

# *Zénith*

LIMOGES MÉTROPOLE

RAPPORT D'ACTIVITÉ

## 2025



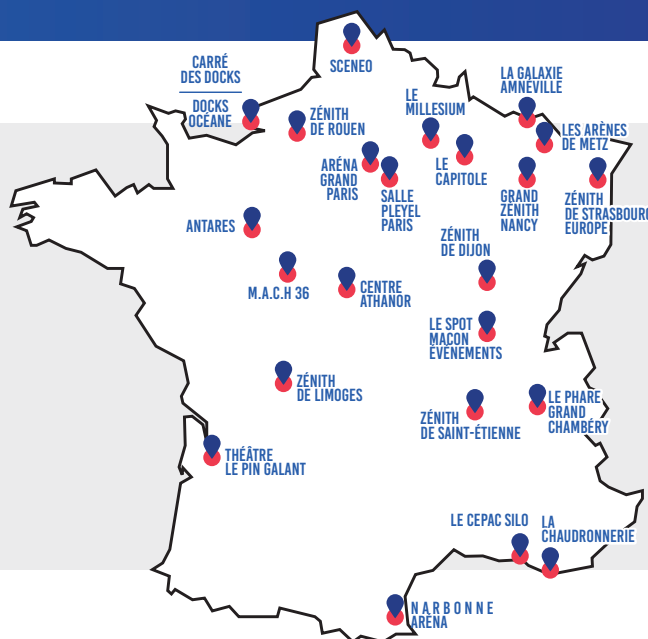
 **Limoges  
Métropole**  
Communauté urbaine

## NOTRE EXPERTISE

s.pass est un acteur français de référence dans la gestion et l'animation d'équipements culturels, événementiels et sportifs sur l'ensemble du territoire. Doté d'une expertise reconnue et sans cesse renouvelée, le groupe accompagne les collectivités territoriales dans l'exploitation, la valorisation et le développement de leurs équipements, principalement dans le cadre de délégations de service public.

### NOTRE RÉSEAU

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



**23**

lieux

**200**

collaborateurs

**4,5 M**

de spectateurs  
/ visiteurs

**1700**

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.

**64%**

concerts  
& spectacles

**21%**

tourisme d'affaires  
& événements  
économiques

**9%**

événements  
sportifs

**6%**

foires  
& salons

## ACQUISITION DE S.PASS PAR LE GROUPE GL EVENTS

Depuis juin 2025, FIMALAC ENTERTAINMENT HOLDING a engagé des négociations exclusives avec le Groupe GL EVENTS, en vue de la cession de son activité de gestion et d'exploitation de salles de spectacles, de sports et d'événementiels, s.pass.

L'autorité de la concurrence a autorisé cette opération en mars 2026, confirmant ainsi la solidité de ce projet pour les collectivités et pour les secteurs culturels et événementiels.

L'acquisition de **s.pass** par GL EVENTS interviendra dans le courant du premier semestre 2026, renforçant la structuration d'un acteur national majeur dans la gestion de sites, et s'inscrivant dans une vision à long terme pour le développement d'une offre culturelle et événementielle ambitieuse à l'échelle des territoires.

Dans ce contexte, il est important de rappeler que **s.pass** demeure pleinement actif et qu'il reste actionnaire majoritaire au sein de la SNC Zénith de Limoges, garantissant ainsi la continuité et la qualité du service public dans les territoires, et la poursuite des engagements pris auprès des partenaires.

## s.pass

En confiant à **s.pass** 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, une 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 4,5 millions de spectateurs dans nos équipements, de programmer plus de 1700 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 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



### QUALITÉ DE SERVICE ET DE GESTION

Notre professionnalisme et notre rigueur sont reconnues par les certifications ISO 9001 et ISO 20121, avec des processus conçus pour satisfaire nos clients et nos visiteurs avant tout.

*Satisfaction que nous évaluons et analysons régulièrement et qui est un objectif d'amélioration essentiel.*



### CRÉATIVITÉ ET 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.

*Nous exploitons les retours d'expérience et partage que nous permettent nos équipes et le nombre des équipements confiés en délégation.*



### VOLONTÉ D'ANIMATION DES TERRITOIRES

Grâce à une politique de contenu ambitieuse et structurée à l'échelle du groupe SPASS, nous sommes en mesure d'apporter à nos délégants une offre allant bien au-delà de la simple gestion d'un équipement.

*Cette dynamique se traduit par le déploiement d'initiatives renforçant notre ancrage territorial, dans le cadre de notre démarche responsable et partenariale avec de nombreuses structures locales dans notre volonté à contribuer activement à la vie locale.*



### RESPECT DES ENGAGEMENTS ET DES HOMMES

Nos équipes bénéficient d'une image et d'un sérieux portés par ses hommes et ses femmes. Nous investissons dans le respect et la reconnaissance que nous leur devons.

*Nous évaluons la perception des supports et des expertises apportées par le Groupe auprès des équipes. C'est une donnée essentielle à nos décisions.*

## PRÉAMBULE

Dans le cadre de la Concession de Service Public pour l'exploitation et la gestion du Zénith Limoges Métropole du 1<sup>er</sup> 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

Le baromètre du public du spectacle vivant publié en octobre 2025 met en lumière des évolutions qui résonnent directement avec la réalité du Zénith Limoges Métropole et les attentes du public local. Le spectacle vivant conserve une image très positive auprès des Français : il reste associé au plaisir, au partage et à l'émotion, avec plus d'un Français sur deux assistant à au moins un spectacle par an.

Le baromètre montre également que les attentes évoluent vers une **expérience plus globale**. La sortie spectacle ne se limite plus uniquement à la représentation artistique : le public accorde désormais une importance croissante **à l'ambiance, au confort, à la qualité d'accueil et au moment partagé**. Cette évolution se retrouve pleinement au Zénith Limoges Métropole, où **l'expérience spectateur occupe une place centrale** dans l'organisation des événements : développement des espaces bars, VIP, point info, etc.

Dans le même temps, les comportements du public deviennent plus sélectifs : les spectateurs privilégient davantage les événements portés par des **artistes identifiés et populaires**, dans un contexte de vigilance accrue sur les dépenses. Cette évolution accentue les écarts de fréquentation et renforce l'enjeu de **concilier grandes dates attractives et diversité de programmation**.

Le baromètre souligne également l'importance des jeunes publics, très engagés sur les concerts et dont la programmation doit séduire. La saison 2025 du Zénith illustre cette tendance avec le succès de soirées réunissant **Pierre Garnier, Artus, Julien Doré ou encore Soprano**, qui ont su émerveiller leur public par leurs **scénographies grandioses**.

Parallèlement à son activité de spectacles, le Zénith renforce son rôle de **lieu central des grands événements économiques et territoriaux**. Salons, congrès, remises de diplômes de la CCI et de l'ENSIL, forums professionnels ou encore le **Trophée des Entreprises** participent à faire du Zénith un équipement emblématique du territoire, accueillant des événements largement médiatisés. Cette dynamique s'appuie sur des partenariats forts entre le zénith et les acteurs locaux depuis plusieurs années.

Au global, ce sont près de **92 000 spectateurs et 110 000 visiteurs** qui sont venus assister à **39 séances de spectacles et 10 événements économiques**, soit une augmentation de près de **20 % du nombre de séances et de spectateurs** par rapport à 2024. Il faut rappeler toutefois que la programmation reste **cyclique** et dépendante des choix artistiques et des équilibres économiques des tournées.

Dans ce contexte, le rôle d'une salle comme le Zénith évolue. Il ne s'agit plus uniquement d'accueillir des spectacles, mais de **concevoir des expériences complètes**. Par son ancrage territorial, la diversité de ses propositions et l'attention portée à l'expérience des spectateurs, le Zénith Limoges Métropole affirme sa place de **lieu de vie et de rencontres**, au croisement d'attentes parfois contrastées : accompagner le changement en tenant compte du public local, tout en répondant aux réalités d'un territoire et aux équilibres propres à un équipement de cette dimension.



## SOMMAIRE

|                                                                          |       |
|--------------------------------------------------------------------------|-------|
| CHAPITRE 1 : <b>Nos engagements</b> .....                                | p. 7  |
| CHAPITRE 2 : <b>L'exploitation</b> .....                                 | p. 11 |
| CHAPITRE 3 : <b>Communication Online &amp; Offline</b> .....             | p. 23 |
| CHAPITRE 4 : <b>Responsabilité sociétale de l'entreprise (RSE)</b> ..... | p. 35 |
| CHAPITRE 5 : <b>Technique et bâtiment</b> .....                          | p. 41 |
| CHAPITRE 6 : <b>Comptes d'exploitation &amp; chiffres clés</b> .....     | p. 47 |
| CHAPITRE 7 : <b>Perspectives 2026</b> .....                              | p. 51 |



Julien Doré

Zénith Limoges Métropole

© Jonathan Tassin



CHAPITRE 1  
Nos  
engagements



## Le travail réalisé

# S'INSCRIRE DANS UNE DÉMARCHE DURABLE ET D'AMÉLIORATION CONTINUE DES ÉQUIPEMENTS

Dans un **contexte de transition énergétique** et d'évolution du bâtiment, plusieurs actions ont été engagées afin d'améliorer la **performance**, le **confort** et la **durabilité des installations**.

Des **équipements techniques** ont été renouvelés ou optimisés, tandis que des dispositifs visant à **réduire la consommation énergétique** ont été déployés, notamment dans les espaces sanitaires et d'accueil.

Parallèlement, des **améliorations esthétiques et fonctionnelles** ont été apportées, incluant le renouvellement du mobilier des **zones VIP**, l'habillage des **espaces bars** et la modernisation des zones d'accueil. Ces interventions s'inscrivent dans une **logique d'adaptation continue de l'équipement**, au service de la **qualité d'exploitation** et des **enjeux environnementaux**.



## RENFORCER L'ATTRACTIVITÉ DU ZÉNITH PAR UNE EXPÉRIENCE SPECTATEUR RENOUVELÉE

Le **Zénith Limoges Métropole** engage une **transformation profonde de son parcours spectateur** afin d'offrir bien plus qu'un simple spectacle : une **expérience globale, immersive et mémorable** dès les premiers instants. Dès l'entrée, **deux nouveaux écrans de programmation et d'affichage** plongent immédiatement le public dans l'univers de l'événement, portant le hall à **9 écrans**.

Les **espaces bars** ont été entièrement repensés pour devenir de véritables **lieux de vie**. Surmontés chacun d'une **enseigne LED**, ils attirent naturellement le regard et orientent les flux de manière intuitive. **L'offre de restauration** s'est enrichie pour répondre à toutes les envies : un **bar chaud convivial** (croque-monsieur, pizzas, hot-dogs avec option végétarienne), un **bar à cocktails et vins** pour une expérience plus raffinée, ainsi que des **bars mobiles** pour aller au plus près des spectateurs.

Avec la création de **La Terrasse**, nouvel espace VIP, le Zénith franchit une étape supplémentaire en rendant accessible au plus grand nombre une **expérience habituellement réservée aux entreprises**. Pensé comme un lieu de **confort et de convivialité**, cet espace incarne une **nouvelle manière de vivre le spectacle**.



**L'extension des surfaces de vente** (bar 2 systématiquement ouvert, développement de **La Terrasse**, renforcement des bars mobiles) et la **diversification de l'offre** ont permis d'atteindre une **croissance moyenne de +23 % du chiffre d'affaires**, avec près de **200 k€ générés annuellement sur les bars**.

Le souhait de favoriser la **fluidité du parcours spectateur** est au cœur de cette évolution. Le **paiement sans contact**, désormais plébiscité à **80 %**, les solutions d'encaissement mobile **WEEZEVENT** et les terminaux type **SUNMI** permettent d'accélérer les flux, de libérer l'espace de travail et d'offrir un service **plus rapide, plus intuitif, plus confortable**.

À travers cette transformation, le Zénith affirme une **ambition claire** : faire de chaque venue un **moment à part**, où l'expérience dépasse le spectacle pour devenir un **souvenir durable**.



Espace VIP

Zénith Limoges Métropole

© Jonathan Tassin





**CHAPITRE 2**  
**L'exploitation**

# RÉTROSPECTIVE 2025

Rappel des événements clés

01



Janvier  
**VITAA**

02



Février  
**STAR AC**

03



Mars  
**SOPRANO**

04



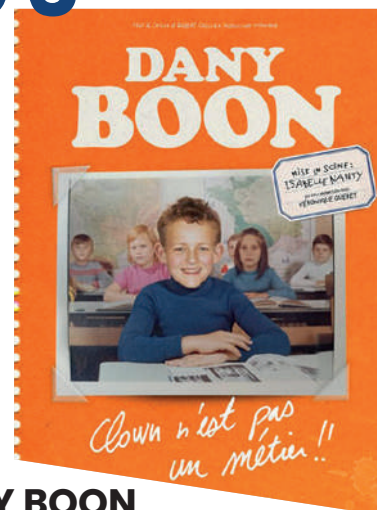
Avril  
**JULIEN DORÉ**

05



Mai  
**PIERRE GARNIER**

06



Juin  
**DANY BOON**





08

Juillet

**DÉVELOPPEMENT TERRASSE**



09

Septembre

**LES BODIN'S**

10



Octobre

**AMIR**

11



Novembre

**LAMOMALI**

12



Décembre

**LOVELY XMAS PARTY**

**110 177**

**PERSONNES**

+12,3% par rapport  
à 2024

**47**

événements

**62,5**

jours  
d'occupation

# LE SPECTACLE

## et l'événementiel

Avec 110 177 spectateurs accueillis sur l'ensemble des 47 événements (49 représentations) qui ont eu lieu au Zénith en 2025, la salle franchit un nouveau cap, enregistrant une progression de +12,30 %.

La fréquentation moyenne atteint **2 344 personnes par événement**, soit **une augmentation de 2,76 %**. En 2025, le **Zénith Limoges Métropole** s'inscrit ainsi dans la dynamique nationale, suivant **l'augmentation globale de la fréquentation du spectacle vivant** estimée à **3 %**, selon les résultats du **baromètre Ekhoscènes**.

