



DÉPARTEMENT DE VAUCLUSE

DL_580_2026

— RÉPUBLIQUE FRANÇAISE —
* * * * *
**EXTRAIT DU REGISTRE
DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL**

SÉANCE DU LUNDI 07 SEPTEMBRE 2026

Nombre de membres

En exercice :	35
Présents :	31
Votants :	33
Pour :	33
Contre :	00
Abstention :	00

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif de Nîmes dans un délai de deux mois à compter de sa publication,

Publié le **15 SEP. 2026**

L'an deux mille vingt six, le sept septembre, le Conseil municipal de la Commune d'Orange, légalement convoqué par le maire le 1^{er} septembre 2026, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, à l'Hôtel de Ville à Orange.

Sous la présidence de Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Maire.

Étaient présents

Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Madame Annick BADOR, Monsieur Jean-Pierre PASERO, Madame Frédérique VIDAL, Monsieur Nicolas ARNOUX, Madame Christine MARTIN, Monsieur Florent AGRO, Madame Marie-Thérèse GALMARD, Monsieur Denis SABON, Madame Agnès JEANJEAN, Monsieur Philippe DRAPIER, Madame Marcelle ARSAC, Monsieur David MARSEILLE, Madame Hélène DALBIES, Monsieur Jean-Claude FREMERY, Madame Peggy LELEU, Monsieur Alphonse BOURRET, Madame Jeanine GOUDET, Madame Laure ROBIN, Monsieur Michel OLIVEIRA, Monsieur Christophe LESTERLAN, Madame Linda COSTA, Madame Joelle EICKMAYER, Monsieur Xavier MARQUOT, Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Stéphane LANOY, Monsieur Christian GASTOU, Madame Sylvie AUMAGE, Monsieur Olivier TROUSSE, Monsieur Brigitte LAOURIGA, Monsieur Philippe SOLA

Absents représentés

Madame Catherine GASPA représenté(e) par Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Jonathan ARGENSON représenté(e) par Madame Joelle EICKMAYER

Absents

Madame Stefana TESU, Monsieur Jacques BOMPARD

Conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales, Madame Marie-Thérèse GALMARD est nommé(e) secrétaire de séance à l'unanimité.

DL_580_2026

Rapporteur : Monsieur Jean-Dominique ARTAUD

DÉSIGNATION D'UN SECRÉTAIRE DE SÉANCE

Vu l'article L2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales ;

Au début de chacune de ses séances, le Conseil municipal nomme un ou plusieurs de ses membres pour remplir les fonctions de secrétaire ;

Il peut adjoindre à ce ou ces secrétaires des auxiliaires, pris en dehors de ses membres, qui assistent aux séances mais sans participer aux délibérations ;

Le procès-verbal de chaque séance, rédigé par le ou les secrétaires, est arrêté au commencement de la séance suivante, et signé par le maire et le ou les secrétaires.

LE CONSEIL MUNICIPAL DÉCIDE

Article 1 : de désigner madame Marie-Thérèse GALMARD secrétaire de séance pour la séance du Conseil municipal du 7 septembre 2026 .

A l'unanimité,

- 33 Pour

SECRÉTAIRE DE SÉANCE
Marie-Thérèse GALMARD



LE MAIRE
Jean-Dominique ARTAUD



15 SEP. 2026

MAIRIE D'ORANGE

Transmis par voie électronique
en Préfecture le :



DÉPARTEMENT DE VAUCLUSE

DL_581_2026

— RÉPUBLIQUE FRANÇAISE —
* * * *
**EXTRAIT DU REGISTRE
DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL**

SÉANCE DU LUNDI 07 SEPTEMBRE 2026

Nombre de membres

En exercice :	35
Présents :	31
Votants :	33

Pour :	33
Contre :	00
Abstention :	00

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif de Nîmes dans un délai de deux mois à compter de sa publication.

Publié le **15 SEP. 2026**



L'an deux mille vingt six, le sept septembre , le Conseil municipal de la Commune d'Orange, légalement convoqué par le maire le 1^{er} septembre 2026, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, à l'Hôtel de Ville à Orange.

Sous la présidence de Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Maire.

Étaient présents

Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Madame Annick BADOR, Monsieur Jean-Pierre PASERO, Madame Frédérique VIDAL, Monsieur Nicolas ARNOUX, Madame Christine MARTIN, Monsieur Florent AGRO, Madame Marie-Thérèse GARMARD, Monsieur Denis SABON, Madame Agnès JEANJEAN, Monsieur Philippe DRAPIER, Madame Marcelle ARSAC, Monsieur David MARSEILLE, Madame Hélène DALBIES, Monsieur Jean-Claude FREMERY, Madame Peggy LELEU, Monsieur Alphonse BOURRET, Madame Jeanine GOUDET, Madame Laure ROBIN, Monsieur Michel OLIVEIRA, Monsieur Christophe LESTERLAN, Madame Linda COSTA, Madame Joelle EICKMAYER, Monsieur Xavier MARQUOT, Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Stéphane LANOY, Monsieur Christian GASTOU, Madame Sylvie AUMAGE, Monsieur Olivier TROUSSE, Monsieur Brigitte LAOURIGA, Monsieur Philippe SOLA

Absents représentés

Madame Catherine GASPA représenté(e) par Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Jonathan ARGENSON représenté(e) par Madame Joelle EICKMAYER

Absents

Madame Stefana TESU, Monsieur Jacques BOMPARD

Conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales, Madame Marie-Thérèse GARMARD est nommé(e) secrétaire de séance à l'unanimité.



DL_581_2026

Rapporteur : Monsieur Jean-Dominique ARTAUD

MARCHE 25-023V - FOURNITURE DE TITRES RESTAURANT - AVENANT 1
AUGMENTATION DE LA VALEUR FACIALE POUR LA VILLE D'ORANGE

Vu le Code Général des Collectivités Territoriales ;

Vu le Code de la Commande Publique et ses articles L2124-2 relatif à l'appel d'offre et R 2194-7 relatif aux modifications de marché non substantielles ;

Vu le Cahier des Clauses Administratives Générales applicables aux marchés publics de Fournitures courantes et services ;

Vu la délibération DL_813_2025 approuvant la décision des membres de la CAO et attribuant le marché de fourniture de titres restaurant pour le personnel de la ville d'Orange, du Pays d'Orange en Provence et du CCAS à la société SWILE ;

Considérant que le présent accord cadre est passé en groupement de commande et que chaque collectivité gère l'exécution de ses commandes dans la limite des montant minimum et maximum fixés ;

Considérant qu'à l'issue de l'avis favorable rendu par le Comité Social Territorial, en date du 03.07.2026, la collectivité a décidé de faire évoluer la valeur faciale des titres restaurant en augmentant la part employeur et en faisant passer la valeur faciale du ticket de 7 à 10 euros à compter du mois de novembre 2026 pour les agents de la ville d'Orange et du CCAS ;

Considérant la clause de réexamen prévu à l'article 15 du Cahier des Clauses Particulières du marché ;

Considérant l'évolution du besoin de la Ville d'Orange et du CCAS en matière de prestations de services de titres restaurant dans une logique de revalorisation sociale au bénéfice des agents, entraînant l'augmentation de leur valeur faciale ;

LE CONSEIL MUNICIPAL DÉCIDE

Article 1 : D'approuver l'avenant 1 au marché 25-023V modifiant l'article 21 du CCP afin d'augmenter la valeur faciale des titres restaurant de 7 à 10 €, pour les agents de la ville d'Orange et du CCAS.

Article 2 : De signer l'avenant 1 au marché 25-023V augmentant la valeur faciale du ticket à compter du mois de novembre 2026 pour les agents de la ville d'Orange et du CCAS.

Article 3 : Cet avenant n'a pas d'incidence financière sur les montants du marché

Article 4 : Les autres clauses dudit marché demeurent inchangées.

A l'unanimité,

- 33 Pour

SECRÉTAIRE DE SÉANCE
Marie-Thérèse GALMARD



LE MAIRE
Jean-Dominique ARTAUD





DÉPARTEMENT DE VAUCLUSE

DL_582_2026

— RÉPUBLIQUE FRANÇAISE —

**EXTRAIT DU REGISTRE
DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL**

SÉANCE DU LUNDI 07 SEPTEMBRE 2026

Nombre de membres

En exercice :	35
Présents :	31
Votants :	33
Pour :	32
Contre :	01
Abstention :	00

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif de Nîmes dans un délai de deux mois à compter de sa publication,

Publié le **15 SEP. 2026**



L'an deux mille vingt six, le sept septembre , le Conseil municipal de la Commune d'Orange, légalement convoqué par le maire le 1^{er} septembre 2026, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, à l'Hôtel de Ville à Orange.

Sous la présidence de Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Maire.

Étaient présents

Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Madame Annick BADOR, Monsieur Jean-Pierre PASERO, Madame Frédérique VIDAL, Monsieur Nicolas ARNOUX, Madame Christine MARTIN, Monsieur Florent AGRO, Madame Marie-Thérèse GARMARD, Monsieur Denis SABON, Madame Agnès JEANJEAN, Monsieur Philippe DRAPIER, Madame Marcelle ARSAC, Monsieur David MARSEILLE, Madame Hélène DALBIES, Monsieur Jean-Claude FREMERY, Madame Peggy LELEU, Monsieur Alphonse BOURRET, Madame Jeanine GOUDET, Madame Laure ROBIN, Monsieur Michel OLIVEIRA, Monsieur Christophe LESTERLAN, Madame Linda COSTA, Madame Joelle EICKMAYER, Monsieur Xavier MARQUOT, Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Stéphane LANOY, Monsieur Christian GASTOU, Madame Sylvie AUMAGE, Monsieur Olivier TROUSSE, Monsieur Brigitte LAOURIGA, Monsieur Philippe SOLA

Absents représentés

Madame Catherine GASPA représenté(e) par Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Jonathan ARGENSON représenté(e) par Madame Joelle EICKMAYER

Absents

Madame Stefana TESU, Monsieur Jacques BOMPARD

Conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales, Madame Marie-Thérèse GARMARD est nommé(e) secrétaire de séance à l'unanimité.



CONVENTION DE MISE A DISPOSITION DE MATÉRIEL EVENEMENTIEL COMMUNAL

VU le code général des collectivités territoriales ;

Considérant que la Ville est propriétaire de matériel événementiel, qui peut être utilisé par des tiers dans le cadre de manifestations organisées sur le territoire communal ;

Considérant que la Ville souhaite encadrer les conditions dans lesquelles ce matériel peut être mis à disposition ;

Considérant qu'il convient de définir les conditions de mise à disposition, d'utilisation, de restitution et de responsabilité liées au matériel événementiel ;

Considérant qu'une convention de mise à disposition permet de préciser les droits et obligations respectifs de la Ville et du bénéficiaire, ainsi que de garantir une utilisation conforme et sécurisée du matériel communal ;

Considérant que la convention jointe à la présente délibération constitue le cadre applicable aux mises à disposition du matériel événementiel communal ;

Considérant que chaque mise à disposition fera l'objet d'une convention individuelle précisant notamment le matériel concerné, la période de mise à disposition, ainsi que la valeur du matériel mis à disposition ;

Considérant qu'il convient d'approuver la convention de mise à disposition du matériel événementiel communal et d'autoriser le Maire à signer les conventions correspondantes.

