés, **représentant 33 séances**. À cela s'ajoutent **13 événements économiques**, organisés sur **20 jours**, venant enrichir l'activité du site.

98 104

PERSONNES
ont foulé la
grande salle
du Zénith

2 281

personnes
fréquentation moyenne
tous événements
confondus

2 559

personnes
fréquentation moyenne
des spectacles

33

représentations
(30 spectacles)

13

**événements
économiques**
(21 jours)

Ces chiffres traduisent une activité soutenue et confirment la place essentielle du Zénith Limoges Métropole dans la vie culturelle et économique du territoire.

UNE ANNÉE SOUS LE SIGNE DU SUCCÈS ET DE L'ÉMOTION AU ZÉNITH LIMOGES MÉTROPOLE

En 2024, le Zénith Limoges Métropole a su séduire un large public en donnant une place de choix à la nostalgie et aux grands hommages musicaux. Quatre groupes de reprises ont fait vibrer la scène : **AC/DC Symphonique**, **One Night of Queen**, **The Rabeats** reprenant les plus grands tubes des Beatles, et **Rock Symphony Voices**, chacun redonnant vie aux plus grands classiques du rock et de la pop. Le public a également été conquis par deux comédies musicales à grand succès : **Molière, l'Opéra Urbain**, venu pour deux représentations exceptionnelles, et **Je vais t'aimer**, véritable hommage générationnel aux plus grands tubes de Michel Sardou.

Tout au long de l'année, les grandes figures de la scène française ont marqué les esprits. **Slimane**, **Patrick Bruel** avec deux dates, **Calogero** et **Gims** ont enflammé la salle, affichant des fréquentations impressionnantes. Sur l'ensemble des spectacles, la fréquentation moyenne s'établit à 2 203 spectateurs, mais les grandes têtes d'affiche telles que **Calogero**, **Patrick Bruel**, **Gims**, **Slimane**, **Molière l'Opéra Urbain**, **Star Academy**, **Pat Patrouille**, **La**

Mécanique du Chœur et **Shaka Ponk**, culminent à une moyenne de 4 368 spectateurs. Le concert événement de l'année reste sans conteste **l'ultime show de Shaka Ponk**, rassemblant 5864 spectateurs pour un dernier tour de piste mémorable.

Parmi les autres succès majeurs figurent les représentations de la **Star Academy**, **Slimane**, **Gims**, **Calogero**, **Molière l'Opéra Urbain**, **La Mécanique du Chœur** et **Patrick Bruel**, chacun franchissant **le seuil symbolique des 4000 spectateurs**. Cette diversité artistique s'est exprimée à travers cinq représentations de danse et de ballet, deux spectacles d'humour et une soirée sportive très suivie avec **le MMA Fights** de septembre.

Les spectacles présentés au Zénith en 2024 restent très éclectiques comme les années passées, avec en nouveauté une pièce de théâtre organisée en configuration miniZénith, qui a attiré 1 500 spectateurs. Ce type de configuration particulière, plus intimiste, est une voie que nous souhaitons développer pour diversifier encore davantage notre programmation.



© ENSIL

Côté événements économiques, le Zénith a su maintenir des rendez-vous incontournables comme la **remise des diplômes de l'ENSIL et de 3iL**, les **Carrefours des Métiers de Bouche**, le salon **Studyrama** ou encore le **Trophée des Entreprises**. De nouveaux événements ont également renforcé la dynamique, à l'image du **Salon du Vin** organisé par Centre France Vinifrance, du **Forum des Métiers de la**

Construction, de **l'Assemblée Générale des Commissaires aux Comptes**, de la **Carsat**, ainsi que **du tournoi Winamax** et du **Symposium Exovision**, véritables vitrines nationales pour le Zénith Limoges Métropole.

Avec cette programmation variée et ambitieuse, le Zénith affirme plus que jamais sa place de moteur culturel et économique du territoire.

En France, l'économie du live poursuit son essor, avec, à la clé, des lieux emblématiques comme le Zénith Limoges Métropole qui, à son échelle, illustre cette dynamique de croissance.

L'économie du live continue à croître en 2023, portée par la diversité de l'offre et par une forte demande.

65 763

Représentations payantes
(+5% vs 2022)

36 M

Fréquentation totale
(+11% vs 2022)

41€

Prix moyen du billet
(38€ en 2022, +8%)

1,4 Md

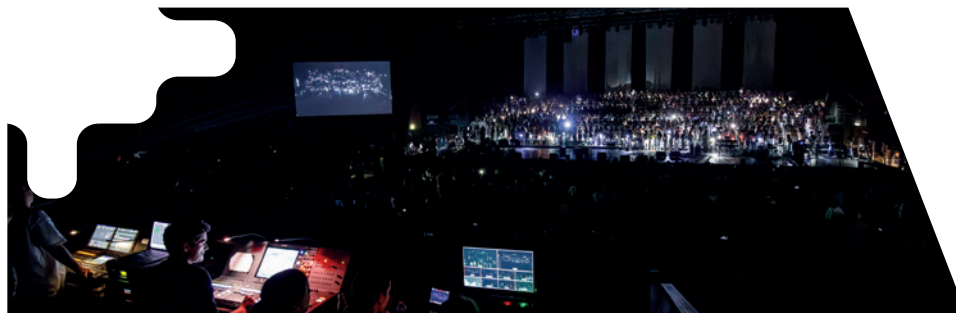
d'euros de recette de billetterie HT
(+21% vs 2022)

Pour la deuxième année consécutive, le montant total des recettes de billetterie du live **dépasse le milliard d'euros.**

Source :
Étude sur la diffusion live en 2023, Centre National de la Musique

PROGRAMMATION 2024

L'année en un coup d'œil



- Spectacle
- Répétition
- Montage / Démontage
- Évènementie
- Sport
- Servitude
- Annulation
- Report
- Maintenance

JANVIER	FÉVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN
L 1	J 1 Les Chevaliers du Fiel	V 1 Shaka Ponk	L 1	M 1	S 1
M 2	V 2	S 2 Patrick Bruel	M 2	J 2	D 2
M 3	S 3 Slimane	D 3	M 3	V 3	L 3 Recyclades
J 4	D 4 500-voix pour Queen	L 4	J 4	S 4	M 4 Recyclades
V 5	L 5	M 5	V 5 Gospel pour 100 voix	D 5	M 5
S 6	M 6	M 6	S 6 Irish Celtic	L 6	J 6 Conf. Presse Lovely Xmas Festival
D 7	M 7	J 7	D 7	M 7	V 7
L 8	J 8	V 8	L 8	M 8	S 8
M 9	V 9 Messmer 13Hz	S 9 Remise des diplômes Ensilensca	M 9	J 9	D 9
M 10	S 10	D 10	M 10	V 10	L 10
J 11	D 11	L 11	J 11 Le Lac des Cygnes	S 11	M 11
V 12	L 12	M 12	V 12	D 12	M 12
S 13	M 13	M 13 Giselle	S 13	L 13	J 13
D 14	M 14 Salon ViniFrance	J 14	D 14 Pat Patrouille Pat Patrouille	M 14	V 14 Tournée Star Academy
L 15	J 15 Salon ViniFrance	V 15 ONG Alliances Célestes Internationales	L 15	M 15	S 15
M 16	V 16 Salon ViniFrance	S 16 ONG Alliances Célestes Internationales	M 16 Lords Of The Sound	J 16	D 16
M 17 Vœux Limoges Métropole	S 17 Salon ViniFrance	D 17 ONG Alliances Célestes Internationales	M 17 AC/DC Symphonique	V 17	L 17
J 18 Vœux Limoges Métropole	D 18 Salon ViniFrance	L 18 ONG Alliances Célestes Internationales	J 18	S 18	M 18
V 19 3il Montage	L 19 Conf. Presse Molière	M 19 ONG Alliances Célestes Internationales	V 19 Sternusical	D 19	M 19 Travaux
S 20 Remise diplômes 3il	M 20	M 20 Conf. Presse Je vais t'aimer	S 20 AG CFBCT	L 20	J 20 Travaux
D 21	M 21	J 21	D 21 AG CFBCT	M 21	V 21 Travaux
L 22	J 22	V 22	L 22 AG CFBCT	M 22	S 22 Travaux
M 23	V 23	S 23	M 23	J 23 Molière, l'opéra urbain	D 23 Travaux
M 24 Forum des Métiers de la Construction et des Travaux	S 24	D 24	M 24	V 24 Molière, l'opéra urbain	L 24 Travaux
J 25	D 25	L 25 Patrick Fiori	J 25 Vérino	S 25 Molière, l'opéra urbain Molière, l'opéra urbain	M 25 Travaux
V 26 Forum des Métiers de la Construction et des Travaux	L 26	M 26	V 26	D 26 Molière, l'opéra urbain	M 26 Travaux
S 27 Forum des Métiers de la Construction et des Travaux	M 27	M 27	S 27	L 27	J 27 Travaux
D 28	M 28	J 28	D 28	M 28 La Mécanique du Choeur	V 28 Travaux
L 29	J 29	V 29 Je vais t'aimer	L 29	M 29 La Mécanique du Choeur	S 29 Travaux
M 30		S 30 Véronique Dicaire	M 30	J 30 La Mécanique du Choeur	D 30 Travaux
M 31		D 31		V 31 La Mécanique du Choeur	





- Spectacle
- Répétition
- Montage / Démontage
- Évènementie
- Sport
- Servitude
- Annulation
- Report
- Maintenance

JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE
L 1 Travaux	J 1 Travaux	D 1	M 1	V 1	D 1
M 2 Travaux	V 2 Travaux	L 2	M 2	S 2	L 2
M 3 Travaux	S 3 Fermeture Annuelle	M 3	J 3	D 3	M 3 One-Max-Chaud
J 4 Travaux	D 4 Fermeture Annuelle	M 4	V 4	L 4	M 4 Gims
V 5 Travaux	L 5 Fermeture Annuelle	J 5	S 5	M 5 Marie-Claude Pietragalla	J 5 Trophée des Entreprises
S 6 Travaux	M 6 Fermeture Annuelle	V 6	D 6	M 6	V 6
D 7 Travaux	M 7 Fermeture Annuelle	S 7	L 7	J 7	S 7 Les Comédies Musicales
L 8 Travaux	J 8 Fermeture Annuelle	D 8	M 8	V 8 Tournoi WIPT	D 8
M 9 Travaux	V 9 Fermeture Annuelle	L 9	M 9	S 9 Tournoi WIPT	L 9
M 10 Travaux	S 10 Fermeture Annuelle	M 10	J 10	D 10 Tournoi WIPT	M 10
J 11 Travaux	D 11 Fermeture Annuelle	M 11	V 11 Studyrama	L 11	M 11
V 12 Travaux	L 12 Fermeture Annuelle	J 12	S 12 Studyrama	M 12	J 12
S 13 Travaux	M 13 Fermeture Annuelle	V 13 KOF MMA	D 13	M 13	V 13 C'est décidé je deviens une connasse
D 14 Travaux	M 14 Fermeture Annuelle	S 14 KOF MMA	L 14	J 14	S 14 C'est décidé je deviens une connasse
L 15 Travaux	J 15 Fermeture Annuelle	D 15	M 15	V 15	D 15
M 16 Travaux	V 16 Fermeture Annuelle	L 16 Carsat Journée du personnel	M 16	S 16	L 16
M 17 Travaux	S 17 Fermeture Annuelle	M 17 Carsat Journée du personnel	J 17 Montage	D 17	M 17
J 18 Travaux	D 18 Fermeture Annuelle	M 18	V 18 Montage	L 18	M 18 Lovely Xmas Party
V 19 Travaux	L 19 Travaux	J 19	S 19 AG CRCC	M 19 Rock Symphony Voice	J 19 Lovely Xmas Party
S 20 Travaux	M 20 Travaux	V 20 One Night of Queen	D 20	M 20	V 20 Lovely Xmas Party
D 21 Travaux	M 21 Travaux	S 21	L 21	J 21 Casse Noisette	S 21
L 22 Travaux	J 22 Travaux	D 22	M 22	V 22	D 22
M 23 Travaux	V 23 Travaux	L 23	M 23	S 23 Calogero	L 23
M 24 Travaux	S 24 Travaux	M 24	J 24	D 24 The Rabcats	M 24
J 25 Travaux	D 25 Travaux	M 25	V 25	L 25	M 25
V 26 Travaux	L 26 Travaux	J 26	S 26	M 26	J 26
S 27 Travaux	M 27	V 27	D 27	M 27 Patrick Bruel	V 27
D 28 Travaux	M 28	S 28	L 28	J 28	S 28
L 29 Travaux	J 29	D 29	M 29	V 29	D 29
M 30 Travaux	V 30	L 30	M 30 Hina	S 30	L 30
M 31 Travaux	S 31		J 31		M 31



BAROMÈTRE DU SPECTACLE VIVANT 2024 - EKHOSCÈNES

1. PERCEPTION DU SPECTACLE VIVANT

Image

positive

86 %

des Français estiment
que l'offre est variée et de qualité

Impact

local

79 %

jugent les spectacles et festivals
bénéfiques pour l'économie
et l'attractivité locale

2. FRÉQUENTATION DES SPECTACLES ET FESTIVALS

51 %

des Français assistent
à un spectacle
au moins une fois par an.

- 50 % déclarent aller à un festival tous les 2-3 ans, dont 35 % au moins une fois par an.
- Les jeunes et les habitants des grandes villes sont les plus assidus.

3. MOTIVATIONS ET FREINS

Motivations

principales

- Se divertir (93 %)
- Voir un artiste apprécié (90 %)
- Partager un moment festif (88 %)

Freins

majeurs

- Prix (48 %)
- Éloignement géographique (33 %)
- Manque d'habitude (17 %)

4. ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

73 %

des Français considèrent
cet enjeu important

- Actions prioritaires attendues : gestion des déchets (86 %), préservation des sites (85 %), économie d'eau (85 %).
- 49 % pourraient renoncer à un spectacle en raison de son impact écologique.

Le spectacle vivant conserve une place essentielle dans la culture et le lien social, mais des enjeux de prix et d'accessibilité restent des défis à relever.

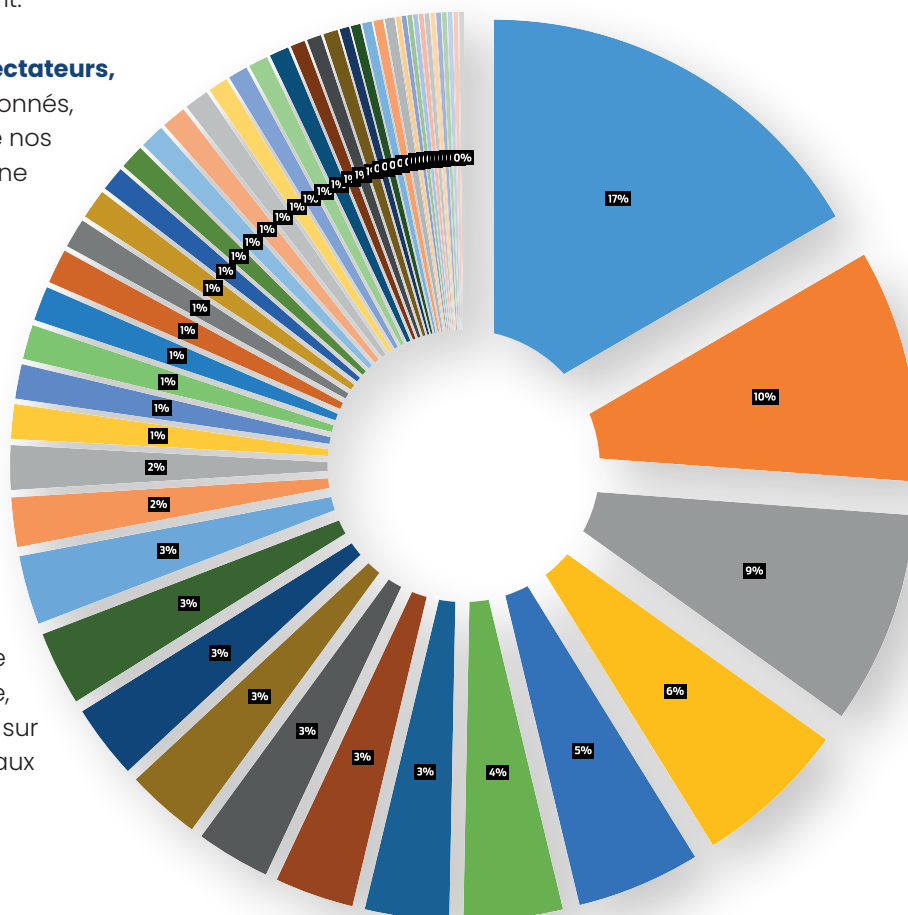
CHIFFRES CLÉS

UN SERVICE CLIENT AU CŒUR DE NOTRE ENGAGEMENT !

Chez S-PASS TSE, la relation avec nos spectateurs est une priorité absolue. Au-delà de l'expérience en salle, nous mettons tout en œuvre pour garantir un accompagnement fluide et réactif avant, pendant et après chaque événement.

- **Un service dédié aux spectateurs,** composé d'experts passionnés, à l'écoute des besoins de nos spectateurs (par téléphone 6 jours/7)
- **Un chatbot disponible sur notre site web,** pour répondre instantanément aux questions les plus fréquentes.

Grâce à cette complémentarité, nous assurons une prise en charge efficace et personnalisée. Et parce que chaque interaction compte, voici quelques chiffres clés sur notre activité SAS (Service aux Spectateurs).