Au total, **37 spectacles** ont été proposés, pour **39 représentations**, auxquels s'ajoutent **10 événements économiques** organisés sur **19 jours**. Cette **diversité d'usages** illustre **la montée en puissance du site**, désormais **ancré comme un lieu de vie, de rencontres et d'expériences**, au delà du seul cadre du spectacle.

**110 177**  
**PERSONNES**

ont foulé la grande salle  
du Zénith

**+12,30 %**  
vs 2024

**83,39 %**  
pour  
le spectacle  
**91881**  
spectateurs

**16,61 %**  
pour le MICE  
**18 296**  
visiteurs

**2 344**

**personnes**

fréquentation moyenne  
tous événements  
confondus

**2 483**

**personnes**

fréquentation moyenne  
des spectacles

**37**

**spectacles**

(39 représentations)

**10**

**événements  
économiques**  
(19 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 DE L'HUMOUR ET DE LA DIVERSITÉ AU ZENITH LIMOGES METROPOLE

En **2025**, le **Zénith Limoges Métropole** confirme pleinement son **positionnement culturel** avec une année **intense**, rythmée par des moments de **partage**, d'**émotion** et de **grands succès populaires**.

**L'humour** s'impose comme l'un des **temps forts de l'année**. Porté par des artistes de premier plan tels que Artus, Élodie Poux, Gad Elmaleh, Dany Boon, Waly Dia, Inès Reg, Ahmed Sylla ou encore Les Bodin's – présents pour **trois représentations** –, ce registre a su **fédérer un public large et intergénérationnel**. À lui seul, il représente près de **23 % de la fréquentation annuelle**, illustrant une **tendance de fond**, soutenue par des **tarifs plus accessibles** et une **interaction renforcée** avec les artistes.

La **musique** n'est pas en reste, avec **neuf concerts événements** qui ont marqué l'année, réunissant des artistes majeurs tels que Soprano, Julien Doré, Lamomali, Jean Louis Aubert, Amir, Véronique Sanson pour l'un de ses **rares Zénith**, ou encore la Star Academy. Autant de rendez-vous **fédérateurs** qui ont fait vibrer le Zénith au rythme **d'émotions collectives fortes**.

La **fréquentation moyenne** s'établit à **2 356 spectateurs par représentation (+1,29%)**, tandis que les **grandes productions** atteignent des niveaux particulièrement élevés, avec une moyenne de **5 069 spectateurs**. Ces pics sont portés par les **5 têtes d'affiche** principales comme Lamomali, Julien Doré, Soprano, Pierre Garnier ou Artus. Le concert de Lamomali constitue le **point culminant**, avec **5 607 spectateurs** dans une **salle comble**.





La **baisse de la fréquentation moyenne par spectacle (-2,96 %)** s'explique principalement par **l'augmentation des spectacles à petite jauge (4 spectacles inférieurs à 1 000 spectateurs)**, impactant mécaniquement la **moyenne globale**.

À noter également **8 représentations de danse et ballets**, une **soirée théâtre**, ainsi qu'un **événement sportif marquant** : le **Raiden G Fight**. Cette soirée a su **attirer un nouveau public**, peu habitué au Zénith, démontrant **la capacité du lieu à se diversifier**. Son succès confirme **l'engouement**, avec une **édition 2026 déjà programmée**.

Les **tributes** confirment leur **ancrage durable**, avec des hommages à Queen, Pink Floyd, Johnny Hallyday ou encore Jean-Jacques Goldman.

Enfin, la **Lovely Xmas Party**, pour sa **deuxième édition**, a une nouvelle fois transformé le Zénith en un **espace festif et fédérateur**, attirant un **public jeune** et contribuant à **diversifier les usages du lieu**.

Plus qu'une simple succession de spectacles, **2025** illustre une **dynamique forte** : celle d'un Zénith en **évolution**, capable de **rassembler, innover** et faire vivre **des expériences collectives uniques**.

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, portée par la diversité de l'offre et par une forte demande.**

**69 663**

**Représentations payantes**  
(+ 6 % vs 2023)

**37,9 M**

**Fréquentation totale**  
(+2 % vs 2023)

**45 €**

**Prix moyen du billet**  
(+10 % vs 2023)

**1,6 Md**

**d'euros de recette de billetterie HT**  
(+13 % vs 2023)

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

Source : Étude sur la diffusion live en 2024, Centre National de la Musique

# PROGRAMMATION 2025

L'année en un coup d'œil



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

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

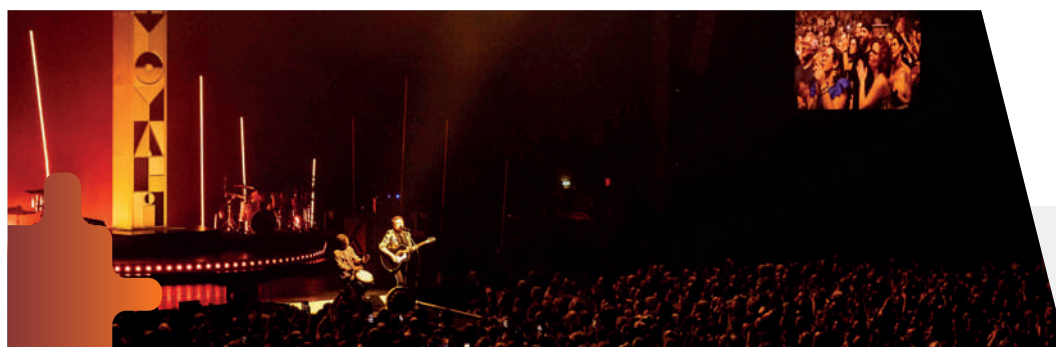






- Spectacle
- Répétition
- Montage / Démontage
- Évènementiel
- Sport
- Servitude
- Annulation
- Report
- Maintenance

| JUILLET     | AOÛT        | SEPTEMBRE                                                               | OCTOBRE                                                                                        | NOVEMBRE                                                                         | DÉCEMBRE                                                                         |
|-------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| M 1         | V 1         | L 1                                                                     | M 1                                                                                            | <b>S 1</b>                                                                       | L 1                                                                              |
| M 2         | <b>S 2</b>  | M 2                                                                     | J 2                                                                                            | <b>D 2</b>                                                                       | M 2                                                                              |
| J 3         | <b>D 3</b>  | M 3                                                                     | V 3                                                                                            | L 3                                                                              | M 3 <span style="background-color: #ffff00;">Trophée des entreprises 2025</span> |
| V 4         | L 4         | J 4                                                                     | <b>S 4</b>                                                                                     | M 4 <span style="background-color: #f08080;">Véronique Sanson</span>             | J 4 <span style="background-color: #90ee90;">Trophée des entreprises 2025</span> |
| <b>S 5</b>  | M 5         | V 5                                                                     | <b>D 5</b>                                                                                     | M 5                                                                              | V 5 <span style="background-color: #a9a9a9;">Heldebert</span>                    |
| <b>D 6</b>  | M 6         | <b>S 6</b>                                                              | L 6                                                                                            | J 6                                                                              | <b>S 6</b>                                                                       |
| L 7         | J 7         | <b>D 7</b>                                                              | M 7                                                                                            | V 7 <span style="background-color: #f08080;">Lamomali</span>                     | <b>D 7</b>                                                                       |
| M 8         | V 8         | L 8                                                                     | M 8                                                                                            | <b>S 8</b>                                                                       | L 8                                                                              |
| M 9         | <b>S 9</b>  | M 9                                                                     | J 9                                                                                            | <b>D 9</b>                                                                       | M 9                                                                              |
| J 10        | <b>D 10</b> | M 10                                                                    | V 10 <span style="background-color: #d3d3d3;">--&gt;The World of Queen</span>                  | L 10                                                                             | M 10                                                                             |
| V 11        | L 11        | J 11                                                                    | <b>S 11</b> <span style="background-color: #f08080;">L'héritage Goldman</span>                 | <b>M 11</b>                                                                      | J 11                                                                             |
| <b>S 12</b> | M 12        | V 12                                                                    | <b>D 12</b>                                                                                    | M 12                                                                             | V 12                                                                             |
| <b>D 13</b> | M 13        | <b>S 13</b>                                                             | L 13 <span style="background-color: #f08080;">The Dire Straits Experience</span>               | J 13                                                                             | <b>S 13</b>                                                                      |
| <b>L 14</b> | J 14        | <b>D 14</b>                                                             | M 14                                                                                           | V 14 <span style="background-color: #d3d3d3;">Disney en concert</span>           | <b>D 14</b>                                                                      |
| M 15        | <b>V 15</b> | L 15                                                                    | M 15 <span style="background-color: #ffff00;">Cérémonie de remise de diplômes de la CCI</span> | <b>S 15</b> <span style="background-color: #f08080;">Le Gang des Chieuses</span> | L 15                                                                             |
| M 16        | <b>S 16</b> | M 16                                                                    | J 16 <span style="background-color: #add8e6;">Cérémonie de remise de diplômes de la CCI</span> | <b>D 16</b>                                                                      | M 16                                                                             |
| J 17        | <b>D 17</b> | M 17                                                                    | V 17 <span style="background-color: #ffff00;">Studyrama 2025</span>                            | L 17                                                                             | M 17 <span style="background-color: #add8e6;">VIP USA Rugby</span>               |
| V 18        | L 18        | J 18 <span style="background-color: #f08080;">Les Bodin's</span>        | <b>S 18</b> <span style="background-color: #add8e6;">Studyrama 2025</span>                     | M 18                                                                             | J 18 <span style="background-color: #ffff00;">Lovely Xmas Party</span>           |
| <b>S 19</b> | M 19        | V 19 <span style="background-color: #f08080;">Les Bodin's</span>        | <b>D 19</b>                                                                                    | M 19                                                                             | V 19 <span style="background-color: #f08080;">Lovely Xmas Party</span>           |
| <b>D 20</b> | M 20        | <b>S 20</b> <span style="background-color: #f08080;">Les Bodin's</span> | L 20                                                                                           | J 20                                                                             | <b>S 20</b> <span style="background-color: #ffff00;">Lovely Xmas Party</span>    |
| L 21        | J 21        | <b>D 21</b> <span style="background-color: #f08080;">Les Bodin's</span> | M 21                                                                                           | V 21 <span style="background-color: #ffff00;">Raiden G Fight</span>              | <b>D 21</b>                                                                      |
| M 22        | V 22        | L 22 <span style="background-color: #ffff00;">Salon CSE</span>          | M 22                                                                                           | <b>S 22</b> <span style="background-color: #f08080;">Raiden G Fight</span>       | L 22                                                                             |
| M 23        | <b>S 23</b> | M 23 <span style="background-color: #add8e6;">Salon CSE</span>          | J 23                                                                                           | <b>D 23</b>                                                                      | M 23 <span style="background-color: #f08080;">Carmina Burana</span>              |
| J 24        | <b>D 24</b> | M 24                                                                    | V 24                                                                                           | L 24                                                                             | M 24                                                                             |
| V 25        | L 25        | J 25                                                                    | <b>S 25</b>                                                                                    | M 25                                                                             | <b>J 25</b>                                                                      |
| <b>S 26</b> | M 26        | V 26                                                                    | <b>D 26</b>                                                                                    | M 26 <span style="background-color: #f08080;">Jean-Louis Aubert</span>           | V 26                                                                             |
| <b>D 27</b> | M 27        | <b>S 27</b>                                                             | L 27                                                                                           | J 27                                                                             | <b>S 27</b>                                                                      |
| L 28        | J 28        | <b>D 28</b>                                                             | M 28                                                                                           | V 28                                                                             | <b>D 28</b>                                                                      |
| M 29        | V 29        | L 29                                                                    | M 29                                                                                           | <b>S 29</b> <span style="background-color: #f08080;">Ahmed Sylia</span>          | L 29                                                                             |
| M 30        | <b>S 30</b> | M 30                                                                    | J 30 <span style="background-color: #f08080;">Amir</span>                                      | <b>D 30</b>                                                                      | M 30                                                                             |
| J 31        | <b>D 31</b> |                                                                         | V 31                                                                                           |                                                                                  | M 31                                                                             |



# BAROMÈTRE DU SPECTACLE VIVANT 2025 - EKHOSCÈNES

## 1. PERCEPTION DU SPECTACLE VIVANT

### Image

positive

**89 %**

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

### Impact

local

**81 %**

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

## 2. FRÉQUENTATION DES SPECTACLES ET FESTIVALS

**55 %**

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

- **49 %** 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** (52 %)
- Voir un **artiste apprécié** (42 %)
- Partager un moment **festif** (42 %)

### Freins

majeurs

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

## 4. ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

**68 %**

des Français considèrent  
cet enjeu important

- **Actions prioritaires attendues** : gestion des déchets (87 %), préservation des sites (86 %), économie d'eau (82 %).
- **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.

# UN SERVICE CLIENT

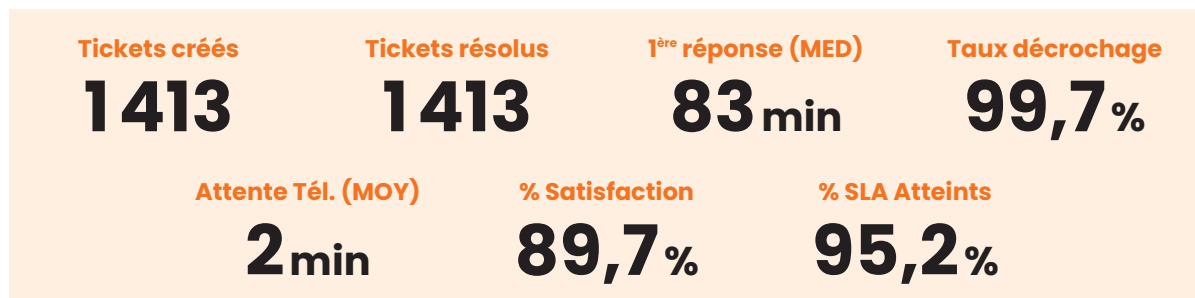
au coeur de notre engagement !