LE CONSEIL MUNICIPAL DÉCIDE

Article 1 : D'approuver la convention-cadre relative à la mise à disposition du matériel événementiel communal, annexée à la présente délibération.

Article 2 : D'autoriser le Maire à signer, pour chaque mise à disposition, la convention nominative correspondante, établie conformément à la convention-cadre approuvée par la présente délibération.

Article 3 : De préciser que chaque convention nominative indiquera notamment la nature et la quantité du matériel mis à disposition, la durée de la mise à disposition, l'identité du bénéficiaire ainsi que, le cas échéant, les conditions particulières applicables à son utilisation.

Article 4 : D'autoriser le Maire à prendre toutes les mesures nécessaires à l'exécution de la présente délibération.

A la majorité,

- 32 Pour
- 1 Contre

Monsieur Jonathan ARGENSON

SECRÉTAIRE DE SÉANCE
Marie-Thérèse GALMARD



LE MAIRE
Jean-Dominique ARTAUD





CONVENTION DE MISE À DISPOSITION DE MATÉRIEL EVENEMENTIEL COMMUNAL

Entre les soussignés :

LA COMMUNE D'ORANGE

Sise Place Clémenceau – BP 187 – 84106 Orange Cedex

Représentée par son Maire en exercice, Monsieur Jean-Dominique ARTAUD ;

Dûment habilité par la délibération n° 205_2026 du conseil municipal du 27 mars 2026.

Et par la décision n°xxx_2025 du xx/xx/xx envoyé en préfecture le xx/xx/xx

Ci-après dénommée « la Ville »,

Et

[Nom du bénéficiaire (association, entreprise, particulier)]

Adresse : [Adresse complète]

Représenté(e) par [Nom, prénom, fonction],

Ci-après dénommé(e) « le Bénéficiaire »,

Article 1 – Objet

La Ville d'Orange met à disposition de tiers, sur demande, du matériel communal listé ci-contre.

Dans ce cadre-là, la Ville souhaite réglementer et définir les modalités de prêt.

La présente convention a ainsi pour objet de définir les obligations, modalités et conditions de mise à disposition et d'utilisation pour le bénéficiaire.

Elle a également pour but de maîtriser le suivi des stocks et les disponibilités du matériel, d'assurer le suivi de l'état du matériel prêté ou rendu pour le maintenir en bon état et prévenir tout risque lié à son utilisation.

Article 2 – Liste du matériels mis à disposition, et durée du contrat

La Commune met à disposition du bénéficiaire la liste du matériel suivant :

- Désignation : [LISTER LE MATERIEL MIS A DISPOSITION SELON LA LISTE CI-DESSOUS]
- Usage prévu : [MANIFESTATION PREVUE]
- Lieu : [Indiquer le lieu de dépôt du matériel]

Date de début : [jj/mm/aaaa]

- Date de fin : [jj/mm/aaaa]
- Le service concerné sera en charge de déposer et récupérer le matériel.

La mise à disposition est conclue pour la durée visée. Toutefois, la Ville peut octroyer un renouvellement ou d'une prolongation sur demande du bénéficiaire, par avenant écrit et signé par l'ensemble des parties.

Article 3 – Obligations des parties

3.1. Obligations de la Ville

Seuls les services Communaux sont les seuls habilités à déposer et récupérer le matériel visé à l'article 2.

La ville s'engage à mettre à disposition le matériel en bon état.

Les frais d'entretien courant sont à la charge de la Commune.

Durant le temps de la mise à disposition, le matériel demeure propriété de la Commune.

3.2. Obligations du bénéficiaire

Un état des lieux du matériel sera effectué contradictoirement par un agent de la Commune avec le bénéficiaire, au départ et au retour du matériel, qui sera annexé.

Durant l'utilisation, le Bénéficiaire s'engage à :

- Employer le matériel exclusivement pour l'usage convenu dans la convention.
- Respecter les notices d'utilisation, consignes de sécurité, les normes applicables selon le matériel.
- La convention étant strictement personnelle, le bénéficiaire ne peut sous-louer, transférer, ou céder le matériel sans autorisation écrite de la Commune.
- Le matériel doit être restitué en étant nettoyé, fonctionnel, avec toutes pièces/accessoires comme au moment de son prêt.

Article 5 – Dispositions financières

Le valeur totale et individuelle de chaque bien mis à disposition est détaillé ci-dessous :

Eléments	PRIX TTC	Matériel mis à disposition (cocher)
Mange debout	48 €	
Housse-nappe	18 €	
Tabouret haut	43 €	
Tables 187.76	54 €	
Chaises pliantes	20 €	
Chaises coques	30 €	
Tréteaux	22 €	
Barnum 3*3	732 €	
Samia 2*1	330 €	
Chariot chaises	287 €	
Grille expo	80 €	
Barrière Vauban 2m	60 €	
Boitier elec- 2*32a-2*16a	320 €	
Rallonge 5m	12 €	
Rallonge 10m	19 €	
Sono + micro	1 000 €	
Barnum	750 €	
Sono	1800 €	
TOTAL TTC MIS A DISPOSITION		

Lesdits montants correspondent au prix unitaire de chaque matériel neuf, acheté par la Ville.

Aucune caution ne sera exigée au moment de la remise du matériel.

Toutefois, en cas de détérioration manifeste ou vol, constatée dans l'état des lieux de sortie, un titre de recettes sera émis par la Commune au bénéficiaire qui correspondra au montant total du ou de plusieurs matériels volés ou détériorés.

Ces éléments seront renseignés dans l'état des lieux de sortie.

Cela permettra à la Ville de procéder à son rachat, afin d'assurer le remplacement dudit matériel concerné et de rétablir les conditions initiales de mise à disposition.

Article 6 – Responsabilité, assurance et sécurité

Le Bénéficiaire responsable du matériel à compter de sa prise en charge jusqu'à sa restitution.

Il est seul responsable de tous les dégâts causés au matériel ou du fait du matériel quelle que soit la cause ou nature, ainsi qu'aux tiers.

Le Bénéficiaire devra souscrire une police d'assurance de responsabilité civile pour la durée de mise à disposition.

La Ville ne saurait être responsable des dommages causés aux tiers du fait de l'utilisation du matériel par le bénéficiaire.

Article 7 – Résiliation

7.1. Résiliation à l'initiative de l'une ou l'autre des parties

La Commune ou le Bénéficiaire peuvent, d'un commun accord, convenir de la résiliation de ladite convention, et de l'ensemble de ses obligations.

7.2. Résiliation en cas de force majeure

La cessation temporaire ou permanent de l'activité par l'occupant en raison d'un événement de force majeure entraînerait l'interruption du contrat de plein droit sans qu'aucune indemnité ne puisse être réclamé à la Commune, et ce, pour la durée imposée par la survenance de cet événement.

Lorsque la cessation de l'activité peut être déterminée et dès lors que cette durée serait inférieure à celle du présent contrat restant à courir, les parties pourront convenir de suspendre l'exécution du contrat, et ainsi, la redevance jusqu'à la reprise de l'activité.

Dans cette hypothèse, le Bénéficiaire ne pourrait prétendre à aucune indemnisation, et ce, à quelque titre que ce soit.

Article 8 – Litiges

Les parties s'engagent à rechercher, en cas de litige sur l'interprétation ou sur l'application de la présente convention, toute voie amiable de règlement avant de soumettre tout différend à une instance juridictionnelle. En cas d'échec de voies amiables de résolution, tout contentieux

portant sur l'interprétation ou sur l'application de cette convention devra être porté devant le Tribunal Administratif de Nîmes.

Orange, le xx/xx/xxxx

Le Bénéficiaire
XXX

Le Maire
Jean-Dominique Artaud



DÉPARTEMENT DE VAUCLUSE

DL_583_2026

— RÉPUBLIQUE FRANÇAISE —
* * * * *
**EXTRAIT DU REGISTRE
DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL**

SÉANCE DU LUNDI 07 SEPTEMBRE 2026

Nombre de membres

En exercice :	35
Présents :	31
Votants :	33

Pour :	33
Contre :	00
Abstention :	00

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif de Nîmes dans un délai de deux mois à compter de sa publication,

Publié le **15 SEP. 2026**

L'an deux mille vingt six, le sept septembre , le Conseil municipal de la Commune d'Orange, légalement convoqué par le maire le 1^{er} septembre 2026, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, à l'Hôtel de Ville à Orange.

Sous la présidence de Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Maire.

Étaient présents

Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Madame Annick BADOR, Monsieur Jean-Pierre PASERO, Madame Frédérique VIDAL, Monsieur Nicolas ARNOUX, Madame Christine MARTIN, Monsieur Florent AGRO, Madame Marie-Thérèse GALMARD, Monsieur Denis SABON, Madame Agnès JEANJEAN, Monsieur Philippe DRAPIER, Madame Marcelle ARSAC, Monsieur David MARSEILLE, Madame Hélène DALBIES, Monsieur Jean-Claude FREMERY, Madame Peggy LELEU, Monsieur Alphonse BOURRET, Madame Jeanine GOUDET, Madame Laure ROBIN, Monsieur Michel OLIVEIRA, Monsieur Christophe LESTERLAN, Madame Linda COSTA, Madame Joelle EICKMAYER, Monsieur Xavier MARQUOT, Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Stéphane LANOY, Monsieur Christian GASTOU, Madame Sylvie AUMAGE, Monsieur Olivier TROUSSE, Monsieur Brigitte LAOURIGA, Monsieur Philippe SOLA

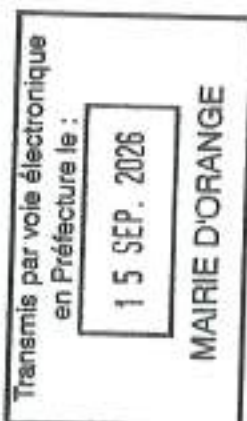
Absents représentés

Madame Catherine GASPA représenté(e) par Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Jonathan ARGENSON représenté(e) par Madame Joelle EICKMAYER

Absents

Madame Stefana TESU, Monsieur Jacques BOMPARD

Conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales, Madame Marie-Thérèse GALMARD est nommé(e) secrétaire de séance à l'unanimité.



BUDGET PRINCIPAL VILLE D'ORANGE - RENOUELEMENT DE PLACEMENTS FINANCIERS (COMPTE A TERME) – EXERCICE 2026 - 2027
--

VU le Code Général des Collectivités Territoriales et notamment les articles L 1618-1 et L 1618-2 ;

VU la délibération DL_619_2025 du 16 septembre 2025 actant 4 placements financiers (compte à terme) pour une durée d'un an à compter du 01 octobre 2026 ;

Les fonds disponibles des Collectivités sont détenus par l'État qui les conserve sans verser d'intérêts.