MOTIFS DE SOLLICITATIONS REÇUES PAR LE ZÉNITH LIMOGES MÉTROPOLE

82	Question / Vente PMR	7	Problème création compte client sur le web	2	Echec commande web
47	Aide à la réservation web	7	Vente de billets par téléphone	2	Erreur paramétrage / bug site web
43	Question sur horaires ouverture de la salle	6	Demande de report d'une réservation	2	Pas de confirmation de commande
31	Question sur billets autres revendeurs	6	Etickets égarés	2	Places non côte à côte
25	Demande de remboursement	5	Demande de duplicata de billets	1	Chèque culture/vacances/cadeau
20	Question sur billets nominatifs	5	Demande pour les Groupes	1	Commande problématique
17	Question pour autres services	5	Hors activité	1	Demande de dons de places
16	Bug au moment de l'achat web	5	Pb téléchargement des etickets	1	Demande interne FIMALAC
15	Annulation d'une commande	5	Question sur une mise en vente	1	Demande modif adresse mail ou postale
15	Etickets non reçus	4	Horaires du spectacle	1	Demande modif mode d'obtention billets
15	Question sur âge des enfants	4	Question sur accès à la salle	1	Demande VIP
15	Question sur billet early	4	Question sur impression des billets	1	Demandes d'infos techniques sur la salle
14	Question sur revente des billets	4	Question sur intempéries / événements bloquants l'accès aux salles	1	Problème avec le site web
10	Problèmes de paiement bancaire	3	Candidatures	1	Question / avis sur les artistes
9	Réclamation après un évènement	3	Erreur sur la salle contactée	1	Question sur assurance achat
7	Demande modification de places	3	Objets interdits en salle	1	Question sur bons cadeaux / programmes
7	Objets perdus	2	Démarchage commercial		
7	Problème connexion à l'espace perso				

ZÉNITH LIMOGES MÉTROPOLÉ

Chiffres clés *

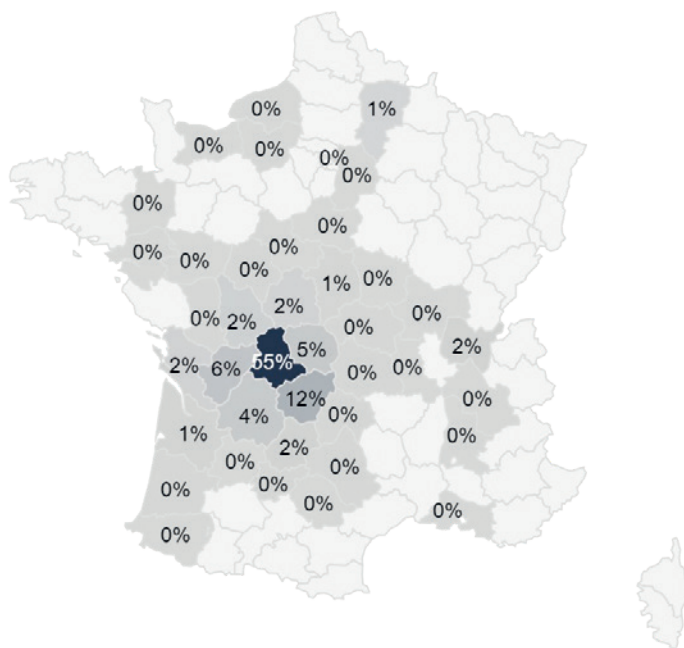
TYPE DE PUBLIC

DOMICILIATION

Distance moyenne parcourue



54 km



INDICES DE SATISFACTION

83.5 %

de satisfaction
globale

91,25%

de satisfaction pour
l'accessibilité de la salle
et la signalétique

94,25%

de satisfaction pour
la qualité générale
de l'accueil

94,5%

de satisfaction pour
la disponibilité
des équipes

94%

de satisfaction pour
la propreté
de la salle

85%

de satisfaction pour
la convivialité
et le confort de la salle

86,5%

de satisfaction pour
la programmation
de la salle

76,25%

de satisfaction pour
le point de
restauration/Bar

PROFIL DU SPECTATEUR

Nombre de fois par an où il assiste aux spectacles ou aux événements du Zénith Limoges :

55,4%

assistent
1 à 5 fois par an

41,7%

assistent
pour la 1^{ère} fois

2,9%

assistent
plus de 5 fois
par an

* Résultats basés sur cinq enquêtes menées lors de spectacles variés, auprès de 684 répondants.

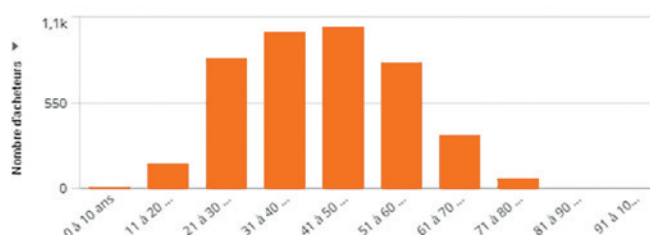
PROFIL DE L'ACHETEUR

Pour les manifestations tenues en 2024, nous comptabilisons 4 633 acheteurs pour 11 170 billets sur le site billetterie du Zenith Limoges Métropole.

4 633
ACHETEURS
pour
11 170
BILLETS

Âge moyen des acheteurs

 **42,1 ans**



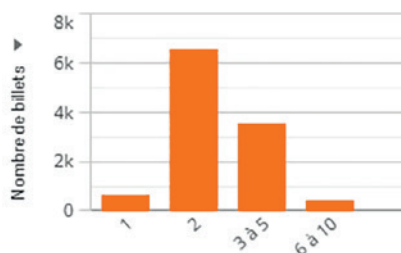
Genre des acheteurs

  **64,5%**
de femmes

35,5%
d'hommes

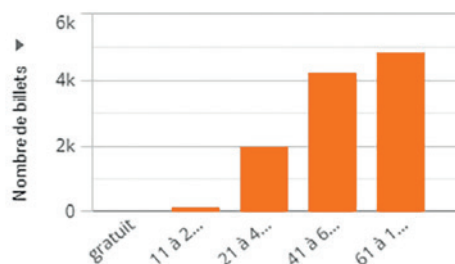
Moyenne de billets par commande

 **2,2**
billets



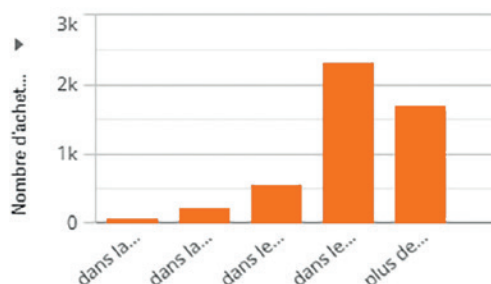
Nombre de billet par tranche de prix

 **56,75€**
prix moyen



Anticipation moyenne des achats

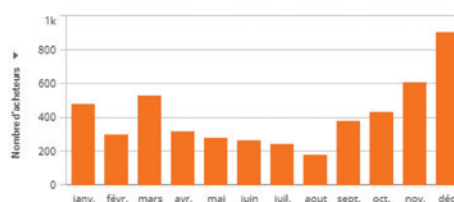
 **160,5**
jours



Saisonnalité des commandes par mois



Pour les manifestations tenues en 2024, le mois de **décembre** a généré le plus grand volume de billets.





CHAPITRE 3
**Communication
Online & Offline**

COMMUNICATION

Digitale

18,1k

Abonnés
réseaux sociaux



14,8k

12 301

Base de données clients
partenaire Fimalac
Entertainment



3,3k

35,7%

d'ouverture newsletter
(Taux moyen)

7 264

Abonnés
newsletter

1. SITE INTERNET

Le site a connu une belle progression en 2024 avec 166 204 utilisateurs, soit 32,11 % de plus qu'en 2023, et 272 294 visiteurs, en hausse de 47,43 %. Ces chiffres confirment l'attrait croissant du site et l'élargissement de son public.

Le léger recul du taux d'engagement (-4,49 %) s'explique par l'arrivée de nombreux nouveaux visiteurs, en phase de découverte. Ce phénomène est normal dans un contexte d'ouverture à un public plus large, et constitue une base solide pour développer l'engagement à venir.

Le taux d'engagement correspond à la proportion de spectateurs qui interagissent activement avec un spectacle (likes, partages, commentaires, réponses à un sondage, scans de QR-codes, etc.) par rapport au nombre total de personnes présentes. Pour le mesurer, on rassemble l'ensemble des interactions enregistrées pendant ou après l'événement, on les totalise, puis on calcule le pourcentage que ce total représente au regard de la fréquentation globale.

SITE INTERNET – STATISTIQUES 2024 VS 2023

166 204

Utilisateurs
qui ont accédé au site

+32,11%

72,5%

Taux
d'engagement

-4,49%

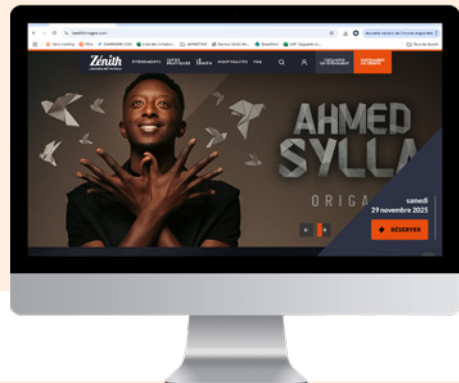
272 294

visites
sur le site internet

+47,43%

Top 5 pages événements les plus vues :

- Lovely Xmas Party
- Gims
- KOF MMA
- Star Academy
- Soprano



AUDIENCES ET INDICATEURS DE PERFORMANCE 2024

34,9%

d'hommes

65,1%

de femmes

2. RÉSEAUX SOCIAUX

Les chiffres 2024 confirment une évolution marquée des usages selon les générations. Sur **Instagram**, plateforme privilégiée par les 18–34 ans, l'engagement explose : les réactions doublent (+100 %) et les visites de profil bondissent de +110 %, témoignant d'une audience jeune, active et réactive. De son côté, **Facebook**, fréquenté majoritairement par les 35–54 ans, enregistre une hausse modérée des abonnés (+0,8K) mais une **forte baisse de la couverture globale (-70 %)**, signe d'un algorithme moins favorable à la portée organique malgré une audience fidèle.

FACEBOOK – STATISTIQUES 2024 VS 2023

14,8 k

abonnés

+0,8 k

7,2 k

réactions

+5 %

51 k

visites de profil

+61 %

255 k

couverture globale

-70 %

INSTAGRAM – STATISTIQUES 2024 VS 2023

3,3 k

abonnés

+687

2,2 k

réactions

+100 %

7,7 k

visites de profil

+110 %

23,5 k

couverture globale

STABLE

NOUVEAUTÉS RÉSEAUX SOCIAUX

Les pages Facebook se refont une beauté !