Chez s.pass, 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.

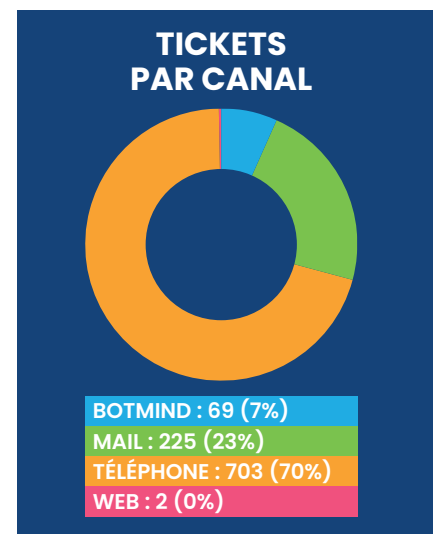
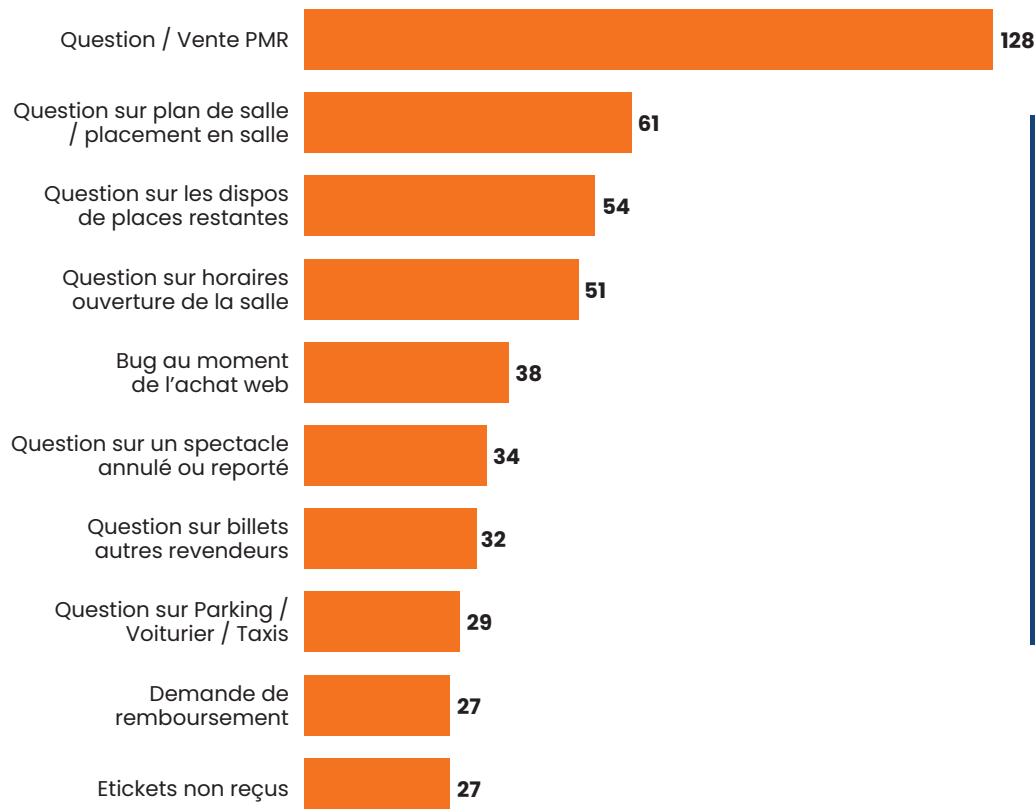
- **Un service dédié aux spectateurs**, composé d'experts passionnés, à l'écoute des besoins de nos spectateurs (par téléphone 6 jours/7)
- **Un chatbot disponible sur notre site web**, pour répondre instantanément aux questions les plus fréquentes.

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).

## CHIFFRES-CLÉS DU ZÉNITH LIMOGES\*



### TOP 10 DE LA RAISON DU CONTACT



\* Données issues du service client



# ZÉNITH LIMOGES MÉTROPOLÉ

Résultats des enquêtes terrain & billetterie

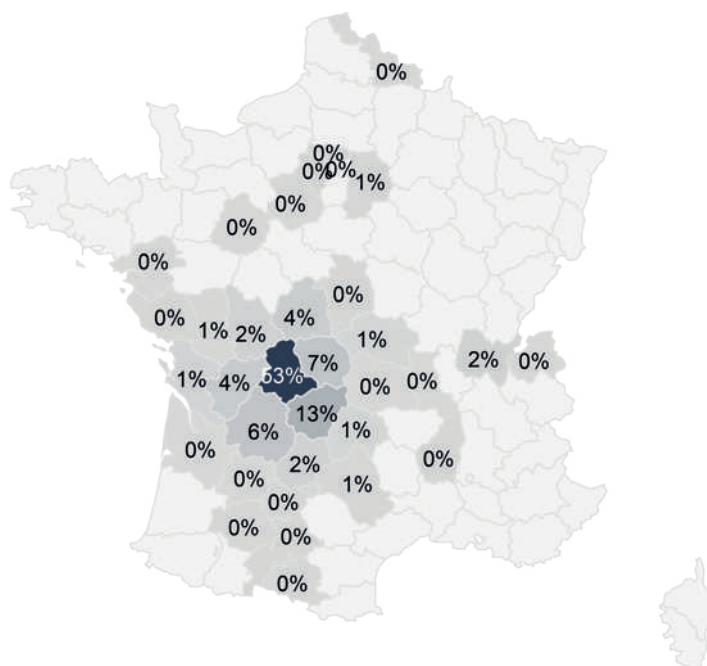
## TYPE DE PUBLIC

### DOMICILIATION

Distance moyenne parcourue



**59,8 km**



## INDICES DE SATISFACTION

**87,2%**

de satisfaction  
globale

**92,5%**

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

**97,25%**

de satisfaction pour  
la qualité générale  
de l'accueil

**96,5%**

de satisfaction pour  
la disponibilité  
des équipes

**95,75%**

de satisfaction pour  
la propreté  
de la salle

**79,75%**

de satisfaction pour  
la convivialité  
et le confort de la salle

**84,25%**

de satisfaction pour  
la programmation  
de la salle

**80,5%**

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 :

**63%**

assistent  
1 à 5 fois par an

**32,8%**

assistent  
pour la 1<sup>ère</sup> fois

**4,2%**

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 SUR LE SITE DE LA BILLETTERIE FIMALAC ENTERTAINEMENT (FE)

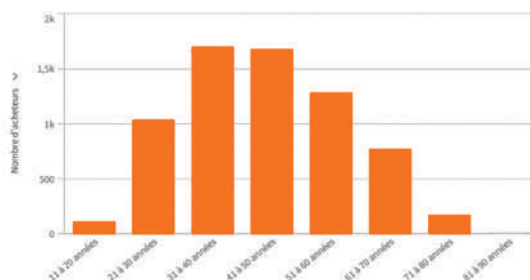
Pour les manifestations tenues en 2025, nous comptabilisons  
6 694 acheteurs pour 15 988 billets.

**6 694**  
**ACHETEURS**  
pour  
**15 988**  
**BILLETS**

### Âge moyen des acheteurs



**44,4 ans**



### Genre des acheteurs



**63,2%**

de femmes

**37,7%**

d'hommes

### Moyenne de billets par commande



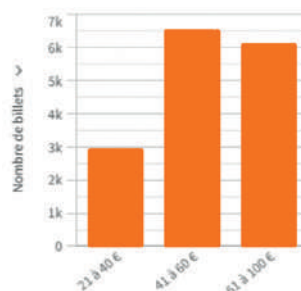
**2,3**  
billets



### Nombre de billet par tranche de prix



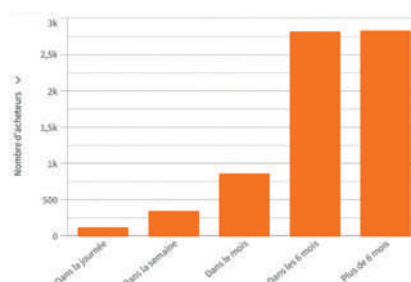
**56,40 €**  
prix moyen



### Anticipation moyenne des achats



**147**  
jours



### Saisonnalité des commandes par mois



Pour les manifestations tenues  
en 2025, le mois de **décembre**  
a généré le plus grand volume  
de billets.







**CHAPITRE 3**  
**Communication  
Online & Offline**

# COMMUNICATION

Digitale

22,7 k

Abonnés  
réseaux sociaux



16,2 k



6,5 k

7,6 k

Abonnés  
newsletter

12 845 k

Base de données clients  
partenaire Rlvaj  
Entertainment

32 %

d'ouverture newsletter  
(Taux moyen)

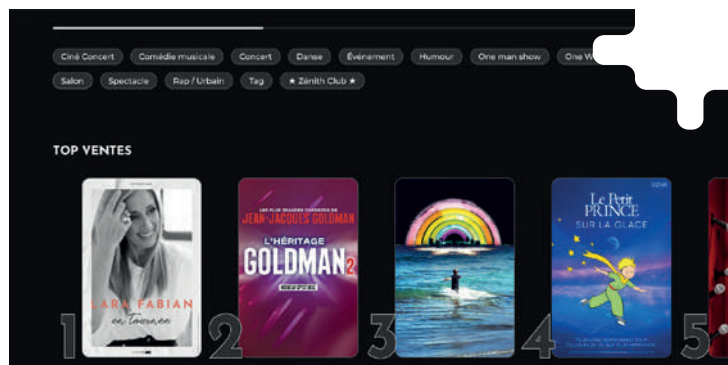
## 1. SITE INTERNET

En **2025**, le site internet **ne se contente plus d'informer : il capte, engage et transforme**. Cette dynamique dépasse la simple hausse de trafic et traduit une **forte montée en puissance de l'attractivité digitale** du Zénith.

Mais c'est le taux **d'engagement de 74,5%** qui marque un véritable tournant. Près de **3 visiteurs sur 4 ne se contentent plus d'une simple visite** : ils **interagissent activement** avec le site, en **consultant plusieurs pages**, en **approfondissant leur navigation** ou en **recherchant des informations précises**.

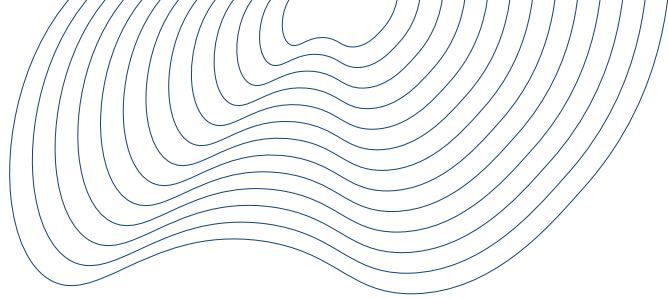
Cette performance repose sur un **travail stratégique en référencement et développement**, mené par S-PASS autour du **suivi**, des **misés à jour** et de **l'accompagnement des spectateurs**, avec pour objectifs :

- Optimiser la conversion
- Réduire les abandons
- Accélérer la décision
- Améliorer l'expérience utilisateur



Aujourd'hui, le site se positionne en **première place sur les moteurs de recherche** pour la quasi-totalité des contenus (spectacles, informations pratiques, services), **devant les plateformes de billetterie**.

Enfin, **la performance économique** confirme cette transformation : **84 579 € de chiffre d'affaires générés** pour **2 361 € investis**, soit **745 transactions** avec un **coût d'acquisition de 3,11€**. La communication **crée désormais de la valeur**.



#### STATISTIQUES 2025 VS 2024

**238 674**

**Utilisateurs**  
qui ont accédé au site

**+43,6 %**

**74,5 %**

**Taux**  
**d'engagement**

**+2,71 %**

**399 449**

**visites**  
sur le site internet

**+46,7 %**

#### Top 5 pages événements les plus vues\* :

• Disney en concert, Artus, Jarry, Kendji et Gims

*\* Hors site billetterie*

#### UTILISATEURS 2025



**34,1 %**  
**d'hommes**

**65,9 %**  
**de femmes**



## 2. RÉSEAUX SOCIAUX

En 2025, les réseaux sociaux occupent une **place centrale** dans la stratégie de communication du Zénith Limoges Métropole. Ils constituent à la fois un **levier de visibilité**, un outil de relation avec les publics et un **vecteur d'acquisition** vers le site internet. La stratégie repose sur une articulation claire entre **notoriété, engagement et conversion**, avec une prise en compte fine des usages selon les plateformes et les générations.

### BILAN DE L'ANNÉE 2025

Les performances enregistrées témoignent d'une montée en puissance significative.

Sur Facebook, la page atteint **2,8 millions de vues**, en progression de **+998 %**, avec **16 500 interactions (+233 %)** et **66 400 visites de profil (+79 %)**. La communauté atteint **15 100 abonnés**, confirmant une croissance continue. Instagram, de son côté, s'impose comme un levier clé auprès des publics plus jeunes, avec **716 000 vues**, **6 500 abonnés (+3 200)**, **8 700 interactions (+100 %)** et **17 300 visites de profil (+169 %)**. Ces résultats traduisent une capacité renforcée à toucher, engager et fidéliser des publics diversifiés.

### POINTS FORTS ET RÉUSSITES

Plusieurs éléments structurants expliquent ces performances.

- la refonte de la stratégie de contenus a permis d'améliorer significativement l'impact des publications.
- L'identification de **formats performants** — photos après spectacle, annonces, concours, teasers, contenus pratiques — a permis de structurer les prises de parole et d'optimiser l'engagement.
- la régularité et la cohérence éditoriale ont renforcé la lisibilité de la communication. Chaque publication s'inscrit désormais dans une **logique globale**, contribuant à créer **une expérience continue pour les publics**.

Par ailleurs, l'analyse des audiences met en évidence une **communauté qualifiée**, majoritairement féminine (66–67 %) et concentrée sur les tranches d'âge 25–44 ans, correspondant aux cibles prioritaires du Zénith.