Néanmoins, dans des cas très particuliers, une Collectivité peut recourir à des placements financiers s'ils sont issus de :

- De libéralités, de dons ou de legs,
- D'aliénation d'éléments de leur patrimoine (cession d'actifs),
- D'emprunts dont l'emploi est différé pour des raisons indépendantes de la volonté de la collectivité,
- De recettes exceptionnelles, dans l'attente de leur réemploi (indemnités d'assurance, sommes perçues à l'occasion d'un litige, recettes provenant de ventes de biens tirés de l'exploitation du domaine réalisés à la suite de catastrophes naturelles ou technologiques).

La durée du placement varie d'un mois à douze mois avec un taux différent suivant la période choisie.

Les intérêts sont versés à la fin de la période de placement. En cas de déblocage des fonds avant l'échéance, un prorata temporis des intérêts est calculé sur le nombre de jours de placement effectif. Il est à noter qu'en cas de déblocage anticipé, aucune pénalité ou frais n'est appliqué rendant ces placements particulièrement attrayants et sécurisés pour une Collectivité.

A l'issue du placement, la collectivité peut soit récupérer les fonds du placement pour les intégrer dans sa trésorerie, soit prendre une nouvelle délibération pour effectuer un nouveau placement de durée ou montant différent au taux en vigueur à ce moment-là.

Considérant que ces placements arrivent à terme le 30 septembre 2026.

Considérant que la trésorerie actuelle permet d'effectuer la continuité de ces placements sans affecter le rythme normal du règlement des dépenses de fonctionnement et d'investissement.

Considérant que ces placements n'impactent pas budgétairement les comptes de la ville d'Orange car se déduisant uniquement de la trésorerie.

Considérant qu'un montant de 2 608 000 € peut être reconduit à l'identique sous forme de quatre placements comme suit :

- Montant total des placements : 2 608 000 €
- Nature du produit : compte à terme
- Nombre de comptes à ouvrir : 4 comptes à terme de respectivement 1 000 000 € ; 500 000 € ; 500 000 € et 608 000 €
- Durée maximum du placement pour chaque compte à terme : 12 mois
- Date d'effet : 01 Octobre 2026
- Dernier taux nominal sur 12 mois connu : 2.70 % (Août 2026) contre 1.92 % (Août 2025)

- Dernier taux actuariel sur 12 mois connu : 2,74 % (Août 2026) contre 1,94 % (Août 2025)

Considérant que le taux nominal définitif sur 12 mois ne sera connu qu'ultérieurement et qu'il risque d'être légèrement différent de celui de Août 2026 fixé à 2,74 %.

Considérant qu'une recette prévisionnelle d'environ 50 000 € est attendue en fin d'année au titre des intérêts de ces quatre placements, somme qui sera intégrée dans le budget principal.

LE CONSEIL MUNICIPAL DÉCIDE

Article 1 : D'approuver la reconduction de quatre placements de respectivement 1 000 000 € ; 500 000 €, 500 000 € et 608 000 € sur les comptes à terme du trésor public pour une durée d'un an non renouvelable à compter du 1^{er} octobre 2026.

Article 2 : De dire que le taux définitif sera celui applicable au 1^{er} octobre 2026 lorsqu'il sera connu.

Article 2 : D'autoriser le Maire ou tout adjoint habilité à signer tout document relatif à ce dossier.

A l'unanimité,

- 33 Pour

SECRÉTAIRE DE SÉANCE
Marie-Thérèse GALMARD



LE MAIRE

Jean-Dominique ARTAUD





DÉPARTEMENT DE VAUCLUSE

DL_584_2026

— RÉPUBLIQUE FRANÇAISE —

**EXTRAIT DU REGISTRE
DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL**

SÉANCE DU LUNDI 07 SEPTEMBRE 2026

Nombre de membres

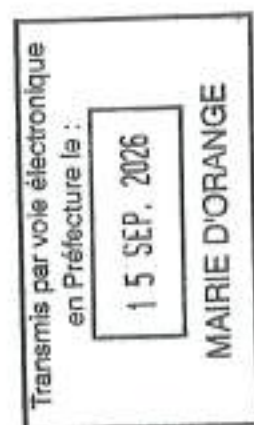
En exercice : 35
Présents : 31
Volants : 33

Pour : 33
Contre : 00
Abstention : 00

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif de Nîmes dans un délai de deux mois à compter de sa publication,

Publié le

15 SEP. 2026



L'an deux mille vingt six, le sept septembre , le Conseil municipal de la Commune d'Orange, légalement convoqué par le maire le 1^{er} septembre 2026, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, à l'Hôtel de Ville à Orange.

Sous la présidence de Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Maire.

Étaient présents

Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Madame Annick BADOR, Monsieur Jean-Pierre PASERO, Madame Frédérique VIDAL, Monsieur Nicolas ARNOUX, Madame Christine MARTIN, Monsieur Florent AGRO, Madame Marie-Thérèse GALMARD, Monsieur Denis SABON, Madame Agnès JEANJEAN, Monsieur Philippe DRAPIER, Madame Marcelle ARSAC, Monsieur David MARSEILLE, Madame Hélène DALBIES, Monsieur Jean-Claude FREMERY, Madame Peggy LELEU, Monsieur Alphonse BOURRET, Madame Jeanine GOUDET, Madame Laure ROBIN, Monsieur Michel OLIVEIRA, Monsieur Christophe LESTERLAN, Madame Linda COSTA, Madame Joelle EICKMAYER, Monsieur Xavier MARQUOT, Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Stéphane LANOY, Monsieur Christian GASTOU, Madame Sylvie AUMAGE, Monsieur Olivier TROUSSE, Monsieur Brigitte LAOURIGA, Monsieur Philippe SOLA

Absents représentés

Madame Catherine GASPA représenté(e) par Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Jonathan ARGENSON représenté(e) par Madame Joelle EICKMAYER

Absents

Madame Stefana TESU, Monsieur Jacques BOMPARD

Conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales, Madame Marie-Thérèse GALMARD est nommé(e) secrétaire de séance à l'unanimité.

CRÉATION D'UN CONSEIL MUNICIPAL DES ENFANTS (CME)

Vu le code général des collectivités territoriales et notamment les dispositions relatives à l'administration de la commune et à la participation des habitants à la vie locale ;

Vu la délibération du Conseil municipal portant création du Conseil des Sages de la Ville d'Orange ;

Vu la Convention internationale des Droits de l'Enfant du 20 novembre 1989, et en particulier son article 12 : relatif au droit d'expression des enfants sur les questions les concernant ;

Considérant que la Ville d'Orange souhaite favoriser l'apprentissage de la citoyenneté et de la démocratie dès le plus jeune âge et permettre aux enfants de participer, à leur niveau, à la vie de la commune ;

Considérant que la participation des enfants à la vie locale constitue un moyen privilégié de leur faire découvrir le fonctionnement des institutions, le rôle des élus, les principes de la démocratie et les modalités de prise de décision dans l'intérêt général ;

Considérant que la création d'un Conseil Municipal des Enfants constitue un dispositif permettant de donner aux jeunes Orangéens un espace d'expression, de réflexion, de dialogue et de proposition, tout en les associant à la réalisation d'actions et de projets contribuant à la vie de la commune ;

Considérant que cette démarche contribue au développement du civisme, du sens des responsabilités, du respect d'autrui, de l'écoute et du débat contradictoire, ainsi qu'à l'appropriation des valeurs de la République ;

Considérant que le Conseil Municipal des Enfants doit permettre aux enfants de devenir acteurs de la vie locale, en les invitant à réfléchir collectivement aux sujets qui les concernent et, plus largement, aux enjeux relevant de l'intérêt général ;

Considérant que cette instance constitue également un outil de transmission et de dialogue intergénérationnel, notamment par l'accompagnement des jeunes conseillers par les membres du Conseil des Sages de la Ville d'Orange ;

Considérant qu'il importe d'associer les jeunes conseillers aux temps forts de la vie citoyenne et républicaine de la commune, notamment aux cérémonies patriotiques et citoyennes organisées par la Ville d'Orange, afin de favoriser la transmission de la mémoire, la connaissance de l'histoire nationale et locale et l'attachement aux valeurs de la République ;

Considérant que le dispositif a vocation à associer l'ensemble des écoles élémentaires de la commune, qu'elles soient publiques ou privées, afin de permettre une représentation équilibrée des enfants du territoire ;

Considérant que les modalités de composition et d'élection doivent permettre aux enfants d'exercer concrètement leur responsabilité de jeune citoyen, dans un cadre adapté à leur âge ;

La Ville d'Orange souhaite créer un Conseil Municipal des Enfants (CME) afin de permettre aux élèves des écoles élémentaires de la commune de participer activement à la vie locale et de découvrir, par la pratique, les principes de la citoyenneté et de la démocratie

À l'image du Conseil municipal, le Conseil Municipal des Enfants constituera un espace dans lequel les jeunes élus pourront réfléchir, échanger, débattre, formuler des propositions et participer à la mise en œuvre de projets et d'actions répondant à l'intérêt général.

Le CME aura notamment pour missions :

- de favoriser "l'apprentissage de la citoyenneté et de la démocratie ;
- de permettre aux enfants de mieux comprendre le fonctionnement de la commune et le rôle des élus ;
- de favoriser l'expression et la prise en compte de la parole des enfants dans la vie locale ;
- de développer l'écoute, le dialogue, le respect des opinions et la capacité à construire collectivement
- d'encourager "l'engagement, le civisme et le sens des responsabilités ;
- de permettre aux jeunes conseillers de proposer et de participer à la réalisation de projets d'intérêt général ;
- de sensibiliser les enfants aux valeurs et principes de la République ;
- de favoriser les relations et les échanges intergénérationnels ;
- d'associer les jeunes conseillers aux manifestations et temps forts de la vie municipale et citoyenne ,
- de permettre notamment leur participation aux cérémonies patriotiques et citoyennes organisées par la Ville d'Orange, dans un objectif de transmission de la mémoire et des valeurs républicaines

Composition du Conseil Municipal des Enfants

Le Conseil Municipal des Enfants sera composé de 26 jeunes conseillers, issus des 13 écoles élémentaires de la commune, soit :

- 10 écoles élémentaires publiques ;
- 3 écoles élémentaires privées

Chaque établissement sera représenté par deux jeunes conseillers, constituant un binôme composé d'une fille et d'un garçon.

Les candidats devront être scolarisés en classe de CM2 au moment de l'élection

Les élections seront organisées au sein de chaque établissement auprès des élèves de CM1 et de CM2, qui constitueront le corps électoral.

Les jeunes conseillers seront élus pour une durée d'un an.