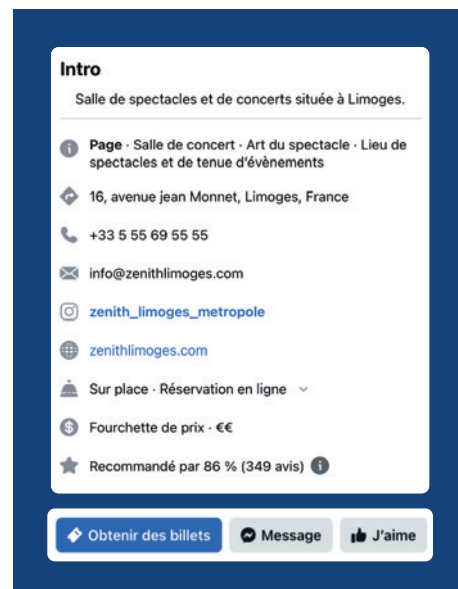
En 2024, des nouveautés ont été intégrées pour optimiser l'expérience utilisateur et renforcer l'efficacité des pages :

- Les descriptions (biographies) des pages ont été retravaillées pour être plus percutantes et attirer l'attention en quelques secondes.
- Un bouton d'appel à l'action «Obtenir des billets» a été ajouté sur les pages Facebook et redirige directement les utilisateurs vers le site de billetterie, pour une navigation simplifiée et une augmentation des conversions.

Ces améliorations visent à offrir une interface plus intuitive tout en favorisant une meilleure interaction avec la communauté et les objectifs marketing.

Révision de formats et contenus sur nos réseaux sociaux !

Comme chaque année, une mise à jour des formats et des trames de publication a été effectuée pour rester aligné avec les attentes de nos audiences et les tendances actuelles. Cette révision a inclus plusieurs améliorations visant à rendre nos contenus plus interactifs, engageants et structurés : nouveaux posts interactifs & highlights, refonte des posts «Jour-J», des agendas mensuels & des bannières Facebook.



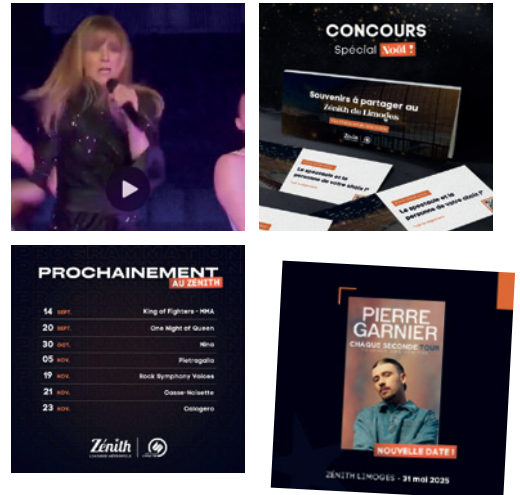
COMMUNICATION

Digitale

COMPTE RENDU RÉSEAUX SOCIAUX POUR L'ANNÉE 2024

L'année 2024 a vu une progression sur Facebook et Instagram, avec une augmentation du nombre d'abonnés et une évolution contrastée des indicateurs d'engagement.

Sur **Facebook**, la communauté s'est élargie avec +800 abonnés (14,8k au total). Les réactions ont progressé de 5 %, mais la couverture globale a chuté de 70 %, indiquant une baisse de la portée organique. Les visites de profil ont grimpé de 61 %, témoignant d'un intérêt accru pour la page.



Sur **Instagram**, la dynamique est positive et encourageante avec une augmentation des abonnés et un engagement plus marqué sur les publications interactives, ainsi que des visites de profil ont grimpé de 110 %.

POINTS FORTS ET RÉUSSITES

- Croissance du nombre d'abonnés sur Facebook et Instagram.
- Engagement en forte hausse sur Instagram grâce aux jeux concours et aux annonces d'événements.
- Bonne réception des publications interactives et des retours en images.
- Refonte des pages Facebook avec un CTA optimisé pour améliorer les ventes de billets.
- Diversification des formats de publication pour capter l'attention du public.

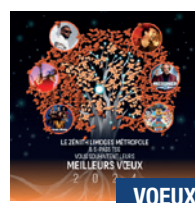
PERSPECTIVES D'AMÉLIORATION

- Augmenter la portée organique sur Facebook en optimisant les formats et la fréquence des publications.
- Exploiter davantage les nouveaux formats Instagram pour maintenir la croissance et l'engagement.
- Expérimenter des publications engageantes sur Facebook pour compenser la baisse de couverture.
- Adapter les formats Instagram aux récentes évolutions de l'application pour maximiser l'impact.

ÉTAT DES LIEUX DES CAMPAGNES ORGANIQUES

6
campagnes réalisées

38
contenus publiés



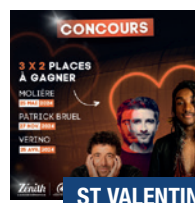
VOEUX



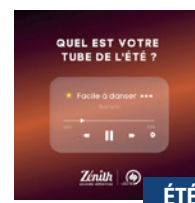
FÊTE DES PARENTS



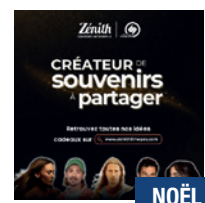
RENTRÉE



ST VALENTIN



ÉTÉ



NOËL

CAMPAGNES PAYANTES SPONSORISATIONS

TOTAL SUR L'ANNÉE 2024 + ZOOM NOËL

Total des dépenses	Total des impressions	Transactions	CPA moyenne*		
5 610 €	+660 K	2 848	1,97 €		
ZOOM CAMPAGNE NOËL 2024					
C.A. global	Total des dépenses	Total des impressions	Transactions	CPA moyenne	C.A. global
+383 K€	1 000 €	338 K	259	3,86 €	34,5 K€

* Le CPA est un indicateur qui mesure le coût moyen nécessaire pour obtenir une conversion (inscription, achat, téléchargement, etc.). En publicité, il représente l'investissement moyen à consacrer pour qu'une personne réalise l'action souhaitée.

3. NEWSLETTER

NOUVEAU MOTEUR POUR NOS NEWSLETTERS : DELIGHT !

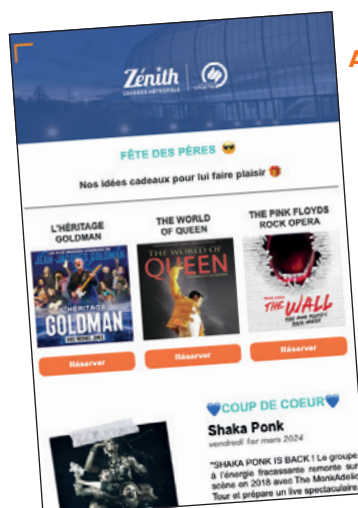
En 2024, nous avons remplacé ActiveTrail par **Delight**, une suite d'outils de marketing digital spécialisée dans les secteurs du spectacle vivant, du sport et des musées. Ce changement nous permet de **mieux exploiter les données clients** et de personnaliser nos campagnes de manière plus précise et efficace.

Avec Delight, nous bénéficions de fonctionnalités avancées telles que la **segmentation d'audience**, une analyse approfondie des performances et une **interface intuitive** pour une gestion optimisée de nos newsletters.

NEWSLETTER - STATISTIQUES 2024 VS 2023			
7 264	93,9 K	35,7 %	6,59 %
abonnés	mails délivrés pour 21 newsletters	moyenne des taux d'ouverture	moyenne des taux de clics
+15,5 %			

UNE CHARTE GRAPHIQUE TOTALEMENT REPENSÉE !

Afin de renforcer notre identité visuelle et d'offrir une expérience plus cohérente et professionnelle à nos abonnés, nous avons effectué une **refonte complète de la charte graphique** de nos newsletters. Ce changement inclut une révision des couleurs, typographies, éléments visuels et mises en page, dans un souci de **modernisation et de clarté**. Le but est d'améliorer **la lisibilité** et **l'attrait** de nos newsletters.



AVANT

APRÈS



COMMUNICATION

Offline

Dans le cadre de notre stratégie de communication offline, nous avons mis en place un ensemble d'actions ciblées afin de renforcer notre visibilité auprès de différents publics tout au long de l'année.

Tout d'abord, nous bénéficions d'une présence permanente sur un **panneau digital multiannonces du réseau JC Decaux**. Cette visibilité continue nous permet de toucher une audience large et diversifiée, en valorisant notre image de marque dans des lieux de fort passage.

Nous avons également assuré une insertion dans le **Panorama des Entreprises** publié par Centre-France, un support de référence qui rassemble des acteurs économiques majeurs de la région. Cette parution nous permet de consolider notre positionnement local et d'accroître notre notoriété auprès de décideurs et partenaires potentiels.

De plus, notre communication s'est enrichie d'une présence dans **le magazine officiel de l'Open BLS**, événement sportif d'envergure. Cette opération nous offre une visibilité auprès d'un public dynamique, sensible à l'actualité sportive et aux initiatives locales.

L'année 2024 a été une année riche en visibilité médiatique, en atteste les 95 articles faisant référence au Zénith Limoges Métropole parus dans le quotidien local Le **Populaire du Centre** dont un tiers faisaient directement référence à celui-ci.