Enfin, les réseaux sociaux jouent pleinement leur rôle de **levier d'acquisition**, en orientant efficacement les utilisateurs vers le site internet et en participant à la **dynamique globale de fréquentation**.

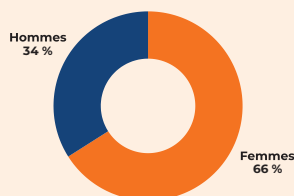
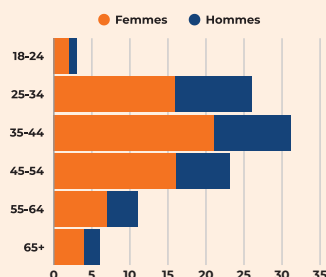
### PERSPECTIVES D'AMÉLIORATION

Malgré ces résultats très positifs, plusieurs axes d'amélioration peuvent être identifiés.

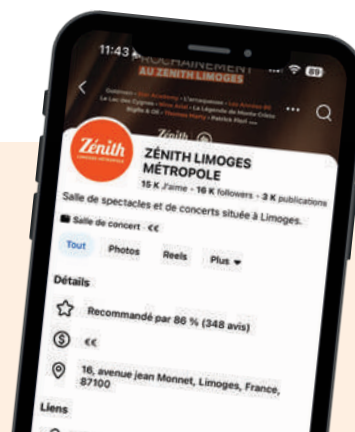
- Le développement de **formats encore plus immersifs** (vidéo, coulisses, formats courts constituant un levier potentiel pour renforcer l'engagement, notamment sur Instagram).
- L'optimisation de la **segmentation des contenus**, en fonction des cibles et des typologies d'événements, permettrait également d'affiner l'efficacité des prises de parole.
- le renforcement de **l'analyse des performances (data-driven)** pourra contribuer à ajuster en continu la stratégie éditoriale et à maximiser l'impact des actions engagées.

## f FACEBOOK

### AUDIENCE 2025



Principales villes de l'audience : Limoges, Brive-la-Gaillarde, Saint-Junien, Guéret, Paris, Panazol, Couzeix, Saint-Yrieix.



### STATISTIQUES 2025 VS 2024

**16,2 k**  
abonnés

**+1,4 k**

**16,5 k**  
réactions

**+129 %**

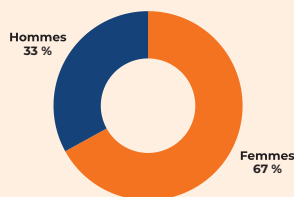
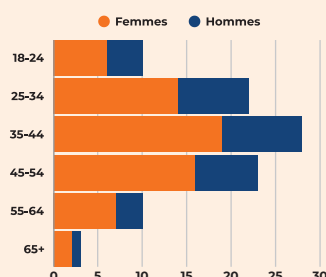
**66,4 k**  
visites de profil

**+30 %**

**2,8 mio**  
vues

## Instagram

### AUDIENCE 2025



Principales villes de l'audience : Limoges, Brive-la-Gaillarde, Panazol, Couzeix, Feytiat, Condat-sur-Vienne, Saint-Junien, Isle.



### STATISTIQUES 2025 VS 2024

**6,5 k**  
abonnés

**+3,2 k**

**8,7 k**  
réactions

**+295 %**

**17,3 k**  
visites de profil

**+125 %**

**716 k**  
vues

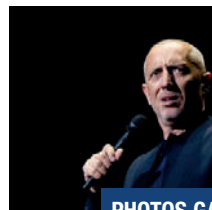
# COMMUNICATION

## Digitale

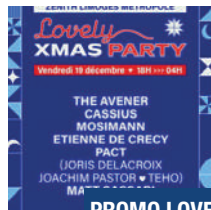
### PUBLICATIONS LES + VUES EN 2025

#### Facebook

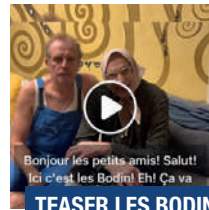
En 2025, plusieurs publications ont particulièrement retenu l'attention et suscité un fort engagement de la part de notre communauté : photos après spectacle, annonces et mises en vente, concours, infos pratiques, actualités, presse et programmation.



PHOTOS GAD ELMALEH



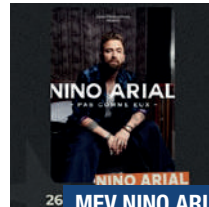
PROMO LOVELY XMAS PARTY



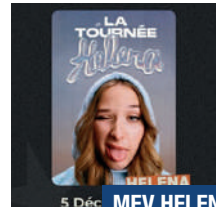
TEASER LES BODIN'S



CONCOURS NOEL



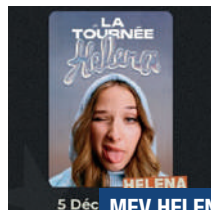
MEV NINO ARIAL



MEV HELENA



JOUR-J TRIO

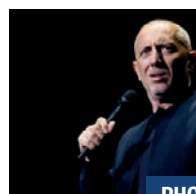


MEV HELENA

#### Instagram

En 2025, plusieurs publications ont particulièrement retenu l'attention et suscité un fort engagement de la part de notre communauté : jeux concours, annonces et mises en vente, photos après spectacles, citations et posts interactifs.

### TYPES DE POSTS LES PLUS PUBLIÉS SUR L'ANNÉE



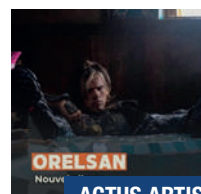
PHOTOS



CITATIONS



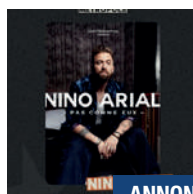
CONCOURS



ACTUS ARTISTES



AGENDAS



ANNONCES



TEASERS



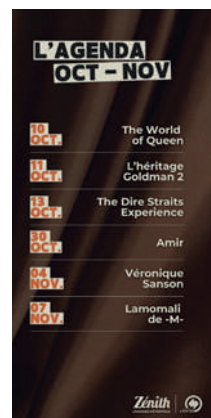
INFOS PRATIQUES

### REFONTE DES FORMATS ET CONTENUS SOCIAL MEDIA !

Pour maintenir des prises de parole pertinentes et performantes, une refonte des formats et des mécaniques de publication a été engagée.

Objectif : proposer des contenus plus engageants, plus lisibles et mieux adaptés aux usages actuels.

Cela se traduit par l'intégration de nouveaux formats interactifs et highlights, ainsi qu'une refonte complète des posts "Jour J", des agendas mensuels et des bannières Facebook.





## CAMPAGNES SPONSORISATION PAYANTES TOTAL SUR L'ANNÉE 2025 + ZOOM NOËL

| Total des dépenses*          | Total des impressions          | Transactions | CPA moyenne   |                 |
|------------------------------|--------------------------------|--------------|---------------|-----------------|
| <b>2 361 €</b>               | <b>401 k</b>                   | <b>745</b>   | <b>3,11 €</b> |                 |
| *20% com Rivage non comprise |                                |              |               |                 |
| <b>C.A. global</b>           | <b>ZOOM CAMPAGNE NOËL 2025</b> |              |               |                 |
| <b>84,5 k€</b>               |                                |              |               |                 |
| Total des dépenses           | Total des impressions          | Transactions | CPA moyenne   | C.A. global     |
| <b>399 €</b>                 | <b>182 k</b>                   | <b>90</b>    | <b>4,4 €</b>  | <b>13 684 €</b> |



## 3. NEWSLETTER

STATISTIQUES 2025 VS 2024

**7 614**  
abonnés

**189 k**  
mails délivrés  
pour 16 newsletters

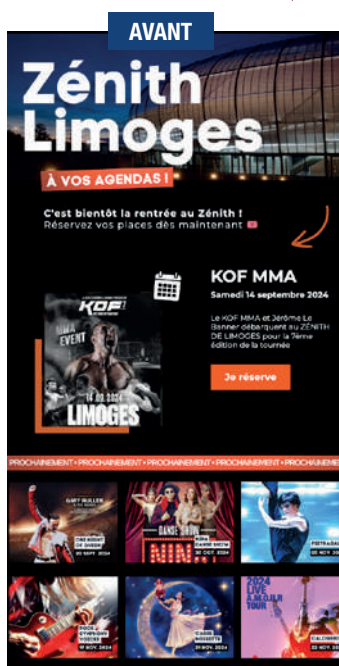
**32 %**  
moyenne  
des taux d'ouverture  
**-10,3 %**

**6 %**  
moyenne  
des taux de clics  
**-24,1 %**



### UNE CHARTE GRAPHIQUE TOTALEMENT REPENSÉE !

Pour renforcer l'impact et la pertinence de nos communications, les formats et la structure de nos newsletters ont également évolué. Objectif : proposer des contenus plus clairs, plus attractifs et mieux adaptés aux usages de lecture actuels. Cela se traduit par une optimisation des templates, une hiérarchisation plus lisible de l'information et une mise en avant renforcée des contenus clés, afin de faciliter la lecture et maximiser l'engagement.



# COMMUNICATION

## Offline

**En 2025, la communication offline\* du Zénith Limoges Métropole prend une nouvelle dimension. Elle ne se limite plus à soutenir la communication digitale : elle vient l'amplifier, la prolonger et l'ancrer dans le réel.**

Dans un environnement où l'attention est de plus en plus fragmentée, le choix a été fait de réinvestir **fortement le terrain**, pour aller à la rencontre des publics, diversifier les points de contact et inscrire le Zénith dans le quotidien des habitants, bien au-delà de ses murs.

Cette stratégie repose sur une conviction forte : c'est dans la **complémentarité entre le digital et le terrain** que se construit une communication réellement performante.

## DES CAMPAGNES D'AFFICHAGE VISIBLES, STRATÉGIQUES ET CIBLÉES

L'année 2025 a été marquée par plusieurs **campagnes d'affichage structurantes**, déployées à des moments clés.

Une première campagne d'envergure a été menée dans les parkings souterrains du centre-ville de Limoges, avec **20 faces d'affichage**, permettant de toucher un public urbain captif dans des zones de passage quotidien.

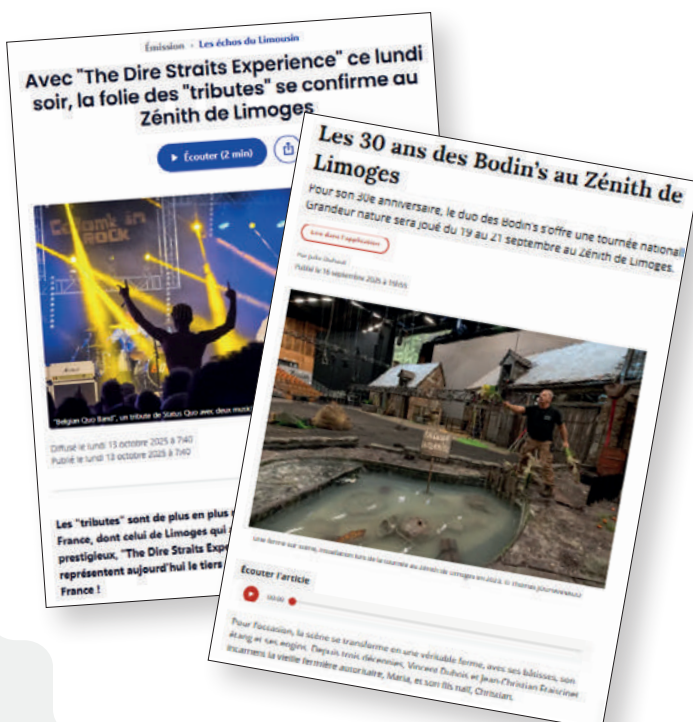
Une **seconde campagne a été déployée rue Louvrier de Lajolais**, sur une période d'un mois, renforçant la visibilité locale dans un environnement stratégique.

Le point culminant de cette stratégie d'affichage reste la **campagne de Noël**, période la plus déterminante en matière de vente de billets. Déployée sur les panneaux digitaux Wancom **pendant un mois, elle a couvert un territoire élargi** : Limoges, Brive, Saint-Junien, Guéret et Objat.

Cette campagne a permis de donner une **visibilité massive à la programmation** dans un moment clé de consommation, en installant le Zénith comme une évidence dans les choix de sorties et de cadeaux.



## UNE PRÉSENCE MÉDIA ET PARTENARIALE STRUCTURANTE



La stratégie offline s'appuie également sur un **travail continu avec les médias et partenaires locaux**.

Le Zénith bénéficie d'une présence **régulière dans les médias du territoire : Limoges Infos 87, Ici Limousin, Flash FM, NRJ Limoges, Limougeotte**, ainsi que dans la presse écrite locale, notamment **Le Populaire du Centre**, qui relaie régulièrement des articles, interviews et jeux concours. Une collaboration renforcée avec **Limoges Infos 87** permet également de mettre en avant **trois spectacles dans chaque numéro**, assurant une **visibilité récurrente et ciblée**.

Des opérations spécifiques ont également été menées, notamment des **jeux concours** avec des associations, des **BDE étudiants**, ou encore des institutions comme le **CHU** ou les **forces de l'ordre**, permettant **d'élargir la portée de la communication** et de toucher des publics variés.

\* En dehors d'internet



## DES PARTENARIATS LOCAUX AU SERVICE DE LA VISIBILITÉ

L'année 2025 a également été marquée par le développement de **partenariats de communication stratégiques**. Des collaborations ont été mises en place avec des acteurs locaux tels que **Fitness Park** (Limoges et Châteauroux), **Elancia**, **Leclerc Zone Nord** ou encore le **Crédit Agricole**, ce dernier étant identifié comme un **partenaire majeur potentiel** pour les années à venir. Ces collaborations se traduisent par la diffusion de notre programmation sur des écrans au sein de leurs structures.

Des dispositifs de visibilité ont également été déployés dans les salles de sport, permettant de toucher un **public actif et régulier**, dans des environnements de proximité.

En parallèle, des partenariats avec des bars et lieux de vie (**La Dalle en Pente**, **Le Delta**, **L'Irlandais**, **Le Times**, **Le Buck'**) ont pris forme par notre initiative propre, notamment lors de l'événement **La Lovely**, avec une volonté affirmée de cibler **les publics de moins de 45 ans**.