Accompagnement du Conseil Municipal des Enfants

Afin de favoriser la réussite de cette démarche citoyenne et de permettre aux jeunes conseillers d'être accompagnés dans l'exercice de leur mandat, le Conseil Municipal des Enfants bénéficiera de l'appui des 15 membres du Conseil des Sages de la Ville d'Orange.

Le Conseil des Sages aura notamment vocation à accompagner les enfants dans leurs réflexions, à favoriser le dialogue, à transmettre son expérience et à contribuer à l'animation des temps de travail du CME.

Cet accompagnement s'effectuera en lien avec les services municipaux compétents et dans le respect de la place et de la parole des jeunes conseillers.

Le Conseil des Sages n'aura pas vocation à se substituer aux jeunes élus dans leurs réflexions, leurs propositions ou leurs décisions, mais à les accompagner dans leur démarche citoyenne et dans la réalisation des projets retenus.

Fonctionnement

Le Conseil Municipal des Enfants se réunira selon une périodicité et des modalités adaptées à l'âge des jeunes conseillers et aux objectifs du dispositif.

Il pourra être organisé des séances plénières ainsi que, le cas échéant, des groupes de travail ou commissions thématiques permettant aux enfants d'approfondir certains sujets et de construire leurs propositions.

Les jeunes conseillers pourront être associés à la conception et à la réalisation d'actions ou de projets relevant notamment de la vie scolaire, de l'environnement, du cadre de vie, de la solidarité, du sport, de la culture, de la citoyenneté ou de tout autre domaine présentant un intérêt pour la commune et ses habitants.

Les modalités pratiques d'organisation des élections, de fonctionnement du CME, d'accompagnement des jeunes conseillers et de mise en œuvre des projets pourront être précisées dans un règlement intérieur, une charte ou tout autre document de fonctionnement adopté à cet effet.

LE CONSEIL MUNICIPAL DÉCIDE

Article 1 : D'approuver la Création du Conseil Municipal d'Enfants ;

Article 2 : De fixer à 26 le nombre de jeunes conseillers composant le Conseil Municipal des Enfants, à raison de deux représentants par école élémentaire de la commune, soit un binôme composé d'une fille et d'un garçon.

Article 3 : De prévoir que les candidats aux élections du Conseil Municipal des Enfants sont des élèves de CM2 et que les électeurs sont les élèves de CM1 et de CM2 des établissements concernés.

Article 4 : De fixer à un an la durée du mandat des jeunes conseillers.

Article 5 : De prévoir que le Conseil Municipal des Enfants sera accompagné par les 15 membres du Conseil des Sages de la Ville d'Orange, en lien avec les services municipaux compétents.

Article 6 : De prévoir que les jeunes conseillers seront associés à la vie citoyenne et républicaine de la commune et pourront notamment participer aux cérémonies patriotiques et citoyennes organisées par la Ville d'Orange.

Article 7 : D'autoriser Monsieur le Maire à prendre toutes les mesures nécessaires à la mise en œuvre de la présente délibération et à préciser les modalités pratiques de fonctionnement du Conseil Municipal des Enfants par tout document approprié.

Article 8 : De dire que la présente délibération sera transmise à Monsieur le Préfet de Vaucluse et fera l'objet des mesures de publicité prévues par la réglementation en vigueur.

A l'unanimité,

- 33 Pour

SECRÉTAIRE DE SÉANCE
Marie-Thérèse GARMARD



LE MAIRE

Jean-Dominique ARTAUD





DÉPARTEMENT DE VAUCLUSE

DL_587_2026

— RÉPUBLIQUE FRANÇAISE —
* * * * *
**EXTRAIT DU REGISTRE
DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL**

SÉANCE DU LUNDI 07 SEPTEMBRE 2026

Nombre de membres

En exercice : 35
Présents : 31

Prend acte

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif de Nîmes dans un délai de deux mois à compter de sa publication,

Publié le **15 SEP. 2026**



L'an deux mille vingt six, le sept septembre , le Conseil municipal de la Commune d'Orange, légalement convoqué par le maire le 1^{er} septembre 2026, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, à l'Hôtel de Ville à Orange.

Sous la présidence de Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Maire.

Étaient présents

Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Madame Annick BADOR, Monsieur Jean-Pierre PASERO, Madame Frédérique VIDAL, Monsieur Nicolas ARNOUX, Madame Christine MARTIN, Monsieur Florent AGRO, Madame Marie-Thérèse GARMARD, Monsieur Denis SABON, Madame Agnès JEANJEAN, Monsieur Philippe DRAPIER, Madame Marcelle ARSAC, Monsieur David MARSEILLE, Madame Hélène DALBIES, Monsieur Jean-Claude FREMERY, Madame Peggy LELEU, Monsieur Alphonse BOURRET, Madame Jeanine GOUDET, Madame Laure ROBIN, Monsieur Michel OLIVEIRA, Monsieur Christophe LESTERLAN, Madame Linda COSTA, Madame Joelle EICKMAYER, Monsieur Xavier MARQUOT, Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Stéphane LANOY, Monsieur Christian GASTOU, Madame Sylvie AUMAGE, Monsieur Olivier TROUSSE, Monsieur Brigitte LAOURIGA, Monsieur Philippe SOLA

Absents représentés

Madame Catherine GASPA représenté(e) par Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Jonathan ARGENSON représenté(e) par Madame Joelle EICKMAYER

Absents

Madame Stefana TESU, Monsieur Jacques BOMPARD

Conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales, Madame Marie-Thérèse GARMARD est nommé(e) secrétaire de séance à l'unanimité.

Vu le Code général des collectivités territoriales et notamment son article L. 1413-1 :

Vu la loi n° 2002-276 du 27 février 2002 relative à la démocratie de proximité et notamment son article 5 .

Conformément à l'article L1411-3 du C.G.C.T., la SPL CHORÉGIE D'ORANGE a adressé à l'autorité délégante un rapport sur sa gestion pour l'année 2025 (document joint en annexe), qui doit être présenté à l'assemblée délibérante.

Conformément à l'article L1413-1 du C.G.C.T., ce rapport a fait l'objet d'un examen par la Commission Consultative des Services Publics Locaux réunie le 25 août 2026. Celle-ci a émis un avis favorable.

Ce rapport présente le bilan de la saison 2025 des Chorégies d'Orange, incluant la programmation, la fréquentation, les recettes, et le résultat financier comme suit

Programmation et Manifestations

- La saison 2025 a combiné lyrique, symphonique, ballet et cinéma, avec 11 spectacles au lieu de 13 initialement.
- La programmation a été conçue pour favoriser la diversité artistique et l'engagement éducatif
- Plusieurs spectacles ont été coproduits avec des partenaires comme le Festival d'Aix-en-Provence.
- La saison a inclus des événements pour le jeune public, des projets pédagogiques et des représentations en dehors du théâtre antique.

Fréquentation et Recettes

- La fréquentation totale a été de 25 441 entrées payantes, avec 36 555 spectateurs en comptant tous types d'entrées.
- La recette totale hors annulations s'élève à 1 667 488 €, soit 77 % du budget prévu.
- Deux spectacles ont été annulés pour faible fréquentation, impactant les recettes.
- La billetterie a généré une majorité de revenus, complétés par des subventions publiques.
- La tarification famille a fortement augmenté depuis 2022, avec 1 268 billets vendus en 2025.

Résultats Financiers

- Le résultat comptable affiche un déficit de 413 297 €
- Les charges d'exploitation ont été légèrement inférieures au budget, à 98 %.
- Les produits d'exploitation ont été inférieurs de 15 % au budget prévu.
- Les subventions ont représenté une part importante des revenus.
- Des pertes de recettes liées aux spectacles annulés ont été partiellement compensées par des économies sur les charges.

État de la Billetterie

- La billetterie a enregistré 25 441 entrées payantes, avec des recettes de 1 667 488 €
- Les spectacles en opéra ont attiré plus de spectateurs que d'autres événements.
- Deux représentations ont été annulées, impactant les résultats financiers.

- La vente de billets pour les spectacles gratuits a été faible, mais a contribué à la visibilité.
- La fréquentation et les recettes ont été affectées par la météo et les annulations.

LE CONSEIL MUNICIPAL DÉCIDE

Article 1 : De prendre acte du rapport annuel de gestion de la SPL Chorégies d'Orange pour l'exercice 2025, présenté conformément aux dispositions de l'article L.1411-3 du Code général des collectivités territoriales ;

Article 1 : De dire que le rapport annuel de gestion 2025 est annexé à la présente délibération.

A l'unanimité,

- Prend acte

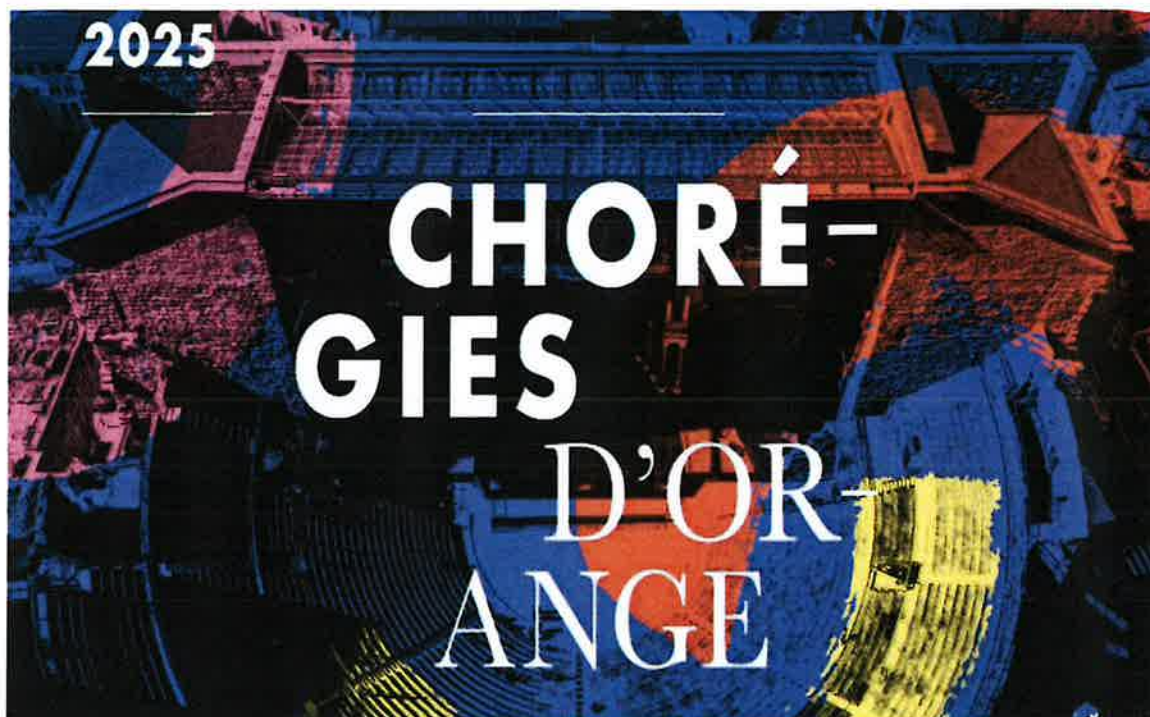
SECRÉTAIRE DE SÉANCE
Marie-Thérèse GALMARD



LE MAIRE

Jean-Dominique ARTAUD



Bilan qualitatif et quantitatif

Manifestation :

SAISON 2025 DES CHOREGIES D'ORANGE

Du 13 juin au 22 juillet 2025

SPL CHOREGIES D'ORANGE

18 Place Silvain – 84100 Orange

Représentée par son Président Directeur Général, Richard GALY

SIRET 84236891200015

Tél : 04 90 51 83 83

Mail : administration@choregies.com

Fidèle à sa volonté de faire des Chorégies d'Orange un festival multidisciplinaire, la programmation 2025 de Jean-Louis Grinda a mêlé avec bonheur, lyrique, symphonique, ballet et cinéma.