En période de fêtes, nous avons orchestré une **campagne d'affichage de Noël** pour capter l'attention des consommateurs dans une atmosphère propice à la promotion et à la valorisation de nos services. Cette campagne festive a renforcé notre ancrage émotionnel et à dynamiser notre image de proximité. Cette campagne a trouvé son apogée dans une campagne d'un mois dans les cinémas **Grand Écran**. Cette opération nous permet de toucher un public familial et intergénérationnel dans un contexte de loisirs, créant ainsi un lien positif et mémorable avec notre marque.

Ces actions offline jouent un rôle essentiel dans notre stratégie de communication globale, en créant des points de contact variés avec notre audience et en renforçant notre présence dans l'espace public. En effet, 14% des visiteurs ont appris l'existence d'un spectacle via ce mode de communication comme le démontre les enquêtes réalisées en 2024.



LE RÉSEAU

du Zénith Limoges Métropole





CHAPITRE 4
Responsabilité
Sociétale
des Entreprises
(RSE)

LA RSE

Responsabilité Sociétale des Entreprises

ENGAGÉ POUR LA CULTURE, RESPONSABLE POUR L'AVENIR

L'ensemble de notre réseau, certifié ISO 9001 et ISO 20121, intègre les principes du développement durable à travers 12 engagements concrets pour réduire l'impact environnemental de nos équipements et événements.

TERRITORIAL

- Fédérer notre écosystème autour de notre démarche RSE.
- S'engager localement dans la gestion de nos espaces de restauration.
- Contribuer activement à la dynamique et à l'animation du territoire en collaborant avec les acteurs locaux.



SOCIAL

- Promouvoir l'inclusion, la diversité et valoriser le potentiel de nos équipes.
- Favoriser le bien-être au travail et améliorer la qualité de vie de nos collaborateurs.
- Renforcer la collaboration interne pour encourager l'intelligence collective.
- Sensibiliser et prévenir les risques liés à la santé et à la sécurité auprès de nos publics et prestataires.
- Assurer une accessibilité optimale pour toutes les personnes.



ENVIRONNEMENTAL

- Réduire, recycler et revaloriser nos déchets de manière proactive.
- Participer à la préservation de la biodiversité.
- Agir en faveur d'une dynamique territoriale respectueuse de l'environnement.
- Encourager et promouvoir des solutions de mobilité bas carbone.



Musiques Actuelles en Tournée
Recherche et Innovation pour la
Coopération et l'Ecoconception

En 2025, au côté de Ekhoscène, S-PASS TSE intègre le projet M.A.T.R.I.C.E. dans le cadre de France 2030.

S-PASS TSE porte une vision durable et responsable, alliant respect des ressources et développement local. Le projet MATRICE s'inscrit dans cette démarche globale et visant à construire une industrie du live plus respectueuse et engagée sur l'ensemble de la filière.



un réseau certifié

ENGAGEMENT ÉCOLOGIQUE

TRI DES DÉCHETS : UNE SIGNALÉTIQUE REPENSÉE ET PÉDAGOGIQUE

En 2024, une attention particulière a été portée à la zone de tri des déchets, avec **la refonte de la signalétique**. L'objectif était double : améliorer la lisibilité des consignes pour les équipes et les publics, et sensibiliser les productions aux enjeux écologiques. Des supports explicatifs ont été créés, avec un langage visuel clair et des codes couleur universels, afin de **standardiser les gestes de tri**, y compris pour des équipes extérieures. Cette démarche, bien que simple en apparence, contribue à ancrer une **culture écoresponsable** dans le quotidien du Zénith.



FONTAINE À EAU DANS LE CATERING: LIMITER LES DÉCHETS PLASTIQUES

Dans le prolongement de cette logique, **une fontaine à eau raccordée au réseau** a été installée dans l'espace catering, destinée aux équipes techniques, artistes et régisseurs. Elle remplace l'usage courant des bouteilles d'eau en plastique, qui génèrent un volume de déchets important lors des événements. **En plus de son impact écologique immédiat**, cette initiative a été bien accueillie par les équipes, qui y voient un confort supplémentaire au quotidien.



SORTIE PROGRESSIVE DES CAFETIÈRES À CAPSULES

L'usage généralisé des capsules à usage unique génère un déchet difficilement recyclable et peu valorisé. En 2024, nous avons donc amorcé une transition vers des cafetières utilisant **des dosettes sans capsule**, composées uniquement de café compacté sous forme de boule. Ces équipements, testés en interne, ont démontré leur efficacité.



ENGAGEMENT SOLIDAIRE

DONS DE PLACES POUR L'ACCÈS À LA CULTURE

Tout au long de l'année 2024, le Zénith Limoges Métropole a poursuivi ses actions de solidarité **en offrant des places de spectacles** à des publics éloignés de la culture : associations étudiantes, structures d'insertion, établissements scolaires, jeunes issus de quartiers prioritaires. Ces dons, organisés en lien avec les partenaires locaux, permettent à des personnes souvent exclues de ce type de sortie de vivre une expérience culturelle forte. Cette action, à la fois **simple et essentielle**, participe à l'ancrage du Zénith dans une démarche inclusive.

INSERTION PROFESSIONNELLE : UN ENGAGEMENT EXCEPTIONNEL

En matière d'insertion, 2024 marque une avancée majeure : **2968 heures ont été réalisées**, contre **1010 heures prévues** initialement. Cela représente **294% de l'objectif annuel**, soit près d'un quart (23 %) des heures totales de

travail effectuées au Zénith sur l'année. Ces heures ont permis à des publics éloignés de l'emploi (jeunes, demandeurs de longue durée, personnes en reconversion) de s'insérer dans un environnement professionnel exigeant. Cette réussite dépasse l'obligation légale et témoigne **d'une volonté forte d'impact social**.

STANDS DE SENSIBILISATION : FAIRE DU ZÉNITH UN LIEU CITOYEN

Sur plusieurs dates de concerts, **des associations ont été accueillies dans le hall** pour tenir des stands de sensibilisation autour de thématiques sociales et citoyennes : **sécurité routière, prévention santé, lutte contre la précarité alimentaire...** Ces présences ponctuelles permettent de toucher un public large dans un cadre culturel, favorisant la diffusion de messages essentiels dans un environnement accessible, sans contrainte formelle. Le Zénith devient alors **un lieu d'expression et d'échange**, au service du vivre ensemble.



ENGAGEMENT PROFESSIONNEL

FORMATIONS ET DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

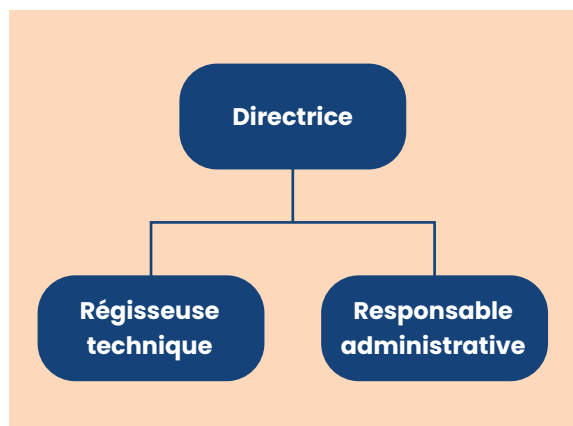
Le développement professionnel des salariés est au cœur de notre stratégie RH. En 2024, plusieurs formations ont été dispensées à l'équipe permanente :

- **Hygiène alimentaire** (P. Tauzin),
- **Management d'équipe** (P. Tauzin),
- **Accroche et levage** (M. Hulmann).

Ces formations renforcent les compétences techniques et managériales, permettent une meilleure autonomie des équipes et contribuent à **la qualité des services proposés** au public, aux artistes et aux partenaires.

CONTINUITÉ ADMINISTRATIVE ASSURÉE

Suite au départ de notre responsable administrative en novembre 2024, une transition fluide a été assurée grâce à une intérimaire expérimentée, avant le recrutement en janvier 2025 d'un nouveau **Responsable Administratif et Financier**. Cette réactivité a permis de **maintenir la continuité des services supports**, sans impact sur l'organisation générale ou la qualité de gestion.



PRESTATAIRES : VERS UNE AMÉLIORATION DES CONDITIONS DE TRAVAIL

Aucune action concrète n'a été menée en 2024 sur les conditions de travail des prestataires, mais **un diagnostic des besoins est en cours**. L'objectif pour 2025 est d'identifier des leviers d'action en matière **d'ergonomie, sécurité, circulation sur site et cohésion**.



CHAPITRE 5
**Technique
et bâtiment**

MAINTENANCE

Les actions

1. ENTRETIEN ET MODERNISATION DURABLES DU ZÉNITH LIMOGES MÉTROPOLE

L'entretien et la modernisation du bâtiment restent des priorités majeures pour garantir la pérennité et la qualité d'accueil du Zénith Limoges Métropole.

Les travaux réalisés à ce jour sont précisés en annexe. Toutefois, malgré les efforts continus d'entretien courant assurés par les équipes du Zénith et les interventions ponctuelles engagées par Limoges Métropole, des signes de vétusté commencent à apparaître, soulignant la nécessité d'un suivi technique renforcé.

Les opérations de maintenance s'inscrivent ainsi dans une double logique : préserver les infrastructures existantes et anticiper les besoins futurs, tout en intégrant pleinement les enjeux du développement durable.

Les contrôles réglementaires des installations techniques du bâtiment (électricité, ascenseurs, systèmes de désenfumage, dispositifs de sécurité incendie, etc.) sont réalisés afin de garantir la conformité aux normes en vigueur

et d'assurer la fiabilité, la sécurité et le bon fonctionnement de tous les équipements.