## UNE STRATÉGIE TERRAIN AMBITIEUSE : ALLER AU-DEVANT DES PUBLICS

L'un des marqueurs forts de l'année 2025 réside dans le déploiement **d'actions terrain d'envergure** : un groupe d'ambassadeurs a été constitué. Composé de bénévoles, il joue **un rôle clé dans la diffusion de la communication sur le terrain** : distribution de flyers sur les marchés, dans les rues, les commerces et lors d'événements locaux.

Cette présence humaine, directe, crée un lien différent. **Plus proche. Plus concret. Plus impactant.**

Elle permet également de toucher des publics moins présents sur les canaux digitaux, notamment dans les territoires ruraux de la **Haute-Vienne**, de la **Creuse**, de la **Corrèze**, de l'**Indre** et de la **Charente limousine**.

## UNE PRÉSENCE DANS LES LIEUX DE VIE ET DE LOISIRS

La communication offline s'est également déployée dans les **lieux du quotidien et du loisir**.

Une campagne a été menée dans les cinémas **Grand Écran** pendant un mois à Noël, permettant de toucher un **public familial** dans un moment de détente, propice à la projection et à l'achat.

Des affichages ont été installés dans de nombreux commerces, bars et restaurants locaux, renforçant la présence du Zénith dans **l'environnement immédiat des habitants**.

Des opérations événementielles ont également été organisées, notamment lors de la **Foire Expo**, du **Salon du Tourisme** ou encore à travers des jeux concours, contribuant à **multiplier les points de contact** et à créer de la proximité.

## UNE COMMUNICATION QUI DÉPASSE LES MURS DU ZÉNITH

En 2025, le Zénith ne se contente plus d'attendre son public. Il va à sa rencontre. Cette stratégie offline permet de renforcer la notoriété, d'élargir les publics et de consolider l'ancrage territorial. Elle donne au Zénith une présence concrète, visible, incarnée.

Et elle rappelle une évidence : **la communication ne se joue pas uniquement en ligne. Elle se vit aussi sur le terrain.**



# LE RÉSEAU

## du Zénith Limoges Métropole





## PARTENAIRES MÉDIA

Centre France - Chérie FM  
Flash FM - Ici Limousin  
Jordanne FM  
Limoges infos 87  
NRJ



## PARTENAIRES COMMUNICATION

Baptiste Actus - Bee project  
Crédit Agricole - Cultura - Elancia  
Fitness Park - Leclerc - LH87  
Limougeotte - Bières Michard  
Report-e - TCL



## PARTENAIRES ASSOCIATIONS

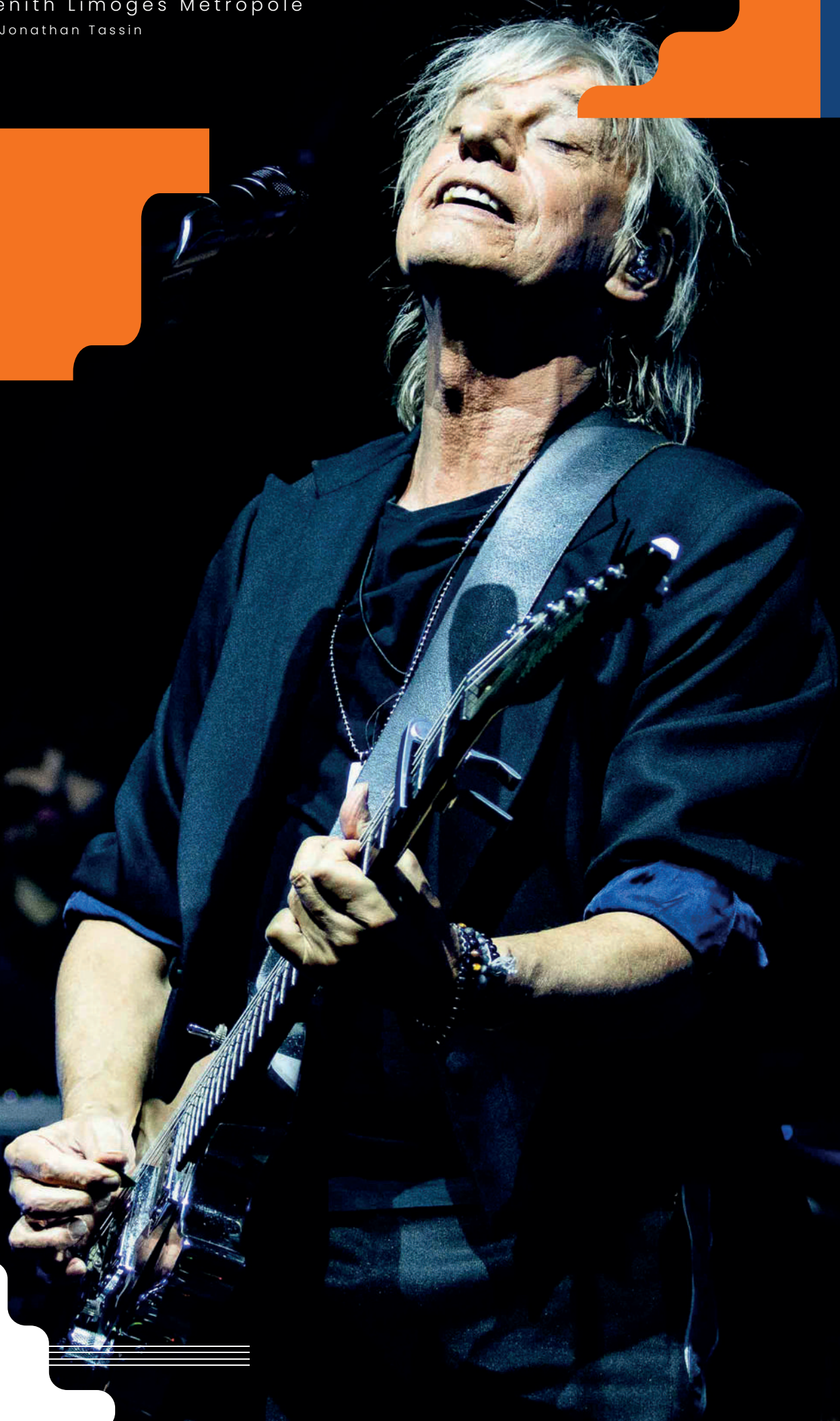
BDE étudiants  
Centre Social de la Bastide  
IEM Couzeix  
La Bonne Assiette  
Restos du Cœur



Jean-Louis Aubert

Zénith Limoges Métropole

© Jonathan Tassin





**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.



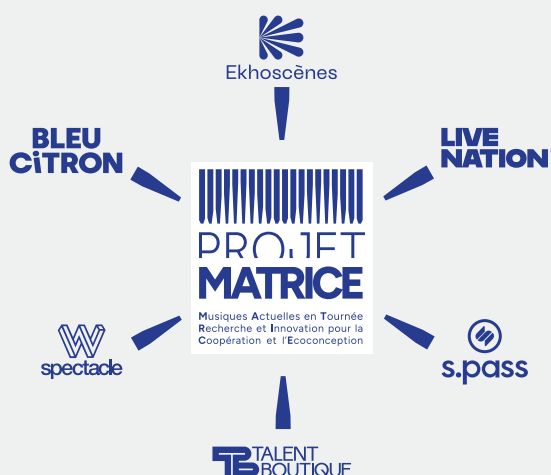
#### SOCIAL

- 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.



**Le Projet M.A.T.R.I.C.E est le point de départ d'une transformation durable et réaliste du secteur du Live en plaçant les producteurs de spectacles au centre de la démarche RSE.**

Porté par Ekoscènes en consortium avec Bleu Citron, Live Nation, s.pass, Talent Boutique, W Spectacle et soutenu par l'État dans le cadre de l'appel à projets « **Soutenir les Alternatives vertes 2** » de **France 2030**, le Projet M.A.T.R.I.C.E est un dispositif de 36 mois mené dans l'esprit d'une recherche-action collective, visant à **transformer durablement la conception et l'organisation des tournées de musiques actuelles** et plaçant les producteurs de spectacles au cœur de la chaîne de valeur.

**Il comporte 2 phases clés de janvier 2025 à décembre 2027 :**

- 1** Une phase d'étude visant l'élaboration d'un référentiel sur les tournées de musiques actuelles et sur leurs impacts environnementaux ;
- 2** Une phase d'expérimentation sur les conditions de faisabilité de la réduction de ces impacts, menée en concertation avec les parties prenantes du secteur et avec leur soutien. Objectiver et structurer une culture commune.

“ La convention du Projet M.A.T.R.I.C.E dit quelque chose d'essentiel. Elle dit que le secteur du spectacle vivant privé ne fuit pas les enjeux, mais bien qu'il les regarde en face. Et surtout, qu'il décide d'agir collectivement à la mise en œuvre de solutions concrètes. ”

Malika Séguineau,  
Directrice Générale d'Ekoscènes



## ENGAGEMENT ÉCOLOGIQUE

### MODERNISATION D'ÉQUIPEMENTS SANITAIRES : UNE RÉDUCTION CONCRÈTE DES CONSOMMATIONS

Dans une volonté de limiter son impact environnemental, l'ensemble des distributeurs de papier essuie-mains a été supprimé au profit de sèche-mains automatiques à basse consommation. Ce dispositif, déployé dans tous les sanitaires du site, y compris en backstage, permet de réduire significativement la production de déchets papier tout en maîtrisant la consommation énergétique.

Par ailleurs, des détecteurs de présence ont été installés dans l'ensemble des sanitaires, y compris dans les zones backstage (hall, couloirs rez-de-chaussée et 1<sup>er</sup> étage). Cette automatisation de l'éclairage permet d'éviter toute consommation inutile et s'inscrit dans une logique globale d'optimisation énergétique des espaces..



### UNE DÉMARCHE CERTIFIÉE AU SERVICE D'UNE GESTION RESPONSABLE

Le Zénith Limoges Métropole s'inscrit également dans une démarche structurée de qualité et de responsabilité, à travers ses certifications ISO 9001 et ISO 20121. Ces référentiels encadrent respectivement la gestion de la qualité et l'organisation d'événements responsables, en intégrant des enjeux environnementaux, sociaux et économiques. Ils permettent de structurer les procédures internes, d'améliorer en continu les pratiques et de mobiliser les équipes autour d'objectifs communs.

Au-delà de la certification, c'est toute une culture d'amélioration continue qui est portée par les équipes, au quotidien. Gestion rigoureuse, animation des équipes, prise en compte des enjeux environnementaux et sociétaux : le Zénith affirme son positionnement comme un équipement de référence, à la croisée des activités culturelles, événementielles, sportives et économiques. Un lieu vivant, performant et engagé, au service du territoire et de ses publics.



### ENGAGEMENT SOLIDAIRE

#### FACILITER L'ACCÈS À LA CULTURE : UNE POLITIQUE ACTIVE DE PLACES SOLIDAIRES

Dans une démarche d'ouverture et d'inclusion, le Zénith a poursuivi en 2025 sa politique de mise à disposition de places solidaires. Au total, 500 places ont été offertes au cours de l'année, soit en moyenne entre 10 et 15 places par spectacle. Ces invitations sont destinées à des publics éloignés de l'offre culturelle : associations, jeunes, structures d'insertion ou encore publics en situation de précarité. Cette initiative permet à chacun de vivre une expérience culturelle forte et contribue à renforcer le rôle du Zénith

#### UN LIEU OUVERT VERS L'EMPLOI ET LA DÉCOUVERTE DES MÉTIERS

Le Zénith s'inscrit également dans les dynamiques territoriales en faveur de l'emploi. À ce titre, il a ouvert ses portes aux Limougeaudois en recherche d'emploi dans le cadre de la Semaine des Métiers du Tourisme organisée par la CCI.

Cette initiative s'est traduite par l'organisation de visites des coulisses et par des temps d'échange autour des métiers du spectacle et de l'événementiel. Elle permet de faire découvrir des professions souvent méconnues et de créer des passerelles entre les habitants du territoire et les opportunités du secteur.



#### INSERTION PROFESSIONNELLE : UN ENGAGEMENT LARGEMENT DÉPASSÉ

L'année 2025 conforte l'engagement du Zénith en matière d'insertion professionnelle. Alors que 1 057 heures étaient prévues contractuellement, ce sont 3 337 heures qui ont été réalisées, soit 316 % de l'objectif initial et 12 % de plus qu'en 2024.

Ces heures ont permis à des personnes éloignées de l'emploi d'intégrer temporairement un environnement professionnel structurant, de développer de nouvelles compétences et de reprendre confiance dans leur parcours professionnel. Ce résultat témoigne d'une volonté forte d'inscrire l'activité du Zénith dans une dynamique sociale concrète et mesurable.

**ORIENTATION** ■ Une semaine dédiée en Haute-Vienne jusqu'au 21 mars

#### Les métiers du tourisme en vitrine

Une vingtaine de Limougeaudois en recherche d'emploi ont participé à la troisième édition de la semaine des métiers du tourisme au Zénith de Limoges, organisée par le ministère de l'Économie et des Finances.

Cette semaine a pour vocation de faire découvrir les métiers du tourisme. Ainsi, Diane, coordinatrice et accompagnatrice de cette Ecole de la deuxième chance, qui travaille avec des personnes en réorientation professionnelle, voit cette semaine comme une opportunité de lutter contre les aprioris. « Beaucoup pensent qu'à Limoges, il n'y a



guère de possibilité de travailler dans le tourisme, alors que c'est faux. On peut très bien vivre du tourisme à Limoges et aux alentours. » D'après le rapport de Terre de Limousin Haute-Vienne (ex-comité départemental du tourisme), le nombre de touristes en Haute-Vienne a ainsi augmenté de 1,5 % entre les périodes estivales de 2023 et 2024. En fin de semaine, d'autres visites sont organisées à l'Aquarium de Limoges, mais aussi à Saint-Léonard-de-Noblat, au Moulin de Gât et aux Pucellaines Carpentier. ■

**Pratique.** Des places sont encore disponibles pour les dates de visites à Saint-Léonard-de-Noblat, info : [stleonard@ccilimoges.fr](mailto:stleonard@ccilimoges.fr)

# ENGAGEMENT PROFESSIONNEL

## RENFORCER LES LIENS : UNE SOIRÉE DÉDIÉE AUX ÉQUIPES, PARTENAIRES PRESTATAIRES ET LES FOULÉES ROSES DU POPULAIRE

Le 3 juillet 2025, le Zénith a organisé une soirée de fin de saison réunissant l'ensemble de ses partenaires et prestataires : équipes de placement, personnels de bar, agents de sécurité, techniciens, équipes d'accroche, contrôle, agences d'intérim ainsi que ses partenaires du quotidien.