L'ensemble des spectacles a été chaleureusement accueilli par le public, témoignant de leur grande qualité, qu'il s'agisse des concerts symphoniques, du *Requiem* de Mozart, du ballet, du ciné-concert ou des opéras en version concert, *Il Trovatore* et *La Forza del destino*, présenté en coproduction avec le Festival international d'art lyrique d'Aix en Provence.

Cependant, cette saison a aussi été marquée par l'annulation de deux spectacles, motivée par la très faible fréquentation : le concert *Grande scène émergente* proposé en coproduction avec le Festival d'Aix en Provence et le *Liverpool Oratorio*.

Ainsi, du 13 juin au 22 juillet, 11 manifestations ont été données au Théâtre Antique d'Orange (contre 13 initialement prévues).

La fréquentation a enregistré 25 441 entrées payantes pour une recette HT globale de 1 666 148 € (hors concerts annulés), soit un différentiel négatif de 466 852 € par rapport aux recettes prévisionnelles budgétées (hors concerts annulés).

Les spectacles

Pop the Opera – 13 juin – Théâtre antique

Poursuivant son engagement dans la formation et l'épanouissement artistique de la jeunesse, la saison 2025 des Chorégies s'est ouverte le 13 juin avec le concert *Pop the Opera*, présenté dans le cadre du projet pédagogique mené depuis 2017 en liaison avec le Rectorat Aix Marseille et le Conseil départemental de Vaucluse.

Cette année a été marquée par l'ajout de la danse au projet pédagogique. La chorégraphe Eugénie Andrin a ainsi rejoint le projet pour guider des adolescents, novices ou non, dans la préparation d'une performance inédite *Breathe, breathe*.

Enfin, cette année encore, les Chorégies d'Orange ont souhaité donner plus d'ampleur au projet pédagogique en présentant une représentation du concert *Pop The Opera* dans un format adapté à la scène de l'Auditorium de Vaucluse, le 24 mai, avec la participation d'une centaine de collégiens du Vaucluse et la deuxième dans un format plus ambitieux présenté pour la première fois en 2017, où 900 collégiens et lycéens du Département se sont produits sur la scène du Théâtre Antique d'Orange le 13 juin. Par ailleurs, France Télévisions a souhaité la participation des enfants de *Pop the Opera* pour leur soirée en direct, *Musiques en Fête*, en direct des Chorégies d'Orange, du 20 juin ; c'est ainsi que plus de 500 élèves y ont interprété un extrait du concert *Pop the Opera*. Ce qui, assurément, est une reconnaissance de la qualité de la prestation des enfants.

Musiques en fête – 20 juin – Théâtre antique

Comme il est de tradition maintenant depuis plus de 15 ans, la soirée *Musiques en Fête, en direct des Chorégies d'Orange* sur France Télévisions, a eu lieu le 20 juin et a mis à l'honneur des grands airs d'opéras, de la danse, de la comédie musicale, de la chanson et de la musique traditionnelle.

Cet évènement musical, gratuit, était dirigé par les chefs d'orchestre Ariane Matiakh, Pierre Bleuse et Didier Bentti à la tête de l'Orchestre national de Lyon.

Lavilliers Symphonique – 25 juin – Théâtre antique

Direction musicale : Raphaël Merlin

Accompagné de l'Orchestre national Avignon-Provence, Bernard Lavilliers a revisité son répertoire avec la puissance et la richesse d'un orchestre symphonique.

Requiem, Mozart – 28 juin – Théâtre antique

Mise en image : Enki Bilal

Direction musicale Diego Ceretta

Orchestre Philharmonique de Monte-Carlo

Cette partition magistrale a fait l'objet d'une création visuelle signée Enki Bilal, illustre dessinateur français. Son style graphique unique, à la fois mélancolique, futuriste et profondément humain, est entré en résonance avec la gravité du *Requiem*.

Les dessins projetés sur le mur du Théâtre antique d'Orange ont accompagné la musique pour créer une expérience artistique et émotionnelle inédite.

Concert symphonique – 5 juillet – Théâtre antique

Direction musicale : Michele Spotti

Orchestre Philharmonique de Marseille

Harpe : Xavier de Maistre

Edouard Lalo – Reinhold Glière – Hector Berlioz

Avec pour climax central de la soirée l'incontournable *Symphonie fantastique* d'Hector Berlioz, le programme du concert de l'Orchestre Philharmonique de Marseille, placé sous la baguette de son directeur musical Michele Spotti, faisait la part belle au post-romantisme avec deux œuvres, créées à cinquante ans d'intervalle, *Le Roi d'Ys* (1888) d'Edouard Lalo, et le *Concerto pour harpe et orchestre en mi bémol majeur* (1938) du trop méconnu Reinhold Glière avec, en soliste, le harpiste international Xavier de Maistre

Il Trovatore, Verdi – 6 juillet – Théâtre antique

Direction musicale : Jader Bignamini

Orchestre Philharmonique de Marseille

Chœurs des Chorégies d'Orange et de l'Opéra Grand Avignon

Cet opéra en version concert a été porté par une distribution prestigieuse comprenant notamment Anna Netrebko dans le rôle de Leonora et Marie-Nicole Lemieux (Azucena), Aleksei Isaev (il Conte Luna) et Yusif Eyvazov (Manrico).

Récital Renaud Capuçon – 9 juillet – Théâtre antique

Violon : Renaud Capuçon

Piano : Guillaume Bellom

Le célèbre violoniste a choisi d'interpréter la *sonate pour violon n°7* de Beethoven, la *sonate pour violon et piano n°3* de Brahms et la *sonate pour violon et piano en mi bémol majeur opus 18* de Strauss.

Le lac des cygnes – 12 juillet – Théâtre antique

Chorégraphie : Angelin Preljocaj

Ballet Preljocaj

C'est dans le cadre du cycle consacré au ballet intégré à la programmation du Festival depuis 7 ans maintenant que tous les amateurs de ce genre ont pu apprécier la prestation de l'illustre Ballet Preljocaj, dans le chef d'œuvre musical de Tchaïkovski et une chorégraphie tout à la fois très imprégnée de l'histoire du ballet classique et résolument contemporaine.

Récital *Scène émergente* – 15 juillet – Palais des princes

Engagée en faveur de la nouvelle génération d'artistes lyriques, les Chorégies ont présenté 4 jeunes talents prometteurs, Chloé Chaume, Juliette Tacchino, Kaëlig Boché et Julien Henric.

***La Forza del destino*, Verdi – 20 juillet – Théâtre antique**

Direction musicale : Daniele Rustioni

Orchestre et chœurs de l'Opéra de Lyon

Cet opéra en version concert a été coproduit avec le Festival international d'art lyrique d'Aix en Provence. Il a réuni une distribution d'envergure emmenée par Anna Pirozzi aux côtés d'Ekaterina Semenchuk, d'Ariunbaatar Ganbaatar, d'Ambrogio Maestri et de Michele Pertusi.

Au deux tiers de la représentation, la pluie est venue interrompre le spectacle.

Ciné-concert *Fantasia de Disney* – 22 juillet – Théâtre antique

Direction musicale : Victor Jacob

Orchestre national Avignon-Provence

Poursuivant leur politique de spectacles familiaux, les Chorégies ont proposé un ciné-concert, *Fantasia* de Disney.

L'édition 2025 du Festival a enregistré une fréquentation de 36 555 spectateurs (hors annulations), se décomposant comme suit :

- 25 441 entrées payantes (dont 1 266 en tarif famille et 1 360 en tarif jeunes)
- 5 780 invitations
- 5 334 billets en spectacle gratuit

Il convient de souligner que ne sont pas comptés les billets vendus pour les 2 représentations annulées, au nombre de 1 471.

Tel qu'indiqué ci-dessous, déduction faite des représentations annulées, les recettes billetterie budgétées s'élevaient à 2 161 000 € HT et ont été réalisées à hauteur de 77 % ; soit 1 667 488 € HT, ce qui représente un différentiel négatif de 493 512 €.

Etat de la billetterie au 30 Septembre 2025

		ENTREES			RECETTES	RECETTES	ECART
		Payantes	Invitations	TOTAL	BUDGETEES hors taxes	REALISEES hors taxes	
OPERA							
06/07	Il Trovatore	3 435	786	4 221	638 000	435 052	- 202 948
20/07	La forza del destino	2 709	735	3 444	638 000	308 107	- 329 893
AUTRES SPECTACLES THEATRE ANTIQUE							
13/06	Pop the opéra	2 804	319	3 123	28 000	32 570	4 570
25/06	Lavilliers symphonique	3 648	657	4 305	80 000	244 497	164 497
28/06	Requiem Mozart	2 712	698	3 410	375 000	222 209	- 152 791
05/07	Concert symphonique	1 035	523	1 558	115 000	56 338	- 58 662
09/07	Récital Renaud Capuçon	1 463	365	1 828	50 000	56 116	6 116
12/07	Le lac des cygnes	4 420	705	5 125	160 000	235 944	75 944
17/07	Grande scène émergente (annulé)			-			-
22/07	Ciné-concert Fantasia Disney	3 127	895	4 022	75 000	75 597	597
25/07	Liverpool oratorio (annulé)			-			-
THEATRE DES PRINCES							
15/07	Récital Scène Emergente	88	97	185	2 000	1 058	- 942
TOTAL		25 441	5 780	31 221	2 161 000	1 667 488	- 493 512

Spectacles gratuits

	ENTREES		
	Payantes	Invitations	TOTAL
20/06 Musiques en fête		5 334	5 334
TOTAL		5 334	5 334

Comme chaque année, les pertes de recettes billetterie ont été en partie compensées par les économies sur les charges.

Le tarif famille, initiés en 2022 sur le ciné-concert, est généralisé depuis 2023 sur l'ensemble des représentations. C'est un tarif qui progresse chaque année.

2022 (1 spectacle)	2023	2024	2025
170	523	755	1 266

Ainsi, 1 266 tarifs famille ont été vendus contre 170 en 2022.