À ce titre, les actions menées visent à retarder l'apparition des dégradations, mais également à réduire l'empreinte carbone du bâtiment. Cela passe notamment par :

- l'amélioration de l'isolation thermique,
- le remplacement progressif des éclairages énergivores par des systèmes LED
- et l'optimisation de la programmation du chauffage, ajustée aux périodes d'occupation et aux besoins réels du Zénith.

Ces démarches contribuent non seulement à réduire la consommation énergétique globale du site, mais aussi à inscrire le Zénith dans une dynamique plus responsable et durable à long terme.



1. LE JOURNAL DES PANNES

Divers incidents techniques ont été constatés dans le bâtiment du Zénith (plomberie, électricité, chariot élévateur, panneau LED, portail) et ont fait l'objet de réparation tout au long de l'année.

Le bâtiment, âgé de 17 ans, demande un entretien de plus en plus fréquent, ce qui est typique pour une structure vieillissante. Ces pannes justifient les interventions récurrentes et les dépenses croissantes liées au gros entretien et renouvellement (GER).

2. GER – GROS ENTRETIEN RENOUVELLEMENT

Ce tableau montre les dépenses engagées pour entretenir ou réparer les équipements du bâtiment

Poste	Montant HT
Réseaux intégrés	3 558,62 €
Sécurité incendie	8 757,28 €
CVC (chauffage, ventilation, climatisation)	5 440,32 €
Plomberie sanitaire	1 125,31 €
Équipement d'exploitation	18 462,22 €
Matériels & mobiliers	4 338,00 €
Espaces et équipements extérieurs	1 114,50 €
TOTAL	42 796,25 €

Dépenses GER cumulées	Montant HT
2022 S2	8 001,92 €
2023	11 260,26 €
2024	42 796,25 €
TOTAL	62 058,44€

Budget total GER prévu dans le contrat : 141 953 €, soit un solde de 79 894,89 €.

Conformément à l'article 25.2 du contrat, le Délégataire (S-PASS) est chargé d'assurer à ses frais le gros entretien et le renouvellement (GER) des installations mises à disposition. Cela comprend notamment l'électricité, la ventilation, la sécurité incendie, les équipements d'exploitation, etc.

Le montant total des dépenses engagées pour le GER en 2024 s'élève à **42 796 € HT**, avec une concentration des interventions sur les postes techniques clés du bâtiment, en cohérence avec les responsabilités décrites dans le contrat.

Au total, **62 068 €** ont été dépensés en GER depuis le début du contrat en juillet 2022, soit **43,72% des 141 953 € HT prévus au DSP**, ce qui indique une bonne anticipation de l'usure normale du bâtiment, conformément aux engagements du Délégataire.

3. INVESTISSEMENTS

Voici les investissements réalisés en 2024 :

Désignation	Montant HT	Observation
Signalétique	9 559,30 €	5 000 € prévus
Mobilier VIP et aménagement	15 473,58 €	30 000 € prévus
Informatique	944,29 €	
Bornes wifi	6 035,00 €	Non prévu au DSP
Kit visioconférence	3 379,33 €	Non prévu
Aménagement bars publics du hall (2-3-4)	1 610,00 €	Non prévu
Total 2024 :	37 001,50 €	

Dépenses d'investissement cumulées	Montant HT
2022 S2	41 460,62 €
2023	23 414,74 €
2024	31 988,29 €
TOTAL	101 876,86 €

Budget total investissement prévu dans le contrat : 146 628,58 €, soit un solde de 44 751,72 €.

L'article 26 du contrat prévoit que certains investissements sont à la charge du Délégataire dans la limite d'un budget maximum de **146 629 € HT** pour la durée du contrat. Ces investissements concernent l'amélioration, la modernisation ou l'adaptation des équipements.

En 2024, **37 001,50 € HT** ont été investis pour :

- des aménagements (espace VIP),
- des équipements numériques (matériel informatique, wifi, visioconférence),
- de la signalétique et du mobilier.

Certains de ces achats, comme le kit visioconférence ou le wifi, **n'étaient pas prévus initialement dans le DSP**. Depuis juillet 2022, le Délégataire a investi **101 876,86 €**, soit **69,47% du budget total prévu**, ce qui montre une bonne exécution du programme d'investissement fixé contractuellement.

MAINTENANCE

Les actions



4. PROJETS D'INVESTISSEMENTS 2025

Projet	Montant HT
Détecteurs sanitaires et couloirs	25 000 €
Mobilier espace VIP	8 000 €
Signalétique hall + bar	13 000 €
Matériel d'accroche	3 000 €
Matériel informatique	1 000 €

Total estimé : environ 50 000 €

5. CE QUE DIT LE CONTRAT DSP

Le contrat de DSP prévoit une délégation pour une durée de **5 ans (du 1^{er} juillet 2022 au 30 juin 2027)**.

Pendant cette période, **S-PASS est responsable de l'exploitation technique et administrative du Zénith**, dans le respect de plusieurs engagements :

- **Assurer la continuité du service public** (article 20),
- **Gérer les installations** et équipements mis à disposition (article 23),
- **Réaliser le GER à ses frais** (article 25),
- **Assumer certains investissements**, plafonnés à 146 629 € (article 26),
- **Veiller à la conformité, la sécurité et la modernisation du site.**

Les montants engagés à ce jour montrent une gestion cohérente avec les prévisions contractuelles et une anticipation progressive des besoins techniques du site.

Par délibération en date du 18 décembre 2024, Limoges Métropole a validé l'avenant n°1 au contrat de DSP, autorisant une modification du programme initial d'investissements à la charge du délégataire, dans le cadre de l'enveloppe contractuelle de 146 629 € HT prévue à l'article 26 du contrat. Cet avenant permet d'intégrer des dépenses non initialement prévues dans le plan de référence (telles que le kit visioconférence, le mobilier bar ou le wifi), mais jugées nécessaires pour répondre aux besoins d'exploitation, aux évolutions technologiques ou aux demandes spécifiques du délégant.

Il acte également les ajustements liés aux coûts constatés sur certains postes (ex. signalétique) tout en maintenant le respect du plafond budgétaire fixé.



CONSOMMATION DE FLUIDES

Selon l'article 15.5, le Déléataire est tenu de suivre et analyser les consommations d'énergie et de fluides. Ces données doivent être transmises dans les rapports d'activité, et intégrées dans une démarche d'amélioration continue.



ÉVOLUTION DU COÛT DU GAZ ET DE L'ÉLECTRICITÉ			
Coût annuel en € HT	2022	2023	2024
Coût du gaz	35 548	26 870	30 997
Coût de l'électricité	31 656	50 791	54 226
TOTAL	67 204	77 661	85 224
Évolution / n-1	33 %	16 %	10 %
Coût moyen / jour en € HT	2022	2023	2024
Gaz	97	74	85
Électricité	87	139	149
Moyenne par jour occupé	988	1 142	1 167
Moyenne par nombre de manifestations	1 461	1 765	1 853

Entre 2022 et 2024, les dépenses énergétiques totales sont passées de 67 204 € à 85 224 €, soit une hausse de 27% sur trois ans. Cette évolution se découpe en deux temps : une forte augmentation en 2023 (+33%), suivie d'une progression plus modérée en 2024 (+10%). Cette dynamique résulte à la fois d'un contexte de hausse des prix de l'énergie, notamment sur l'électricité, et d'une évolution des usages au sein des productions. Le coût de l'électricité a augmenté de façon continue : 31 656 € en 2022, 50 791 € en 2023, puis 54 226 € en 2024.

Cette hausse importante reflète surtout une inflation tarifaire, mais aussi un recours plus énergivore des dispositifs techniques (écrans, éclairage LED dynamique, systèmes numériques). Le coût moyen par jour pour l'électricité a ainsi progressé de 87 € à 149 € entre 2022 et 2024.

Le gaz, en revanche, a connu une évolution plus irrégulière. Après une baisse marquée entre 2022 (35 548 €) et 2023 (26 870 €), les coûts sont repartis à la hausse en 2024, atteignant 30 997 €.

Les indicateurs de coût moyen par jour occupé confirment cette tendance : ils passent de 988 € en 2022 à 1 142 € en 2023, puis à 1 167 € en 2024. Cette augmentation traduit à la fois l'impact des prix et une évolution des besoins techniques des spectacles. La moyenne par manifestation suit une courbe comparable, atteignant 1 853 € en 2024 contre 1 461 € en 2022. En 2024, la consommation atteint 340 MWh pour le gaz, 277 MWh pour l'électricité, et 826 m³ pour l'eau.



CHAPITRE 6
**Comptes
d'exploitation
& chiffres clés**

L'ANALYSE

financière

Au cours de l'année **2024**, le **Zénith Limoges Métropole** a poursuivi sa dynamique de croissance, dans un contexte où les grandes infrastructures culturelles conservent un **modèle économique plus solide** que celui des équipements de taille moyenne. Ce mouvement est porté par une tendance de fond dans le secteur du **spectacle vivant** : les tournées se réduisent, mais les productions privilégient les **salles à grande jauge** comme les **Zéniths**, avec des séjours plus longs et des dispositifs **de vente de plus en plus anticipés**. À Limoges, les **événements privés** viennent compenser cette tendance. Cela se traduit par **un nombre total d'événements et de manifestations en hausse** sur les trois dernières années, **une fréquentation qui se stabilise autour de 98 000 spectateurs annuels** (dont 4076 gratuits, soit approximativement 135 invitations par spectacle), soit une moyenne de **2 300 personnes par date**, et un **prix moyen du billet de 46 €**, avec des écarts marqués selon les productions, allant de **40 € pour des ballets classiques à près de 90 € pour certains concerts grand public comme Gims**.