Dans le même esprit de cohésion, les équipes intérimaires et celles du Zénith ont également participé aux Foulées Roses du Populaire le 6 avril. Au programme : une course de 5 km, au rythme de chacun, au profit de la Ligue contre le cancer du sein, suivie d'une après-midi conviviale autour d'un grand pique-nique.

Ces temps de partage ont permis de valoriser le travail collectif, de renforcer les liens entre les différentes parties prenantes et de consolider des relations professionnelles inscrites dans une dynamique de collaboration durable.



## FORMATION CONTINUE : UN LEVIER ESSENTIEL DE MONTÉE EN COMPÉTENCES

Le développement des compétences des équipes constitue un axe central de la politique RH. Plusieurs formations ont été suivies au cours de l'année :

- **Pascale Tausin (Cadre)** : formation VHSS, recyclage SSIAP 1, recyclage SST
- **Maryline Hulmann (Agent de Maîtrise)** : recyclage SST, formation aux ensembles démontables
- **Bastien Vaujour (Cadre)** : formation hygiène

Ces actions permettent de renforcer les compétences techniques, réglementaires et organisationnelles des équipes, tout en garantissant un haut niveau d'exigence en matière de sécurité et de qualité de service.

## PRESTATAIRES : VERS UNE AMÉLIORATION DES CONDITIONS DE TRAVAIL

Une attention particulière a été portée au confort et aux conditions de travail des personnels intérimaires et des équipes opérationnelles.

Des actions concrètes ont été mises en place :

- Déploiement de nouveaux terminaux de paiement (TPE) plus ergonomiques, et sans ticket papier limitant les déchets,
- Distribution de denrées alimentaires aux équipes (sandwichs, boissons, produits proches de leur DLC) afin de limiter le gaspillage,
- Attribution de places de spectacles aux intérimaires et agents de sécurité,
- Renouvellement progressif du matériel,
- Mise en place de rotations d'équipes favorisant la polyvalence (bar, cocktails, contrôle, placement),
- Accompagnement à la montée en compétences et intégration des équipes dans les process d'amélioration du fonctionnement.

Au-delà des aspects matériels, ces initiatives participent à une meilleure intégration des équipes et contribue à une dynamique collective plus inclusive.



Julien Doré

Zénith Limoges Métropole

© Jonathan Tassin





**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 menés durant l'année, détaillés en annexe, couvrent un large champ d'actions. Ces opérations s'inscrivent dans une logique double : garantir la continuité d'exploitation et améliorer durablement la qualité d'accueil du site, tout en anticipant les besoins futurs liés au rythme de l'activité alternant périodes fortes et périodes basses.

#### ISO 9001



Les contrôles réglementaires des installations techniques du bâtiment (électricité, sécurité incendie, , équipements de levage, etc.) sont intégrés dans cette démarche, afin d'assurer la conformité aux normes en vigueur et de garantir la sécurité des publics, des équipes et des productions accueillies.

#### 1. LE JOURNAL DES PANNES

Diverses réparations et remplacement ont dû être effectuées tout au long de l'année (remplacement automate CTA, remplacement de cartes satellites, changement du

#### ISO 20121

Par ailleurs, certaines interventions participent directement à la transition environnementale du site. L'installation de sèche-mains électriques dans les sanitaires, en remplacement des sèche-mains manuels avec consommables papier, illustre cette volonté de réduire les déchets. De manière plus globale, les actions menées sur les équipements techniques contribuent à une meilleure maîtrise des consommations et à l'optimisation du fonctionnement du bâtiment.

Ainsi, l'année 2025 confirme une dynamique d'entretien renforcé et structuré, visant à prolonger la durée de vie des installations, améliorer leur performance et inscrire le Zénith Limoges Métropole dans une gestion plus durable et responsable à long terme.

convertisseur et de la batterie du SSI, interventions sur le chariot élévateur, ...) sans que cela entrave le fonctionnement du Zénith.



## 2. GER – GROS ENTRETIEN RENOUVELLEMENT

En 2025, les dépenses de GER s'élèvent à 43 790,58 € HT, portant le cumul depuis le début de la DSP à 105 848,01 €, soit près de 75 % de l'enveloppe globale consommée (141 952,50 €).

Conformément à l'article 25.2 du contrat, s.p. assure à ses frais **le gros entretien et renouvellement (GER)** des installations du Zénith : électricité, ventilation, SSI, sécurité incendie et équipements d'exploitation.

En **2025**, les dépenses GER s'élèvent à **43 790,58 € HT**. Plus de la moitié concerne les interventions de dépannage sur la **GTC** et le **SSI**, auxquelles s'ajoutent **1215,21 € HT** pour le remplacement d'équipements de sécurité incendie et les recharges CO<sub>2</sub> des sparklettes.

D'autres opérations ont également été menées :

- entretien et remise en peinture des **encadrements métalliques du hall** et des **containers backstage** ;
- maintenance du **chariot élévateur** ;
- remplacement des **sèche-mains manuels** par des modèles électriques à **faible consommation**, dans une logique de **réduction des déchets** et de **maîtrise énergétique**.

Depuis juillet 2022, les dépenses GER atteignent 105 848,01 €, soit 74,56 % des montants prévus au contrat.

| Poste                              | Détail                                                                                                                                                                                                               | Montant HT         |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|
| <b>GTC</b>                         | Remplacement de :<br>- 4 cartes satellites<br>- Onduleur armoire électrique dans CTA<br>- 2 détecteurs<br>Et intervention sur VSD en défaut                                                                          | 11 567,85 €        |
| <b>SSI</b>                         | - Source centrale,<br>- Clapet coupe-feu<br>- Convertisseur                                                                                                                                                          | 10 820,54 €        |
| <b>Plomberie sanitaires</b>        | - Remplacement sèche-mains manuels par sèche-mains électriques<br>- Installation d'embouts (effet pluie) sur douches des loges                                                                                       | 10 065,19 €        |
| <b>Matériels et mobiliers</b>      | - Peinture extérieure et reprise des encadrements métalliques des xxxxxx portes vitrées du hall<br>- Remplacement de xxxxxx extincteurs de + de 10 ans<br>- Remplacement des recharges de cartouches CO <sub>2</sub> | 5 375,55 €         |
| <b>Equipements d'exploitations</b> | - 5 interventions sur le chariot élévateur (klaxon, tête de lyre, pneus avant, batterie, vérin de levée)<br>- Changement d'un contacteur dans le TGBT                                                                | 3 410,35 €         |
| <b>VRD</b>                         | - Réfection d'un joint de dilatation béton intérieur<br>- Taille de la haie                                                                                                                                          | 2 550,00 €         |
| <b>TOTAL</b>                       |                                                                                                                                                                                                                      | <b>43 790,58 €</b> |

| Dépenses GER cumulées | Montant HT          |
|-----------------------|---------------------|
| <b>2022 S2</b>        | 8 001,92 €          |
| <b>2023</b>           | 11 260,26 €         |
| <b>2024</b>           | 42 796,25 €         |
| <b>2025</b>           | 43 790,58 €         |
| <b>TOTAL</b>          | <b>105 848,01 €</b> |

*Solde restant pour 2026 et 1<sup>er</sup> semestre 2027 : 36 104,49 € HT, sachant qu'une campagne de remplacement des extincteurs est prévue pour le 1<sup>er</sup> semestre 2027 pour un montant de 17 K € HT.*

## 3. INVESTISSEMENTS

L'article 26 du contrat prévoit que certains investissements sont à la charge du Délégué, dans la limite d'un budget maximum de **146 629 € HT** sur la durée du contrat. Ces investissements visent à améliorer, moderniser et adapter les équipements du Zénith Limoges Métropole.

En 2025, **40 975,43 € HT ont été investis**, après **37 001,50 € HT en 2024**, traduisant une montée en puissance des investissements en cohérence avec les besoins du site et les orientations stratégiques. Depuis le début de la DSP, le montant total investi s'élève à **142 852,29 € HT**, soit **près de 97 % de l'enveloppe globale**, ce qui témoigne d'une exécution très avancée du programme d'investissement.

Les investissements réalisés en 2025 s'inscrivent dans la continuité des actions engagées les années précédentes, avec plusieurs axes structurants.

Une part importante des dépenses concerne **l'amélioration de la performance énergétique**, notamment à travers l'installation de détecteurs de présence pour l'éclairage des sanitaires publics, des couloirs et des loges. Ces équipements permettent d'optimiser les consommations et de réduire durablement les coûts énergétiques du bâtiment.

Suite page 44 >>>



# MAINTENANCE

## Les actions

>>>

### INVESTISSEMENTS (SUITE)

Par ailleurs, les investissements ont contribué à renforcer **l'attractivité et le confort des espaces d'accueil**, avec l'installation de grands écrans dans le hall, le développement du mobilier événementiel et lumineux, ainsi que l'amélioration esthétique des bars (décoration, néons, aménagements). Ces actions participent à la structuration progressive d'un parcours spectateur plus lisible et plus qualitatif, en cohérence avec les évolutions engagées sur les espaces bars et les zones VIP.

Les équipements techniques ont également fait l'objet d'adaptations, avec des interventions sur les installations électriques, l'acquisition de matériel de levage (élingues, dispositif de sécurité) ou encore des équipements complémentaires liés à l'exploitation. Cette dynamique permet d'accompagner le développement de l'activité tout en renforçant l'attractivité et la performance globale du site.

| Réalisés 2025 : description des biens           | Montant HT         |
|-------------------------------------------------|--------------------|
| Signalétique*                                   | -4 590,40 €        |
| Mobilier VIP + aménagement pour espace VIP      | 10 438,97 €        |
| Détecteurs couloirs loges et sanitaires publics | 19 594,95 €        |
| Aménagement bars publics du hall (2-3-4)        | 11 982,73 €        |
| Matériel d'accroche                             | 3 549,18 €         |
| <b>TOTAL</b>                                    | <b>40 975,43 €</b> |

\*Erreur de comptabilisation sur 2024.

| Dépenses investissement cumulées | Montant HT          |
|----------------------------------|---------------------|
| 2022 S2                          | 41 460,62 €         |
| 2023                             | 23 414,74 €         |
| 2024                             | 37 001,50 €         |
| 2025                             | 40 975,43 €         |
| <b>TOTAL</b>                     | <b>142 852,29 €</b> |

Budget total investissement prévu dans le contrat : **146 628,58 €**, soit un solde de **3 776,29 €**.

### 4. PROJETS D'INVESTISSEMENTS 2026

| Projet                 | Montant HT |
|------------------------|------------|
| Ecrans point info hall | 1 730,25 € |

### 5. UNE DSP EN ADAPTATION AUX RÉALITÉS D'EXPLOITATION

Le contrat de DSP, conclu pour une durée de 5 ans (du 1<sup>er</sup> juillet 2022 au 30 juin 2027), encadre l'exploitation du Zénith Limoges Métropole et fixe les principales obligations du délégataire : continuité du service public, gestion des équipements, réalisation du GER et mise en œuvre d'investissements dans la limite de **146 629 € HT**.

Si le cadre contractuel définit un programme d'investissements initial, l'exploitation du site a rapidement fait émerger de nouveaux besoins, liés à l'évolution des usages, des attentes des publics et des productions accueillies. Dans ce contexte, plusieurs dépenses non prévues initialement ont été intégrées, notamment en matière d'équipements d'amélioration des espaces d'accueil (bars, VIP), ou encore de

signalétique. Ces ajustements répondent à des enjeux concrets : amélioration de l'expérience spectateur, modernisation des outils et adaptation aux standards actuels du secteur.

L'avenant n°1, validé par Limoges Métropole le 18 décembre 2024, vient formaliser cette évolution en permettant de réorienter une partie des investissements, tout en respectant strictement l'enveloppe globale prévue au contrat.

Les montants engagés à ce jour traduisent ainsi une gestion à la fois rigoureuse et adaptable, permettant de répondre aux besoins réels du site sans remettre en cause l'équilibre financier initial. La DSP s'inscrit donc dans une logique d'ajustement maîtrisé, au service de la performance et de l'attractivité du Zénith.

## CONSOMMATION DE FLUIDES

Selon l'article 15.5 du contrat de DSP, 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          | 2025          |
| Coût du gaz                                  | 35 548        | 26 870        | 30 997,5      | 35 667        |
| Coût de l'électricité                        | 31 656        | 50 791        | 54 226        | 56 598        |
| <b>TOTAL</b>                                 | <b>67 204</b> | <b>77 661</b> | <b>85 224</b> | <b>92 265</b> |
| Évolution / n-1                              | 33%           | 16%           | 10%           | 8,26%         |
| Coût moyen / jour en € HT                    | 2022          | 2023          | 2024          | 2025          |
| Gaz                                          | 97            | 74            | 85            | 98            |
| Électricité                                  | 87            | 139           | 149           | 155           |
| <b>Moyenne par jour occupé</b>               | <b>988</b>    | <b>1 142</b>  | <b>1 167</b>  | <b>1 464</b>  |
| <b>Moyenne par nombre de manifestations</b>  | <b>1 461</b>  | <b>1 765</b>  | <b>1 853</b>  | <b>1 883</b>  |

Entre **2022 et 2025**, les dépenses énergétiques du Zénith sont passées de **67 204 € à 92 265 € HT**, soit une hausse globale de **37,29 %**. Cette évolution s'explique à la fois par le contexte inflationniste, estimé à environ **25 %**, mais surtout par l'augmentation du nombre de manifestations et des besoins techniques des productions, représentant près de **8,26 %** de hausse supplémentaire.