A noter que les tarifs jeunes ont été au nombre de 1 360 (5% de la fréquentation payante).

ETUDE DU RESULTAT COMPTABLE

Le résultat comptable de l'exercice clos au 30 septembre 2025 présente un déficit de 413 297 €.

Les charges s'élèvent à 4 319 874 €, alors qu'elles étaient budgétées à hauteur de 4 397 577 €, soit un taux de consommation de 98%.

Les produits s'élèvent à 3 906 576 €, alors qu'ils étaient budgétés à hauteur de 4 569 877 €, soit un taux de réalisation de 85%.

A noter que les subventions de fonctionnement en numéraire s'élèvent à 1 781 477 € HT dont :

- Région 734 574 € HT (750 000 € TTC)
 - Etat 587 659 € HT (600 000 € TTC)
 - Département 293 830 € HT (300 000 € TTC)
 - Ville 149 314 € HT (152 450 € TTC)
- hors valorisation des avantages en nature

<u>Charges d'exploitation</u>	4 190 519
<i>Dont Services extérieurs</i>	2 728 916
<i>Dont Impôts et taxes</i>	10 035
<i>Dont Charges de personnel</i>	1 211 512
<i>Dont Dotations aux amortissements</i>	240 045
<i>Dont Charges diverses de gestion courante</i>	11

<u>Produits d'exploitation</u>	3 661 502
<i>Dont Chiffre d'affaires</i>	1 879 955
<i>Dont Subventions</i>	1 781 477
<i>Dont Autres produits</i>	70

Résultat d'exploitation - 529 018

Quote-part de résultat sur opérations - 11 900

Produits financiers 3
Charges financières 1 255

Résultat financier	- 1 252
Produits exceptionnels	242 073
Charges exceptionnelles	140 000
Résultat exceptionnel	105 073
Résultat de l'exercice	- 413 297



DÉPARTEMENT DE VAUCLUSE

DL_588_2026

— RÉPUBLIQUE FRANÇAISE —
* * * * *
**EXTRAIT DU REGISTRE
DES
DELIBERATIONS DU CONSEIL MUNICIPAL**

SÉANCE DU LUNDI 07 SEPTEMBRE 2026

Nombre de membres

En exercice : 35

Présents : 31

Prend acte

La présente délibération peut faire l'objet d'un recours devant le Tribunal Administratif de Nîmes dans un délai de deux mois à compter de sa publication,

Publié le **15 SEP. 2026**



L'an deux mille vingt six, le sept septembre , le Conseil municipal de la Commune d'Orange, légalement convoqué par le maire le 1^{er} septembre 2026, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, à l'Hôtel de Ville à Orange.

Sous la présidence de Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Maire.

Étaient présents

Monsieur Jean-Dominique ARTAUD, Madame Annick BADOR, Monsieur Jean-Pierre PASERO, Madame Frédérique VIDAL, Monsieur Nicolas ARNOUX, Madame Christine MARTIN, Monsieur Florent AGRO, Madame Marie-Thérèse GALMARD, Monsieur Denis SABON, Madame Agnès JEANJEAN, Monsieur Philippe DRAPIER, Madame Marcelle ARSAC, Monsieur David MARSEILLE, Madame Hélène DALBIES, Monsieur Jean-Claude FREMERY, Madame Peggy LELEU, Monsieur Alphonse BOURRET, Madame Jeanine GOUDET, Madame Laure ROBIN, Monsieur Michel OLIVEIRA, Monsieur Christophe LESTERLAN, Madame Linda COSTA, Madame Joelle EICKMAYER, Monsieur Xavier MARQUOT, Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Stéphane LANOY, Monsieur Christian GASTOU, Madame Sylvie AUMAGE, Monsieur Olivier TROUSSE, Monsieur Brigitte LAOURIGA, Monsieur Philippe SOLA

Absents représentés

Madame Catherine GASPA représenté(e) par Madame Céline BEYNEIX, Monsieur Jonathan ARGENSON représenté(e) par Madame Joelle EICKMAYER

Absents

Madame Stefana TESU, Monsieur Jacques BOMPARD

Conformément à l'article L. 2121-15 du Code Général des Collectivités Territoriales, Madame Marie-Thérèse GALMARD est nommé(e) secrétaire de séance à l'unanimité.



RAPPORT ANNUEL 2025 RELATIF A L'EXPLOITATION DU THEATRE ANTIQUE PAR AURA MONUMENTS D'ORANGE

Vu le rapport annuel 2025 présenté par Aura Monuments d'Orange relatif à l'exploitation du Théâtre antique, de l'Arc de triomphe et du Musée d'art et d'histoire d'Orange ;

Considérant que la fréquentation touristique poursuit sa progression en 2025 avec plus de 150 000 visiteurs, confirmant l'attractivité du patrimoine antique d'Orange, ainsi qu'une forte fréquentation des manifestations culturelles organisées sur le site ;

Considérant que les investissements réalisés en 2025, notamment la rénovation des espaces d'accueil, le développement de parcours immersifs, l'acquisition d'équipements de réalité virtuelle et le déploiement de nouveaux outils numériques, contribuent à la modernisation de l'offre culturelle et touristique ;

Considérant que les actions de communication, de promotion et de commercialisation, associées à une stratégie digitale renforcée et à de nombreux partenariats, ont permis d'améliorer la visibilité des monuments et de diversifier les publics ;

Considérant que les enquêtes de satisfaction témoignent d'un niveau élevé d'appréciation des visiteurs et spectateurs, notamment pour les nouvelles expériences immersives telles que l'Odyssée Sonore ;

Considérant que les activités développées participent au dynamisme économique du territoire, soutiennent l'emploi local et renforcent l'attractivité touristique d'Orange ;

Considérant, toutefois, que les résultats financiers de l'exercice demeurent fortement déficitaires, malgré les efforts engagés en matière de maîtrise des coûts et de développement commercial, en raison notamment d'un chiffre d'affaires inférieur aux prévisions et de la diminution des recettes de billetterie de certaines activités ;

Considérant que la poursuite des investissements devra s'accompagner d'une vigilance particulière quant à l'équilibre économique de l'exploitation et à la consolidation des recettes propres ;

Conformément à l'article L1413-1 du C.G.C.T. ce rapport a fait l'objet d'un examen par la Commission Consultative des Services Publics Locaux réunie le 25 août 2026. Celle-ci a émis un avis favorable.

LE CONSEIL MUNICIPAL DÉCIDE

Article unique : De prendre acte du rapport annuel 2025 présenté par Le délégataire Aura Monuments d'Orange relatif à l'exploitation touristique et culturelle du Théâtre antique, de l'Arc de triomphe et du Musée d'art et d'histoire d'Orange.

A l'unanimité,

- Prend acte

SECRÉTAIRE DE SÉANCE
Marie-Thérèse GALMARD



LE MAIRE
Jean-Dominique ARTAUD

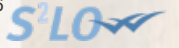


Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



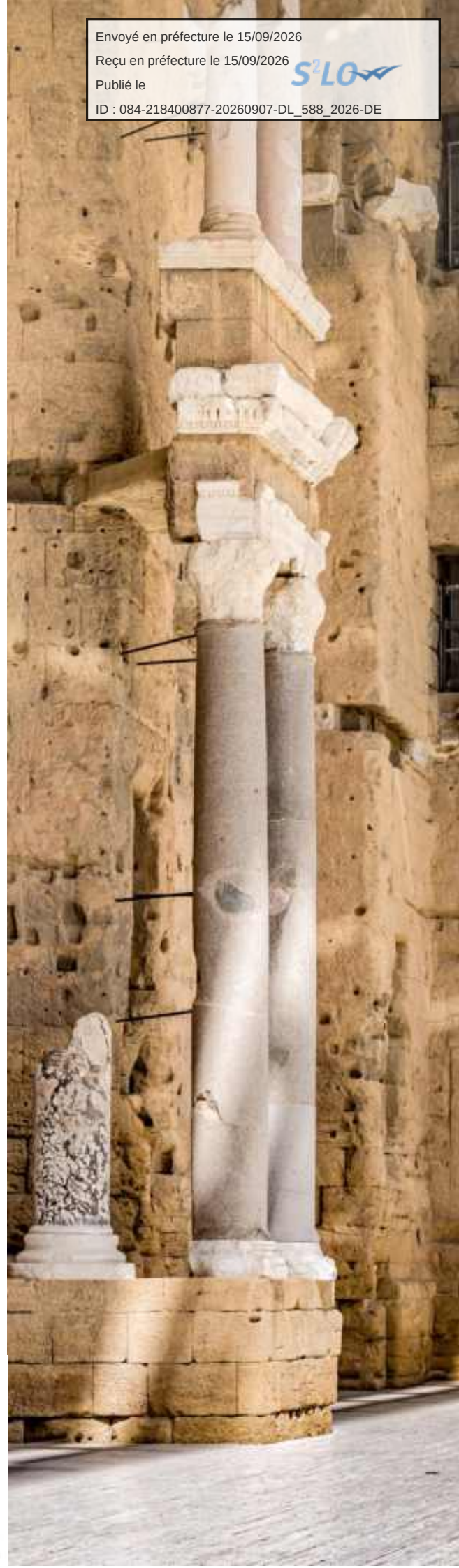
RAPPORT ANNUEL

DE DÉLÉGATION DE SERVICE PUBLIC

ANNÉE 2025

*Théâtre antique, Arc de triomphe et
Musée d'art et d'histoire d'Orange*

aura



Délégataire : AURA Monuments d'Orange

Délégant : Ville d'Orange

Objet : Concession de service public relative à l'exploitation touristique et culturelle du Théâtre antique, de l'Arc de triomphe et du Musée d'art et d'histoire d'Orange

Exercice : Du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025

SOMMAIRE

1. Synthèse.....	5
2. Compte-rendu technique	7
2.1 Analyse de la fréquentation et du chiffre d'affaires	8
2.1.1 Parcours jour : visite des monuments.....	9
2.1.2 Parcours nuit : Odyssée Sonore	27
2.1.3 Privatisations	35
2.1.4 Observatoire du tourisme	39
2.1.5 Impact économique et social de l'activité de la délégation de Aura à Orange	43
2.2 Les actions marketing en faveur du développement	44
2.3 Mise en place du projet culturel.....	62
2.3.1 Un nouvel espace d'accueil au Théâtre antique	63
2.3.2 Le développement de nouvelles gammes de produits dérivés et le renouvellement de la charte graphique.....	65
2.3.3 La création d'une fresque dans la salle de réalité virtuelle.....	69
2.3.4 Parcours Les légendes du Théâtre	70
2.3.5 Les animations : Gardiens de l'Histoire, ateliers pédagogiques, visite animée	71
2.3.6 Nouveau chapitre pour l'Odyssée Sonore – Quand les Dieux s'en mêlent....	79
2.3.7 Collaboration de la salle Manufactures du Musée d'art et d'histoire	82
2.4 Les événements.....	83
2.4.1 Les concerts Candlelight.....	83
2.4.2 Le Positiv Festival : 54 000 spectateurs accueillis pour une édition unique	84
2.5 Activité de la librairie-boutique.....	87
2.6 Analyse de la satisfaction des visiteurs	90
2.7 Fermetures anticipées	101
3. Informations relatives aux biens du service	103
3.1 Inventaire des biens.....	103
3.2 Contrats de sous-traitance	103
3.3 Suivi des obligations contractuelles	104
4. Situation du personnel	105