Dans ce contexte, le **chiffre d'affaires net du Zénith atteint 1 242 639 € en 2024**, en **progression de 8,8 % par rapport à 2023**. Cette croissance repose avant tout sur **l'essor des prestations annexes et de la restauration/bar**, qui répondent à la fois à une demande du public pour une expérience enrichie et à la stratégie du délégataire de valoriser chaque segment d'activité. Les **ventes de marchandises (bars, snacking, restauration)** augmentent ainsi de **32,4 %**, atteignant **163 K€**, grâce à **l'élargissement de l'offre, l'introduction de nouveaux produits, trois événements** à fort potentiel de consommation et le **renforcement des équipes en période de forte affluence**. Les **prestations refacturées progressent également**, en lien avec le développement des événements, tandis que la **location brute de la salle** est en léger recul, passant de **481 K€ à 413 K€**, en raison d'un nombre **moins élevé de grandes jauges qu'en 2023**, année **exceptionnellement dense** (en termes de jauge).

Sur le plan des charges, l'année **2024** a été marquée par une **hausse globale de 12 %**, les **charges d'exploitation atteignant 1 397 282 €**, contre **1 229 770 € l'an passé**. Les postes liés à **l'entretien et aux réparations enregistrent une progression significative (+47 %)**, traduisant et confirmant les **besoins croissants d'un bâtiment âgé de 17 ans**.

Grâce à la **maîtrise de cette structure de charges** et à la **progression normale de l'activité**, le **résultat d'exploitation reste très satisfaisant**. Il s'élève à **122 896 €**, contre **165 872 € l'exercice précédent**, soit un **léger repli**, dû aux **charges accrues sur la maintenance et les sous-traitants**. Le **résultat net 2024 ressort ainsi à 126 352 €**, très proche de celui de **2023**, confirmant la **stabilité économique du Zénith** et la **solidité de son modèle dans le cadre du contrat de DSP**.

Ainsi, les **comptes 2024** traduisent non seulement une **santé financière positive globale**, mais aussi une **gestion cohérente avec les obligations du contrat de DSP** : le **service public est assuré avec continuité**, les **engagements de modernisation sont tenus**, et les **résultats permettent à la fois d'investir, d'entretenir et de reverser à la collectivité les fruits d'une exploitation efficiente (98 885 € d'intéressement et 4132,02 € de redevance variable)**. À la lumière de ces éléments, les **perspectives 2025 sont encourageantes**, avec une **hausse de 13 % du nombre de journées de location déjà prévues**, confirmant **l'attractivité du site** et la **pertinence de la gestion en place**.

Notons, **l'indexation prévue par le contrat de DSP** a été appliquée à hauteur de **4,88 % pour les tarifs 2024 par rapport à 2023**. Par délibération du **14 décembre 2022**, une **hausse exceptionnelle de 25 % des tarifs des fluides** avait été décidée pour faire face à **l'augmentation des prix de l'énergie**. Cette hausse ayant été jugée **temporaire**, une **baisse de 10,5 % a été appliquée en 2024** afin de ramener les tarifs à un **niveau conforme à l'évolution normale des indices d'indexation**.

SPECTACLES	2022	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023	CEP 2024	RÉALISÉ 2024 / CEP
Nombre de spectacles	32	35	33	-6%	35	94%
Nombre de spectateurs	68 603	87 625	76 761	-12%	84 869	90%
Nombre de spectateurs payants	64 800	83 304	72 685	-13%		
Nombre de spectateurs gratuits	3 803	4 321	4 076	-6%		
Prix moyen du billet ht	45	48	48	0%		
Fréquentation moyenne par spectacle	2 025	2 380	2 203	-5%	2 479	89%
ÉVÉNEMENTS PRIVÉS	2022	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023	CEP 2024	RÉALISÉ 2024 / CEP
Nombre de manifestations	6	6	8	33%	5	160%
Nombre de participants	3 640	5 710	11 609	103%	3 900	298%
SALONS	2022	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023	CEP 2024	RÉALISÉ 2024 / CEP
Nombre de manifestations	5	2	3	50%	2	150%
Nombre de participants payants et gratuits	4 585	2 550	8 231	223%	2 800	294%
ÉVÉNEMENTS SPORTIFS	2022	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023	CEP 2024	RÉALISÉ 2024 / CEP
Nombre de manifestations	1	0	-		1	0%
Nombre de participants payants et gratuits	3 917	0	0		4 387	0%
AUTRES UTILISATIONS	2022	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023	CEP 2024	RÉALISÉ 2024 / CEP
Résidence d'artiste	1	0	-			
SERVITUDES	2022	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023	CEP 2024	RÉALISÉ 2024 / CEP
Nombre de manifestations	1	3	2	-33%		
Nombre de participants	3 581	1 217	1 503	24%		
JOURS D'OCCUPATION	2022	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023	CEP 2024	RÉALISÉ 2024 / CEP
Pour les manifestations	48	45	52	16%	43	121%
Pour les montage /démontage /répétition	20	24	21	-15%	19	108%
CHIFFRES D'AFFAIRES	2022	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023	CEP 2024	RÉALISÉ 2024 / CEP
CA locatif	430 812	440 277	413 202	-6%	376 898	110%
CA prestations annexes et autres produits (merchandising - partenariat)	408 333	564 158	607 991	8%	413 810	147%
CA manifestations total	839 145	1 004 435	1 021 193	2%	790 708	129%
BUVETTES	2022	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023	CEP 2024	RÉALISÉ 2024 / CEP
CA des buvettes	92 742	110 319	162 817	48%	144 190	113%
Prix moyen du panier	1,43	1,32	2,24	69%	1,70	132%
PERSONNEL	2022	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023	CEP 2024	RÉALISÉ 2024 / CEP
Volume horaire des permanents	4 333	4 709	4 592	-2%	2 466	186%
Volume horaire des intermittents	1158	992	882	-11%	544	162%
Volume horaire des vacataires	7 886	9 268	10 096	9%	4 529	223%
Heures de travail en insertion réalisées	2297	3888,1	2 969	-24%	1001	297%
BÂTIMENT	2022	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023	CEP 2024	RÉALISÉ 2024 / CEP
Coût du gaz	35 548	26 870	30 997	15%	26 142	119%
Coût de l'électricité	31 656	50 790	54 226	7%	19 250	282%
Coût d'entretien du bâtiment P2-P3	69 416	54 361	55 547	2%	40 816	136%
NOMBRE D'ABONNÉS	2021	2023	2024	ÉVOLUTION 2024/2023	CEP 2024	RÉALISÉ 2024 / CEP
Newsletter	5 413	5 635	6 730	19%	5 710	118%
Instagram	2 116	2 572	3 300	28%	1 763	187%
Facebook	13 258	14 037	14 802	5%	12 457	119%

Lovely Xmas Party
Zénith Limoges Métropole



CHAPITRE 7
Perspectives

EXPLOITATION

Perspectives

UNE ANNÉE RICHE EN SPECTACLES !

L'année 2025 s'annonce comme une nouvelle étape structurante pour le Zénith Limoges Métropole, avec **43 spectacles déjà confirmés sur 45 journées d'exploitation, 13 jours de montage et 9 événements économiques répartis sur 21 jours**. Ces chiffres témoignent d'un niveau d'activité soutenu, qui devrait permettre d'atteindre, voire de dépasser, les excellents résultats enregistrés en 2024 – sans compter les nombreuses options encore en discussion pour le dernier trimestre.

Si la programmation des têtes d'affiche nationale continue de se recentrer sur les grandes métropoles, l'offre 2025 reste particulièrement riche, variée et populaire, avec de nombreuses soirées déjà complètes ou très prisées. Parmi les têtes d'affiche attendues : **Artus, La Tournée du Trio, Star Academy, Gad Elmaleh, Julien Doré, David Hallyday, Pierre Garnier, Élodie Poux, Amir, Jean-Louis Aubert, Les Bodin's, Véronique Sanson, Lamomali de M** et bien d'autres.



Le retour en force de la variété française et des **humoristes à large public** marque cette nouvelle saison, qui mêle concerts intimes et shows spectaculaires, avec une fréquentation soutenue dès l'ouverture des billetteries. À noter également le très bon démarrage des ventes pour **Véronique Sanson**, spectacle très attendu qui devrait faire salle comble.

Sur le plan économique et événementiel, plusieurs partenaires fidèles reconduisent leur présence, parmi lesquels : **le Forum des Métiers, l'ENSIL, Vinifrance, le Trophée des Entreprises, Studyrarna, le Salon CSE**, ou encore **le Carrefour des Métiers de Bouche**. Ces événements, en ancrant leur calendrier au Zénith, renforcent **la place stratégique de la salle dans l'écosystème économique local**.

Une saison riche en émotions qui promet de faire vibrer toutes les générations au Zénith Limoges Métropole.

2026

DES PROMESSES DE HAUT NIVEAU

La dynamique se poursuivra en 2026, avec déjà plusieurs **grands noms annoncés : Kendji Girac, Messmer, les Chevaliers du Fiel, Louane**, très attendue après son passage qui sera remarqué à l'Eurovision, mais aussi **M. Pokora** et **Jarry**, pour des shows à fort potentiel de fréquentation. Les revivals générationnels à succès ne seront pas en reste avec **Génération Céline, Goldman, Balavoine** ou encore les années 80.