Le coût de l'électricité progresse de façon continue, passant de **31 656 € HT** en 2022 à **56 598 € HT** en 2025. Cette dynamique reflète directement l'intensification de l'activité du Zénith ainsi que l'évolution des productions accueillies, de plus en plus consommatrices en énergie. Malgré cette hausse, les efforts engagés sur la maîtrise des consommations permettent de maintenir un coût moyen par manifestation relativement stable, avec **1 883 € HT** en 2025 contre **1 853 € HT** en 2024. L'augmentation du coût moyen par jour occupé (**1 464 € HT**) s'explique notamment par une activité davantage concentrée sur des journées d'exploitation que sur des journées de montage, donc plus énergivores.

Le gaz connaît une évolution plus irrégulière. Après une baisse observée en 2023, les dépenses repartent à la hausse pour atteindre **35 667 € HT** en 2025, retrouvant ainsi un niveau proche de celui de 2022. Cette progression reflète à la fois l'évolution des tarifs énergétiques et l'augmentation des besoins liés à l'exploitation du site.

Dans l'ensemble, l'évolution des dépenses énergétiques traduit donc principalement la montée en puissance de l'activité du Zénith. Les indicateurs démontrent néanmoins une gestion maîtrisée des consommations, malgré un niveau d'exploitation et des exigences techniques en constante progression.

Martin Solveig

Zénith Limoges Métropole

© Jonathan Tassin





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

# L'ANALYSE

## financière

---

Au cours de l'année 2025, le Zénith Limoges Métropole a poursuivi sa dynamique de croissance malgré un contexte où les grandes infrastructures culturelles de type arena sont davantage privilégiées par les tournées au détriment des équipements de taille moyenne. Cette évolution s'inscrit dans une tendance de fond du secteur du spectacle vivant : les tournées se réduisent, tandis que les productions privilégient désormais les salles à grande jauge, avec des périodes d'exploitation plus longues sur un même site et des dispositifs de vente toujours plus performants grâce à des bases de données clients et des moyens marketing importants, dont disposent les arenas, contrairement aux Zéniths qui ne peuvent assurer eux-mêmes la commercialisation des spectacles.

Ainsi, le **chiffre d'affaires net** du Zénith atteint **1 508 424 € en 2025**, soit une progression de **+21,4 %** par rapport à 2024. Cette croissance repose principalement sur deux facteurs. D'une part, le développement particulièrement soutenu de l'activité **bars / restauration / snacking**, devenue un véritable levier économique complémentaire. Les ventes de marchandises progressent ainsi de **+23,02 %**, atteignant **200 000 € de chiffre d'affaires**, grâce à l'élargissement de l'offre, au développement des bars mobiles, à la montée en puissance de **La Terrasse** et à plusieurs événements à fort potentiel de consommation tels que **Lovely Xmas Party**, **Artus** ou encore **Julien Doré**.

D'autre part, l'augmentation du nombre de manifestations accueillies, en hausse de **+18 %**, entraîne une progression du **locatif de +16 %**. Toutefois, l'évolution du chiffre d'affaires directement lié aux manifestations progresse plus modérément, à hauteur de **+2,88 %**, principalement en raison d'une hausse de l'accueil de spectacles à petites jauges, générant mécaniquement des recettes producteurs réduites et donc des recettes locatives plus limitées.

L'exercice 2025 se distingue également par une **maîtrise des charges d'exploitation**. Malgré une progression d'activité supérieure à **+22 %**, les charges n'augmentent que de **+0,4 %**, atteignant **1 403 152 €**, contre **1 397 282 €** en 2024. Cette stabilité illustre les efforts d'optimisation menés par les équipes sur l'ensemble des postes d'exploitation et la capacité du site à absorber une hausse importante de fréquentation sans augmentation proportionnelle de sa structure de coûts.

Grâce à cette maîtrise des charges et à la progression soutenue de l'activité, le **résultat d'exploitation** atteint **147 613 €**, contre **122 896 €** l'exercice précédent, malgré la prise en compte d'un rattrapage de charges de TEOM absent depuis juillet 2022. Le **résultat net** ressort ainsi à **157 915 €**, traduisant une amélioration d'environ **+28,5 %** par rapport à 2024.

Les comptes 2025 traduisent ainsi une **santé financière solide**, une exploitation cohérente avec les obligations de la DSP et la capacité du Zénith à conjuguer **développement, attractivité territoriale, qualité d'exploitation et maîtrise budgétaire**. Cette dynamique permet également de reverser à la collectivité les fruits d'une exploitation performante, avec un **intéressement atteignant 211 142 € (+110%)** ainsi qu'une **redevance variable de 4 805 € (+16%)**. Enfin, les perspectives 2026 apparaissent particulièrement favorables, avec une hausse déjà prévisionnelle de **+17 % du nombre de journées de location**, confirmant **l'attractivité du site** et la **pertinence de la gestion en place**.

Conformément aux dispositions prévues dans le contrat de DSP, **l'indexation tarifaire** appliquée aux tarifs 2025 par rapport à 2024 s'élève à **+3,19 %**.

| SPECTACLES                                                                 | 2023      | 2024      | 2025      | ÉVOLUTION<br>2025/2024 | CEP 2025 | RÉALISÉ 2025<br>/ CEP |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------|-----------|-----------|------------------------|----------|-----------------------|
| Nombre de spectacles                                                       | 35        | 33        | 39        | 18%                    | 35       | 111%                  |
| Nombre de spectateurs                                                      | 87 625    | 76 761    | 91 881    | 20%                    | 84 869   | 108%                  |
| Nombre de spectateurs payants                                              | 83 304    | 72 685    | 87 741    | 21%                    |          |                       |
| Nombre de spectateurs gratuits                                             | 4 321     | 4 076     | 4 140     | 2%                     |          |                       |
| Prix moyen du billet ht                                                    | 48        | 46        | 47        | 2%                     |          |                       |
| Fréquentation moyenne par spectacle                                        | 2 380     | 2 203     | 2 250     | 2%                     | 2 479    | 90%                   |
| ÉVÉNEMENTS PRIVÉS                                                          | 2023      | 2024      | 2025      | ÉVOLUTION<br>2025/2024 | CEP 2025 | RÉALISÉ 2025<br>/ CEP |
| Nombre de manifestations                                                   | 6         | 8         | 5         | -38%                   | 3        | 133%                  |
| Nombre de participants                                                     | 5 710     | 11 609    | 8 084     | -30%                   | 3 000    | 313%                  |
| SALONS                                                                     | 2023      | 2024      | 2025      | ÉVOLUTION<br>2025/2024 | CEP 2025 | RÉALISÉ 2025<br>/ CEP |
| Nombre de manifestations                                                   | 2         | 3         | 4         | 33%                    | 2        | 200%                  |
| Nombre de participants payants et gratuits                                 | 2 550     | 8 231     | 9 400     | 14%                    | 2 800    | 336%                  |
| ÉVÉNEMENTS SPORTIFS                                                        | 2023      | 2024      | 2025      | ÉVOLUTION<br>2025/2024 | CEP 2025 | RÉALISÉ 2025<br>/ CEP |
| Nombre de manifestations                                                   | 0         | -         | -         |                        | 1        | 0%                    |
| Nombre de participants payants et gratuits                                 | 0         | 0         | 0         |                        | 4 387    | 0%                    |
| AUTRES UTILISATIONS                                                        | 2023      | 2024      | 2025      | ÉVOLUTION<br>2025/2024 | CEP 2025 | RÉALISÉ 2025<br>/ CEP |
| Résidence d'artiste                                                        | 0         | -         | -         |                        |          |                       |
| SERVITUDES                                                                 | 2023      | 2024      | 2025      | ÉVOLUTION<br>2025/2024 | CEP 2025 | RÉALISÉ 2025<br>/ CEP |
| Nombre de manifestations                                                   | 3         | 2         | 1         | -50%                   |          |                       |
| Nombre de participants                                                     | 1 217     | 1 503     | 812       | -46%                   |          |                       |
| JOURS D'OCCUPATION                                                         | 2023      | 2024      | 2025      | ÉVOLUTION<br>2025/2024 | CEP 2025 | RÉALISÉ 2025<br>/ CEP |
| Pour les manifestations                                                    | 45        | 52        | 52        | 0%                     | 44       | 118%                  |
| Pour les montage /démontage /répétition                                    | 54        | 21        | 11        | -49%                   |          |                       |
| CHIFFRES D'AFFAIRES                                                        | 2023      | 2024      | 2025      | ÉVOLUTION<br>2025/2024 | CEP 2025 | RÉALISÉ 2025<br>/ CEP |
| CA locatif                                                                 | 440 277   | 413 202   | 480 500   | 16%                    | 378 898  | 127%                  |
| CA prestations annexes et autres produits<br>(merchandising - partenariat) | 564 158   | 607 991   | 570 131   | -6%                    | 418 425  | 136%                  |
| CA manifestations total                                                    | 1 004 435 | 1 021 194 | 1 050 631 | 3%                     | 797 323  | 132%                  |
| BUVETTES                                                                   | 2023      | 2024      | 2025      | ÉVOLUTION<br>2025/2024 | CEP 2025 | RÉALISÉ 2025<br>/ CEP |
| CA des buvettes                                                            | 110 319   | 162 817   | 200 297   | 23%                    | 107 917  | 186%                  |
| Prix moyen du panier                                                       | 1,32      | 2,24      | 2,28      | 2%                     | 1,31     | 175%                  |
| PERSONNEL                                                                  | 2023      | 2024      | 2025      | ÉVOLUTION<br>2025/2024 | CEP 2025 | RÉALISÉ 2025<br>/ CEP |
| Volume horaire des permanents                                              | 4 709     | 4 592     | 5 411     | 18%                    | 2 466    | 219%                  |
| Volume horaire des intermittents                                           | 992       | 882       | 548       | -38%                   | 544      | 101%                  |
| Volume horaire des vacataires                                              | 9 268     | 10 096    | 10 564    | 5%                     | 4 529    | 233%                  |
| Heures de travail en insertion réalisées                                   | 3888,1    | 2 969     | 3 259     | 10%                    | 1001     | 326%                  |
| BÂTIMENT                                                                   | 2023      | 2024      | 2025      | ÉVOLUTION<br>2025/2024 | CEP 2025 | RÉALISÉ 2025<br>/ CEP |
| Coût du gaz                                                                | 26 870    | 30 997    | 35 667    | 15%                    | 32 096   | 111%                  |
| Coût de l'électricité                                                      | 50 790    | 54 226    | 56 598    | 4%                     | 50 741   | 112%                  |
| Coût d'entretien du bâtiment P2-P3                                         | 54 361    | 55 547    | 57 151    | 3%                     | 50 302   | 114%                  |
| NOMBRE D'ABONNÉS                                                           | 2023      | 2024      | 2025      | ÉVOLUTION<br>2025/2024 | CEP 2025 | RÉALISÉ 2025<br>/ CEP |
| Newsletter                                                                 | 5 635     | 6 730     | 7 614     | 13%                    | 5 710    | 133%                  |
| Instagram                                                                  | 2 572     | 3 300     | 6 268     | 90%                    | 1 763    | 356%                  |
| Facebook                                                                   | 14 037    | 14 802    | 16 176    | 9%                     | 12 457   | 130%                  |



Oreison

Zénith Limoges Métropole

© Jonathan Tassin



CHAPITRE 7  
Perspectives



# EXPLOITATION

## Perspectives

### UNE ANNÉE RICHE EN SPECTACLES !

L'année **2026** s'annonce comme une nouvelle étape pour le **Zénith Limoges Métropole**, avec une activité déjà **particulièrement soutenue** et une programmation dense.

À ce jour, **42 spectacles** sont confirmés sur **40 journées d'exploitation**, auxquels s'ajoutent **15 jours de montage** ainsi que **11 événements économiques** répartis sur **18 jours**. Ces indicateurs traduisent un **haut niveau d'activité**, avec un potentiel permettant **d'atteindre, voire dépasser les excellents résultats de 2025**. Plusieurs options restent d'ailleurs en discussion pour le dernier trimestre.

Dans un contexte où certaines tournées nationales privilégient désormais les grandes métropoles, le Zénith se distingue par une

programmation **riche, diversifiée et accessible**, avec plusieurs dates déjà **complètes** ou affichant un **fort engouement dès l'ouverture des billetteries**.

Parmi les artistes attendus figurent notamment Jarry, Orelsan, Shen Yun (4 représentations), M. Pokora, Nino Arias, Bigflo et Oli, Florent Pagny, Vanessa Paradis, Patrick Bruel ou encore Héléna.

Cette saison s'annonce **riche en émotions**, mêlant **grandes productions, variété française, humour populaire** et **scène urbaine**, afin de séduire **toutes les générations** et de renforcer l'attractivité du Zénith auprès de nouveaux publics. Le très bon démarrage des ventes pour Nadau confirme déjà cette dynamique et laisse présager une salle comble.

### UNE ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE EN PLEIN DÉVELOPPEMENT

Au-delà de sa programmation artistique, le Zénith confirme son rôle **d'acteur structurant du territoire** en matière **d'événementiel économique**. Plusieurs partenaires fidèles reconduisent leur présence, parmi lesquels le **Forum des Métiers**, ENSIL-ENSCI, Vinifrance, le **Trophée des Entreprises**, Studyrama ou encore le **Salon CSE**. Leur fidélité contribue à renforcer la **place stratégique du Zénith dans l'écosystème économique local**.

Parallèlement, de nouvelles structures choisissent le Zénith pour accueillir leurs

événements, témoignant de son **attractivité croissante**. Parmi elles figurent notamment le **Salon des Seniors** et **Cure Thalasso**, l'IUT à l'occasion de sa remise des diplômes ainsi que le **Congrès national des Dirigeants Commerciaux de France (DCF)**.