4.1	Registre du personnel.....	105
4.1.1	Effectifs	105
4.1.2	Conditions de rémunération.....	107
4.1.3	Absentéisme.....	108
4.1.4	Règlement intérieur.....	108
4.2	Formation du personnel.....	108
4.3	Faits marquants	109
4.4	Aura, créateur d'emploi	109
5.	Données comptables.....	115
5.1	Compte de résultat pour l'exploitation.....	115
5.1.1	Compte de résultat simplifié.....	115
5.1.2	Analyse des recettes de l'exploitation	116
5.1.3	Analyse des charges	117
5.2	Situation des biens et immobilisations.....	120
5.3	Suivi du programme d'investissements	121
5.4	Autres éléments financiers liés à la délégation	123
5.4.1	Liasse fiscale.....	123
5.4.2	Créances	123
6.	Perspectives 2026.....	124
7.	Annexes	125

1. Synthèse

Depuis le 1er avril 2022, la Ville d'Orange a confié à la société Orange Edeis, dans le cadre d'une convention de concession de service public, l'exploitation touristique et culturelle de trois joyaux du patrimoine orangeois : le Théâtre antique, l'Arc de triomphe et le Musée d'art et d'histoire. Début 2026, Orange Edeis est devenue Aura Monuments d'Orange. Consacrée exclusivement à la culture, Aura Culture a remplacé Edeis Culture, en affirmant une vision plus claire et ambitieuse au service du patrimoine et des territoires.

L'année 2025 a connu des temps forts exceptionnels qui ont su conjuguer innovation, émotion et rayonnement international :

- **L'inauguration du nouvel espace d'accueil billetterie et boutique** installé dans la *Basilica* ouest fraîchement restaurée. Ce nouvel espace commercial propose un espace redéfini pour une expérience du visiteur en adéquation avec le monument. De nouvelles gammes de produits dérivés ont fait leur apparition, en harmonie avec la refonte de la charte graphique du Théâtre antique. Cet espace s'ouvre sur une terrasse de médiation, avec un parcours dédié à l'âge d'or du monument.
- **L'Odyssée Sonore**, immersive et audacieuse, a évolué en proposant un nouveau chapitre intitulé *Quand les Dieux s'en mêlent*. Une nouvelle expérience incluant une dimension narrative dans laquelle le spectateur devient véritablement acteur de son aventure au sein du monument.
- **Les Gardiens de l'Histoire**, animation phare du printemps, ont rencontré un succès populaire qui s'est étendu à toutes les périodes de vacances scolaires, confirmant le pouvoir d'attraction de ce parcours théâtralisé.
- **L'expérience historique de réalité virtuelle**, *Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu*, renouvelée en 2024 a émerveillé de nombreux spectateurs avec une hausse de fréquentation de 27% et un taux de captation record. En 2025, le film a été nommé aux **Laval Virtual Awards 2025**, dans la catégorie Consumer Expérience & Entertainment.
- L'ouverture d'un nouveau parcours de visite – **Les légendes du Théâtre** – consacré aux événements qui ont rythmé l'histoire de ce lieu multimillénaire.

Sans oublier les **soirées magiques** qui ont envoûté les nuits orangeoises : concerts mythiques, performances immersives de l'Odyssée Sonore, mappings lumineux du Positiv Festival, la venue de Will Smith... autant d'instantanés qui ont sublimé l'écrin merveilleux du Théâtre antique !



Aura Monuments d'Orange a poursuivi son ambition intacte pour faire rayonner Orange et a poursuivi ses efforts avec détermination, déployant une **stratégie de communication et de commercialisation active** aux échelles locale, nationale et internationale. Plus que jamais, le Théâtre antique incarne l'ambition de faire d'Orange une destination patrimoniale incontournable et vivante, au cœur du rayonnement culturel du territoire.

Nous vous invitons à découvrir en détail cette année marquante dans le rapport d'activité 2025, témoignage fidèle de notre engagement au service du patrimoine et de l'excellence culturelle d'Orange.

2. Compte-rendu technique

Le présent document a pour objectif de rendre compte de l’activité du délégataire sur la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025.

La saisonnalité est une donnée majeure de l’activité touristique et culturelle du patrimoine orangeois et se caractérise par l’étalement et la segmentation suivants :

- Le public individuel de provenance française et étrangère visite principalement sur les périodes de vacances, longs week-ends de pont et très haute saison juillet-août ;
- Le public groupes scolaires est concentré sur la période de mars à juin ;
- Le public groupes adultes est présent de mars à octobre.

Le Théâtre antique, par son classement au Patrimoine mondial de l’UNESCO et sa renommée internationale, attire environ **48%** de visiteurs **étrangers**, soit +6 points par rapport à 2024.

La fréquentation des **individuels** représente **83%** de la fréquentation totale.

La fréquentation des **groupes** représente **17%** de la fréquentation totale.

Le chiffre d’affaires généré par la fréquentation des individuels représente 87% du chiffre d’affaires total.

La chiffre d’affaires généré par la fréquentation des groupes (scolaires et adultes confondus) représente 13% du chiffre d’affaires total.

Différents compléments de visite sont proposés, tels que la visite virtuelle et l’escape game, au prix de 5€ par personne en complément du prix du billet d’entrée. Durant les animations estivales, une offre promotionnelle est appliquée sur la visite virtuelle à 4€ par personne. L’escape game a été retiré du parcours de visite en juin 2025, n’entrant plus dans la cohérence des parcours de visite proposés grâce aux nouvelles installations proposées.

Le **taux de prise de la visite virtuelle** est en moyenne de **16%**.

Le taux de prise de **l’escape game** est en moyenne de **2%**.

Les objectifs prévus au compte d’exploitation prévisionnel de 2021 ne sont pas atteints sur le parcours jour et sur le parcours nuit : -36% pour le parcours jour et -90% pour le parcours nuit.

	Parcours jour	Parcours nuit
CEP	237 100	74 800
Réalisé	150 428	6 986

Certaines données concernant les visiteurs (âge et origine socio-professionnelle) ne sont pas connues car ces informations ne sont pas demandées lors de la vente des billets.

2.1 Analyse de la fréquentation et du chiffre d'affaires

En 2022, Edeis a choisi LOGICK comme fournisseur de billetterie.

Cependant, au fil du temps, il est apparu que cette solution ne répondait pas aux besoins commerciaux fondamentaux des sites culturels, entravant leur bon fonctionnement et limitant leurs performances.

Plusieurs insuffisances ont été constatées :

- Une mauvaise compréhension des spécificités liées aux activités diurnes et nocturnes du Théâtre antique ;
- L'absence de fonctionnalités de base ;
- Des ventes en ligne quasi inexistantes ;
- Des délais excessifs pour la mise en place des offres commerciales ;
- Un traitement des données inadapté à l'exploitation.

Face à ces constats, Edeis a décidé de mener en 2024 une veille approfondie des systèmes de billetterie afin de déployer en 2025 un nouvel outil de billetterie innovant, afin de soutenir son développement commercial.

Cette solution, basée sur un système de commerce unifié alimenté par l'intelligence artificielle, permettra de :

- Transformer l'expérience de billetterie ;
- Simplifier le parcours client sur l'ensemble des canaux ;
- Optimiser les ventes et renforcer la fidélisation grâce à des outils de marketing intelligent.

Ce nouveau système de billetterie, SMEETZ, a été déployé courant mars 2025. De ce fait, une partie des données sont issues du système LOGICK (janvier, février et une partie du mois de mars) et une autre partie du système SMEETZ (une partie du mois de mars et le reste de l'année).

De ce fait :

Les données qui vont suivre proviennent du système LOGICK et ne comportent pas :

Le nombre de visiteurs étrangers et le montant HT des recettes liées à ces visites ;

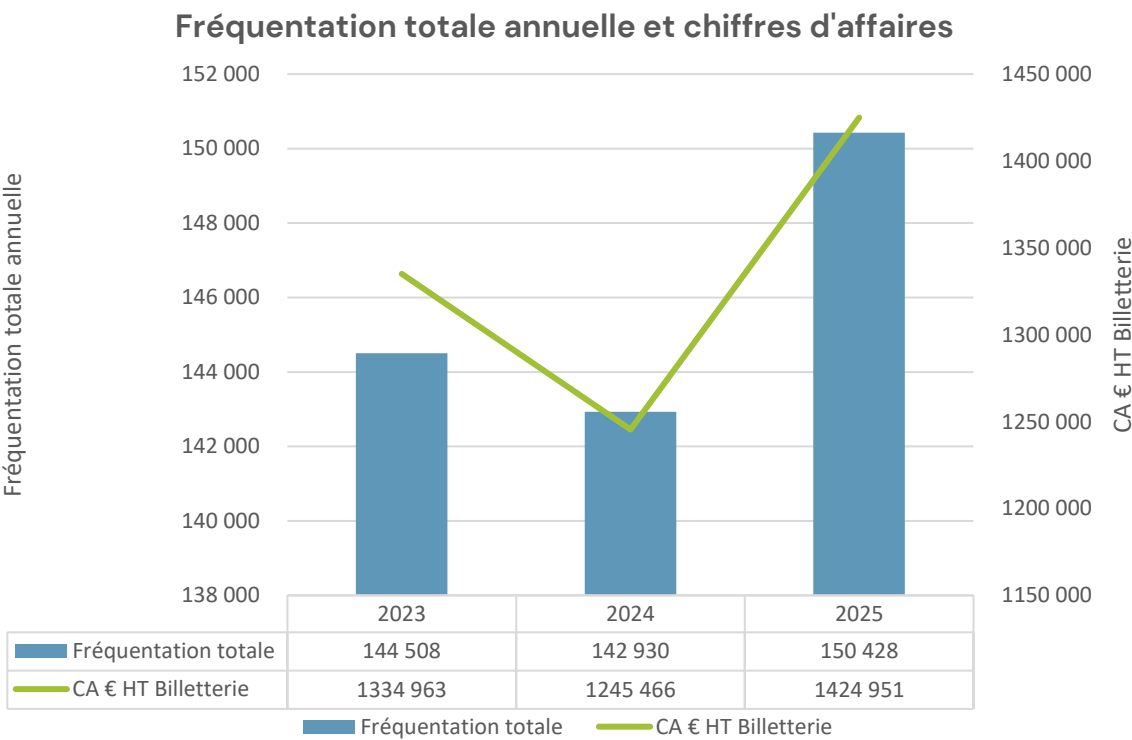
Le nombre de visite de groupes scolaires et le montant HT des recettes liés à ces visites.