Autre événement marquant : **la première édition de Shen Yun** à Limoges, qui sera présent pour **3 représentations**, confirmant l'intérêt local pour les spectacles culturels d'envergure internationale.

LES ACTIONS 2025

En 2025, de nombreuses actions concrètes seront engagées afin d'améliorer l'expérience spectateur et moderniser nos équipements

DÉVELOPPEMENT DES ESPACES BARS

L'année 2025 sera marquée par l'embellissement et la modernisation de nos bars. Une attention particulière est portée à la diversification de l'offre, avec l'introduction d'un **bar premium** proposant des produits exclusifs.

Des **animations festives** rythmeront l'année : Saint-Valentin, Carnaval, Saint-Patrick, Pâques, Muguet de mai, Fête des mères et Fête des pères, pour renforcer la convivialité autour des concerts.

AMÉNAGEMENTS SPECTATEURS

Deux écrans géants seront installés dans le hall pour mieux informer les spectateurs (restauration, animations, signalétique).

L'ESPACE VIP

L'espace **VIP** né en 2024 verra également son offre renforcée avec une attention portée à l'accueil et au confort des invités.

Nous poursuivrons également notre démarche de collaboration avec les entreprises locales, dans le double objectif d'élargir notre offre en produits régionaux et de renforcer notre réseau de partenaires.

ÉVOLUTIONS TECHNIQUES ET BÂTIMENTAIRES

Des évolutions techniques et bâtimentaires sont en cours afin d'optimiser la gestion des équipements et améliorer la performance énergétique. Le hall étant équipé de néons basse consommation, le passage en Led se fera au rythme des besoins de remplacement. Par contre, des détecteurs de présence ont été installés au premier trimestre 2025 dans les sanitaires publics et les couloirs des loges. Un projet de GMAO est actuellement à l'étude pour une mise en place à partir de 2025/2026, dans le but d'optimiser la maintenance.

COMMUNICATION ET DIGITAL

Nous renforçons notre présence digitale avec une stratégie ambitieuse sur les **réseaux sociaux** : davantage de publications, stories immersives et contenus engageants.

Le **site internet** évoluera avec de nouvelles fonctionnalités : notifications, pop-ups dynamiques, infos pratiques enrichies, widget de panier expiré, statistiques d'intérêt, et bien plus encore.



PROGRAMMATION 2025

L'année en un coup d'œil



- Spectacle
- Répétition
- Montage / Démontage
- Événementie
- Sport
- Servitude
- Annulation
- Report
- Maintenance

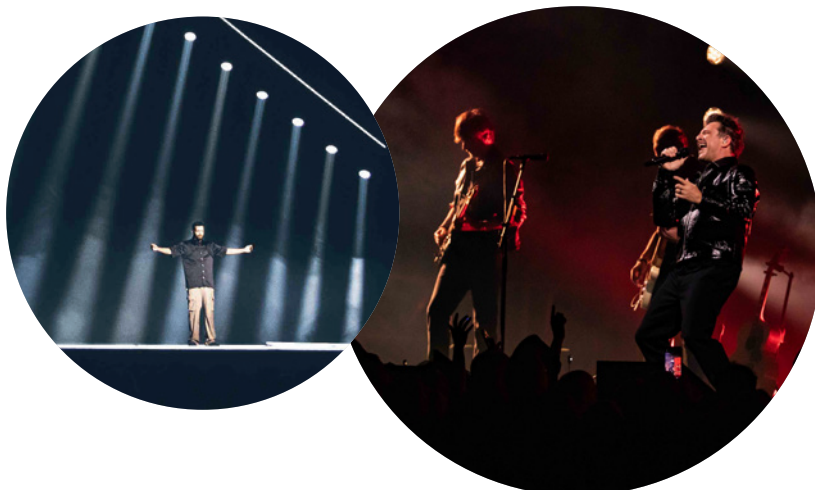
JANVIER	FÉVRIER	MARS	AVRIL	MAI	JUIN
M 1	S 1 RDD ENSIL ENSCI	S 1	M 1	J 1	D 1
J 2	D 2	D 2	M 2 Lords Of The Sound	V 2	L 2
V 3	L 3	L 3	J 3 Electro Symphonique	S 3	M 3
S 4	M 4	M 4	V 4 Waly Dia	D 4	M 4
D 5	M 5	M 5	S 5 Celtic Legends	L 5	J 5
L 6	J 6	J 6	D 6	M 6	V 6 Dany Boon
M 7	V 7	V 7	L 7	M 7	S 7
M 8	S 8 500 voix	S 8 Queen Extravaganza	M 8	J 8	D 8
J 9	D 9	D 9	M 9	V 9	L 9
V 10	L 10	L 10	J 10	S 10	M 10
S 11	M 11	M 11	V 11	D 11	M 11
D 12	M 12	M 12	S 12 Julien Doré	L 12	J 12
L 13	J 13 Elodie Poux	J 13 Rootersiders	D 13	M 13	V 13
M 14	V 14 Salon ViniFance 2025	V 14 Soprano	L 14	M 14	S 14
M 15	S 15 Salon ViniFance 2025	S 15 Gad Elmaleh	M 15	J 15	D 15
J 16 Vœux Limoges Métropole	D 16 Salon ViniFance 2025	D 16 So Floyd	M 16	V 16 Les Comédies Musicales	L 16
V 17 Le Boléro de Ravel	L 17	L 17	J 17	S 17	M 17
S 18	M 18	M 18 Lac des Cygnes Indigo	V 18	D 18	M 18
D 19	M 19	M 19 The Bootleg Beatles	S 19	L 19	J 19
L 20	J 20	J 20 Stermusical	D 20	M 20	V 20
M 21	V 21	V 21 Requiem pour un fou	L 21	M 21 Le Lac des Cygnes	S 21
M 22	S 22 Ines Reg	S 22	M 22	J 22	D 22
J 23 Forum des Métiers FFB Forum des Métiers FFB	D 23	D 23	M 23	V 23	L 23
V 24 Forum des Métiers FFB	L 24	L 24 Le Ballet National de Géorgie Sukhishvili	J 24	S 24	M 24
S 25 Forum des Métiers FFB	M 25	M 25	V 25 Tsamere - Ferrari - Lecaplain	D 25	M 25
D 26 Vitaa	M 26 Artus	M 26	S 26	L 26	J 26
L 27	J 27	J 27	D 27	M 27	V 27
M 28	V 28 Tournée Star Academy	V 28 Messmer	L 28	M 28	S 28
M 29		S 29	M 29	J 29	D 29
J 30 Cirque Phénix - Cirkofrika		D 30	M 30	V 30	L 30
V 31		L 31		S 31 Pierre Garnier	





- Spectacle
- Répétition
- Montage / Démontage
- Évènementie
- Sport
- Servitude
- Annulation
- Report
- Maintenance

JUILLET	AOÛT	SEPTEMBRE	OCTOBRE	NOVEMBRE	DÉCEMBRE
M 1	V 1	L 1	M 1	S 1	L 1
M 2	S 2	M 2	J 2	D 2	M 2
J 3	D 3	M 3	V 3	L 3	M 3
V 4	L 4	J 4	S 4	M 4 Véronique Sanson	J 4
S 5	M 5	V 5	D 5	M 5	V 5 Helldebert
D 6	M 6	S 6	L 6	J 6	S 6
L 7	J 7	D 7	M 7	V 7 -M-	D 7
M 8	V 8	L 8	M 8	S 8	L 8
M 9	S 9	M 9	J 9	D 9	M 9
J 10	D 10	M 10	V 10 The World of Queen	L 10	M 10
V 11	L 11	J 11	S 11 L'héritage Goldman	M 11	J 11
S 12	M 12	V 12	D 12	M 12	V 12
D 13	M 13	S 13	L 13 The Dire Straits Experience	J 13	S 13
L 14	J 14	D 14	M 14	V 14 Disney en concert	D 14
M 15	V 15	L 15	M 15	S 15 Le Gang des Chieuses	L 15
M 16	S 16	M 16	J 16	D 16	M 16
J 17	D 17	M 17	V 17 Studyrama 2025	L 17	M 17
V 18	L 18	J 18 Les Bodin's	S 18 Studyrama 2025	M 18	J 18
S 19	M 19	V 19 Les Bodin's	D 19	M 19	V 19
D 20	M 20	S 20 Les Bodin's	L 20	J 20	S 20
L 21	J 21	D 21 Les Bodin's	M 21	V 21 MMA TEAM KAMI	D 21
M 22	V 22	L 22 Salon CSE	M 22	S 22 MMA TEAM KAMI	L 22
M 23	S 23	M 23 Salon CSE	J 23	D 23	M 23 Carmina Burana
J 24	D 24	M 24	V 24	L 24	M 24
V 25	L 25	J 25	S 25	M 25	J 25
S 26	M 26	V 26	D 26	M 26 Jean-Louis Aubert	V 26
D 27	M 27	S 27	L 27	J 27	S 27
L 28	J 28	D 28	M 28	V 28	D 28
M 29	V 29	L 29 Forum Enedis	M 29	S 29 Ahmed Sylia	L 29
M 30	S 30	M 30 Forum Enedis	J 30 Amir	D 30	M 30
J 31	D 31		V 31		M 31





Zénith

LIMOGES MÉTROPOLE

SNC ZENITH DE LIMOGES

16 avenue Jean Monnet • 87100 Limoges
Tél. 01 70 83 19 00 • www.zenithlimoges.com



19 Avenue de Messine - 75008 Paris
www.s-pass-tse.com



Limoges
Métropole
Communauté urbaine