Cet événement d'envergure nationale viendra positionner Limoges au cœur des dynamiques économiques françaises, confirmant le rôle du Zénith comme un **lieu incontournable des grands rassemblements professionnels**.







## LES ACTIONS 2026

### EXPÉRIENCE SPECTATEUR : UN PARCOURS PLUS FLUIDE

En **2026**, le Zénith poursuivra sa démarche **d'amélioration continue de l'expérience spectateur** avec un parcours visiteur plus lisible, fluide et intuitif.

Dès l'entrée du site, un **point d'information centralisé** avec écran d'affichage dynamique permettra d'accéder rapidement aux informations essentielles (horaires, services, animations), tout en valorisant la programmation et les actions associatives partenaires.

Dans une logique de **prévention et de responsabilité**, cet espace proposera également des dispositifs en libre accès : supports de réactualisation aux violences et risques en milieu festif.

### COMMUNICATION & DIGITAL : UN NOUVEAU SITE AU SERVICE DE L'EXPÉRIENCE

L'année **2026** marquera aussi une évolution majeure de la stratégie digitale avec le lancement d'un **nouveau site internet**, pensé comme une **vitrine immersive**. La navigation sera plus moderne, fluide et orientée vers la **conversion**, avec une mise en avant renforcée des spectacles afin de faciliter l'achat de billets.

Le site valorisera également les **services complémentaires** : espaces bars et VIP, informations pratiques, accessibilité, accueil des publics spécifiques et dispositifs PMR.

Cette refonte s'inscrit dans une volonté globale **d'améliorer l'expérience utilisateur avant, pendant et après l'événement..**

### ACCESSIBILITÉ & INCLUSION : UN ZÉNITH PLUS OUVERT

En **2026**, une étude sera menée afin de renforcer **l'accessibilité aux personnes présentant des troubles du spectre de l'autisme (TSA)** et des troubles sensoriels.

Engagé avec un **SESSAD spécialisé TSA**, ce projet prévoit la création d'un **parcours adapté**, avec aménagements sensoriels, outils d'accompagnement et meilleure préparation en amont de la venue.

L'objectif : faire du Zénith un lieu plus **inclusif et attentif aux besoins de chacun**.

### OPTIMISATION INTERNE : DIGITALISATION & PERFORMANCE

Le Zénith poursuivra également la modernisation de ses outils internes avec le déploiement de **tablettes tactiles** pour les bars, espaces VIP, terrasse et équipes de placement.

Cette digitalisation permettra de **simplifier les process**, de **réduire l'usage du papier**, de gagner en réactivité et **d'améliorer les conditions de travail** des équipes, notamment des personnels intérimaires.

### ÉVOLUTIONS TECHNIQUES & ANCORAGE TERRITORIAL

Plusieurs projets techniques et bâtimentaires seront engagés en 2026, notamment la poursuite des travaux sur les encadrements des portes vitrées du hall initiés en 2025.

Enfin, le Zénith renforcera sa collaboration avec les **entreprises locales** afin de développer les produits régionaux, favoriser les **circuits courts** et consolider des **partenariats durables** avec le territoire.

# PROGRAMMATION 2026

L'année en un coup d'œil



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

| JANVIER                               | FÉVRIER                                | MARS                                       | AVRIL                  | MAI                 | JUIN                         |
|---------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------|---------------------|------------------------------|
| J 1                                   | D 1 Les Chevaliers du Fiel             | D 1                                        | M 1                    | V 1                 | L 1                          |
| V 2                                   | L 2                                    | L 2                                        | J 2                    | S 2                 | M 2                          |
| S 3                                   | M 3 Salon des Seniors & Cures Thalasso | M 3                                        | V 3                    | D 3                 | M 3                          |
| D 4                                   | M 4 Salon des Seniors & Cures Thalasso | M 4                                        | S 4 M. Pokora          | L 4                 | J 4                          |
| L 5                                   | J 5 Salon des Seniors & Cures Thalasso | J 5                                        | D 5                    | M 5                 | V 5                          |
| M 6                                   | V 6                                    | V 6 Goldmen                                | L 6                    | M 6                 | S 6 Les années 80 La Tournée |
| M 7                                   | S 7                                    | S 7 Remise diplômes Ensil                  | M 7                    | J 7                 | D 7                          |
| J 8                                   | D 8                                    | D 8 Orelsan                                | M 8                    | V 8                 | L 8                          |
| V 9                                   | L 9                                    | L 9 Orelsan                                | J 9                    | S 9                 | M 9                          |
| S 10                                  | M 10                                   | M 10                                       | V 10                   | D 10                | M 10 Congrès DCF 2026        |
| D 11                                  | M 11                                   | M 11 Shen Yun                              | S 11                   | L 11                | J 11 Congrès DCF 2026        |
| L 12                                  | J 12 Salon Vinifrance 2026             | J 12 Shen Yun                              | D 12                   | M 12                | V 12 Congrès DCF 2026        |
| M 13                                  | V 13 Salon Vinifrance 2026             | V 13 Shen Yun                              | L 13                   | M 13                | S 13                         |
| M 14 Vœux Limoges Métropole           | S 14 Salon Vinifrance 2026             | S 14 Shen Yun Shen Yun                     | M 14                   | J 14 Symposium 2026 | D 14                         |
| J 15 Vœux Limoges Métropole           | D 15 Salon Vinifrance 2026             | D 15 Tournée Star Ac Tournée Star Ac       | M 15                   | V 15 Symposium 2026 | L 15                         |
| V 16                                  | L 16                                   | L 16                                       | J 16                   | S 16 Symposium 2026 | M 16                         |
| S 17 Louane                           | M 17                                   | M 17                                       | V 17                   | D 17 Symposium 2026 | M 17                         |
| D 18                                  | M 18                                   | M 18                                       | S 18                   | L 18                | J 18                         |
| L 19                                  | J 19 The Rock Symphony Orchestra       | J 19 Irish Celtic                          | D 19                   | M 19                | V 19                         |
| M 20                                  | V 20                                   | V 20 L'arnaqueuse                          | L 20                   | M 20                | S 20                         |
| M 21 Forum métiers de la Construction | S 21                                   | S 21 15 000 Voix pour les Légendes du Rock | M 21                   | J 21                | D 21 Kendji Girac            |
| J 22 Forum métiers de la Construction | D 22                                   | D 22 Starmusical                           | M 22                   | V 22                | L 22                         |
| V 23 Forum métiers de la Construction | L 23                                   | L 23                                       | J 23                   | S 23                | M 23                         |
| S 24 Forum métiers de la Construction | M 24                                   | M 24                                       | V 24                   | D 24                | M 24                         |
| D 25 Orelsan                          | M 25 Messmer                           | M 25 Lac des Cygnes 2026                   | S 25 Le Lac des Cygnes | L 25                | J 25                         |
| L 26 Meeting                          | J 26                                   | J 26 The Australian Pink Floyd Show        | D 26                   | M 26                | V 26                         |
| M 27 Casse Noisette                   | V 27 Gaspel pour 100 voix              | V 27 Remise diplômes IUT du Limousin       | L 27                   | M 27                | S 27                         |
| M 28 Balavoine, Ma bataille           | S 28 Jarry                             | S 28 Remise diplômes IUT du Limousin       | M 28                   | J 28                | D 28                         |
| J 29                                  |                                        | D 29                                       | M 29                   | V 29                | L 29                         |
| V 30 Génération Céline                |                                        | L 30                                       | J 30                   | S 30                | M 30                         |
| S 31 Stories                          |                                        | M 31                                       |                        | D 31                |                              |





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

| JUILLET     | AOÛT        | SEPTEMBRE                                                              | OCTOBRE                                                                             | NOVEMBRE                                                                    | DÉCEMBRE                                                                         |
|-------------|-------------|------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
| M 1         | <b>S 1</b>  | M 1                                                                    | J 1                                                                                 | <b>D 1</b>                                                                  | M 1                                                                              |
| J 2         | <b>D 2</b>  | M 2                                                                    | V 2                                                                                 | L 2                                                                         | M 2 <span style="background-color: #ffff00;">Trophée des Entreprises 2026</span> |
| V 3         | L 3         | J 3                                                                    | <b>S 3</b> <span style="background-color: #f08080;">BigFlo &amp; Oli</span>         | M 3                                                                         | J 3 <span style="background-color: #add8e6;">Trophée des Entreprises 2026</span> |
| <b>S 4</b>  | M 4         | V 4                                                                    | <b>D 4</b>                                                                          | M 4 <span style="background-color: #f08080;">Lara Fabian</span>             | V 4 <span style="background-color: #f08080;">Hélène</span>                       |
| <b>D 5</b>  | M 5         | <b>S 5</b>                                                             | L 5                                                                                 | J 5                                                                         | <b>S 5</b>                                                                       |
| L 6         | J 6         | <b>D 6</b>                                                             | M 6                                                                                 | V 6 <span style="background-color: #ffff00;">Raiden 2</span>                | <b>D 6</b>                                                                       |
| M 7         | V 7         | L 7                                                                    | M 7 <span style="background-color: #ffff00;">Salon CSE 2026</span>                  | <b>S 7</b> <span style="background-color: #f08080;">Raiden 2</span>         | L 7                                                                              |
| M 8         | <b>S 8</b>  | M 8                                                                    | J 8 <span style="background-color: #add8e6;">Salon CSE 2026</span>                  | <b>D 8</b>                                                                  | M 8                                                                              |
| J 9         | <b>D 9</b>  | M 9                                                                    | V 9                                                                                 | L 9                                                                         | M 9                                                                              |
| V 10        | L 10        | J 10                                                                   | <b>S 10</b>                                                                         | M 10                                                                        | J 10 <span style="background-color: #ffff00;">Lovely Xmas Party</span>           |
| <b>S 11</b> | M 11        | V 11                                                                   | <b>D 11</b>                                                                         | <b>M 11</b>                                                                 | V 11 <span style="background-color: #ffff00;">Lovely Xmas Party</span>           |
| <b>D 12</b> | M 12        | <b>S 12</b> <span style="background-color: #f08080;">Nadau</span>      | L 12                                                                                | J 12                                                                        | <b>S 12</b> <span style="background-color: #f08080;">Lovely Xmas Party</span>    |
| L 13        | J 13        | <b>D 13</b>                                                            | M 13                                                                                | V 13                                                                        | <b>D 13</b> <span style="background-color: #ffff00;">Lovely Xmas Party</span>    |
| <b>M 14</b> | V 14        | L 14                                                                   | M 14                                                                                | <b>S 14</b> <span style="background-color: #f08080;">Patrick Bruel</span>   | L 14                                                                             |
| M 15        | <b>S 15</b> | M 15                                                                   | J 15 <span style="background-color: #f08080;">La Dame de Pierre</span>              | <b>D 15</b>                                                                 | M 15                                                                             |
| J 16        | <b>D 16</b> | M 16                                                                   | V 16 <span style="background-color: #ffff00;">Studyrama 2026</span>                 | L 16                                                                        | M 16                                                                             |
| V 17        | L 17        | J 17                                                                   | <b>S 17</b> <span style="background-color: #add8e6;">Studyrama 2026</span>          | M 17                                                                        | J 17 <span style="background-color: #f08080;">The World of Queen</span>          |
| <b>S 18</b> | M 18        | V 18                                                                   | <b>D 18</b> <span style="background-color: #a9a9a9;">La Légende Monte-Cristo</span> | M 18                                                                        | V 18                                                                             |
| <b>D 19</b> | M 19        | <b>S 19</b>                                                            | L 19                                                                                | J 19                                                                        | <b>S 19</b>                                                                      |
| L 20        | J 20        | <b>D 20</b>                                                            | M 20                                                                                | V 20                                                                        | <b>D 20</b>                                                                      |
| M 21        | V 21        | L 21                                                                   | M 21                                                                                | <b>S 21</b> <span style="background-color: #f08080;">Laurent Gerra</span>   | L 21                                                                             |
| M 22        | <b>S 22</b> | M 22                                                                   | J 22                                                                                | <b>D 22</b>                                                                 | M 22                                                                             |
| J 23        | <b>D 23</b> | M 23                                                                   | V 23                                                                                | L 23                                                                        | M 23                                                                             |
| V 24        | L 24        | J 24                                                                   | <b>S 24</b> <span style="background-color: #f08080;">Florent Pagny</span>           | M 24 <span style="background-color: #f08080;">Requiem pour un Fou</span>    | J 24                                                                             |
| <b>S 25</b> | M 25        | V 25                                                                   | <b>D 25</b>                                                                         | M 25                                                                        | <b>V 25</b>                                                                      |
| <b>D 26</b> | M 26        | <b>S 26</b> <span style="background-color: #f08080;">Nino Ariat</span> | L 26                                                                                | J 26                                                                        | <b>S 26</b> <span style="background-color: #f08080;">Quatre Saisons</span>       |
| L 27        | J 27        | <b>D 27</b>                                                            | M 27                                                                                | V 27                                                                        | <b>D 27</b>                                                                      |
| M 28        | V 28        | L 28                                                                   | M 28                                                                                | <b>S 28</b> <span style="background-color: #f08080;">L'art du Couple</span> | L 28                                                                             |
| M 29        | <b>S 29</b> | M 29                                                                   | J 29 <span style="background-color: #f08080;">Vanessa Paradis</span>                | <b>D 29</b>                                                                 | M 29                                                                             |
| J 30        | <b>D 30</b> | M 30                                                                   | V 30                                                                                | L 30                                                                        | M 30                                                                             |
| V 31        | L 31        |                                                                        | <b>S 31</b>                                                                         |                                                                             | J 31                                                                             |





# Zénith

LIMOGES MÉTROPOLE

SNC ZENITH DE LIMOGES

16 avenue Jean Monnet • 87100 Limoges  
Tél. 01 70 83 19 00 • [www.zenithlimoges.com](http://www.zenithlimoges.com)



19 Avenue de Messine - 75008 Paris  
[www.spass.fr](http://www.spass.fr)



Accusé de réception - Ministère de l'intérieur  
087-248719312-20260629-DL26\_28343H1-DE  
Reçu en Préfecture le 09/07/2026