Enfin, dans un but de rayonnement de l'offre des monuments d'Orange, nous avons fait le choix de commercialiser la visite des monuments et / ou l'Odyssée Sonore via différents canaux de billetterie : Tiqets, Ticketmaster, Get Your Guide, Civitatis, TUI Musement, ainsi que via différents partenaires : structures hôtelières et tour-opérateurs.

À toutes fins utiles, la grille tarifaire pour les parcours de visites des monuments d’Orange se trouve en **Annexe 12**.

2.1.1 Parcours jour : visite des monuments

Comparaison de la fréquentation et du chiffre d’affaires 2023 – 2024 – 2025



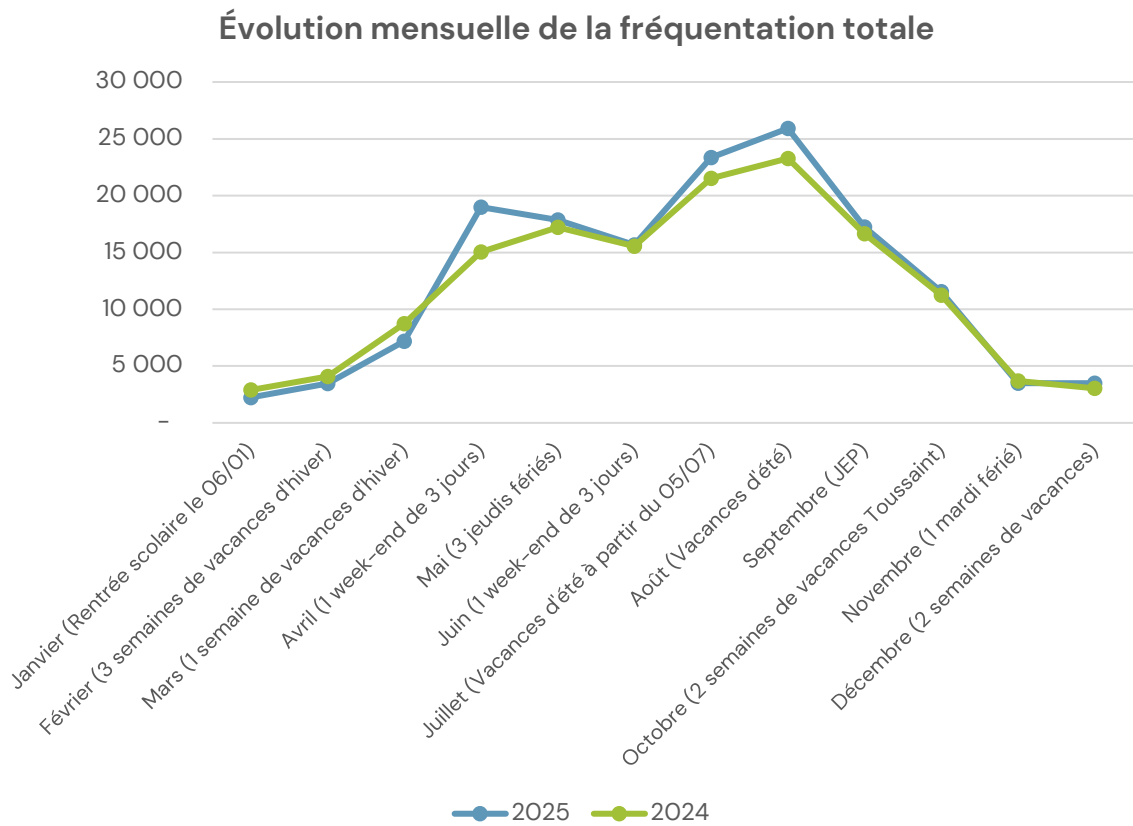
Le graphique illustre l’évolution de la **fréquentation totale annuelle** et du **chiffre d’affaires (CA) en € HT** pour les années 2023, 2024 et 2025. L’année 2023 marque en effet un point de départ important, correspondant à la mise en place de nombreux parcours de visite au sein des monuments. Puis, on note une légère baisse de la fréquentation en 2024 avec une diminution plus marquée du chiffre d’affaires (**1 245 466 €**), possiblement liée à des facteurs externes, mais surtout aux travaux de restauration de la *Basilica* ouest engendrant la délocalisation de l’accueil du monument.

En 2025, nous observons une **reprise significative** avec une fréquentation record de **150 428 visiteurs** (+5% environ par rapport à 2023 et 2024) et un chiffre d’affaires en forte hausse à **1 424 951 €** (+6,7 % par rapport à 2023 et +14,4% par rapport à 2024). Cette croissance parallèle entre fréquentation et chiffre d’affaires confirme une dynamique positive et une résilience opérationnelle.

La corrélation entre la hausse de la fréquentation et celle du chiffre d’affaires en 2025 souligne une **amélioration de l’efficacité commerciale mais également les retombées des actions commerciales et de communication menées depuis 2022**, ainsi qu’une

optimisation des prix. Des résultats encourageants qui seront approfondis dans le rapport pour identifier les leviers de cette performance.

Évolution mensuelle de la fréquentation



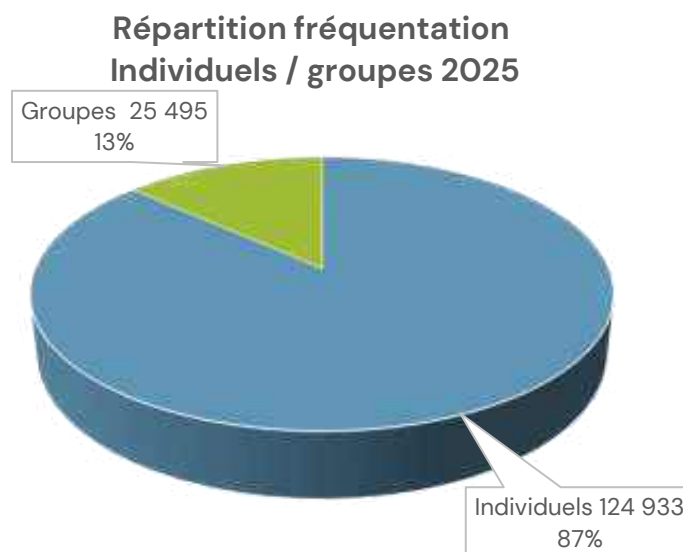
Données détaillées

	2025	2024
Janvier (<i>rentrée scolaire le 06/01</i>)	2 239	2 891
Février (<i>3 semaines de vacances d'hiver</i>)	3 453	4 088
Mars (<i>1 semaine de vacances d'hiver</i>)	7 184	8 723
Avril (<i>1 week-end de 3 jours</i>)	18 981	15 051
Mai (<i>3 jeudis fériés</i>)	17 863	17 224
Juin (<i>1 week-end de 3 jours</i>)	15 656	15 542
Juillet (<i>vacances d'été à partir du 05/07</i>)	23 348	21 511
Août (<i>vacances d'été</i>)	25 915	23 275
Septembre (<i>JEP</i>)	17 248	16 659
Octobre (<i>2 semaines de vacances Toussaint</i>)	11 557	11 233
Novembre (<i>1 mardi férié</i>)	3 499	3 678
Décembre (<i>2 semaines de vacances</i>)	3 485	3 055

Globalement, la tendance montre une forte saisonnalité avec un pic estival et une baisse marquée en fin d'année. De 2024 à 2025, on note une croissance de 10 à 20% entre mars et août et un pic historique en juillet et août 2025 (+2000 visiteurs par mois par rapport à 2024) malgré les fermetures anticipées en raison de concerts.

Le défi est de lisser la fréquentation hors saison pour lutter contre la dépendance à la saisonnalité et limiter la chute hivernale. Cet objectif de stabilité nécessite une stratégie globale du territoire et de la destination.

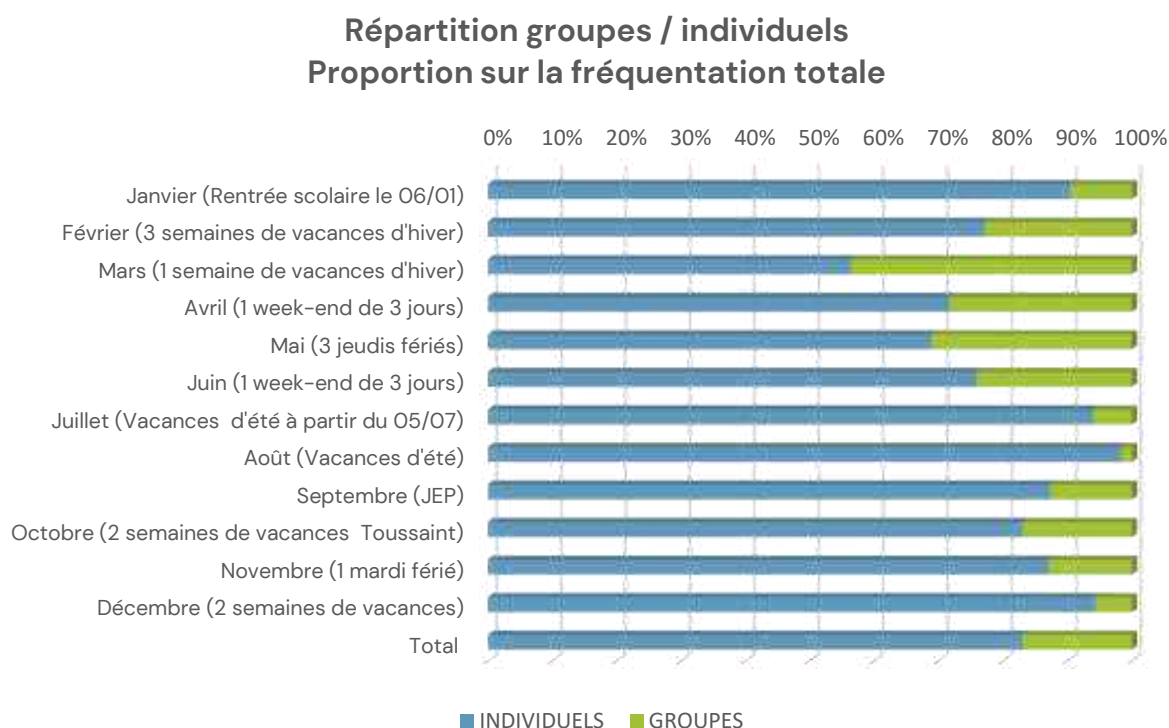
Répartition de la fréquentation et du chiffre d'affaires groupes et individuels



674 groupes ont été accueillis en 2025, soit 25 495 personnes et 124 933 individuels.

130 groupes sont venus en avril et 136 en mai, soit environ 40% de la fréquentation totale des groupes. Cette période correspond à celle des voyages scolaires.

Quant aux visiteurs individuels, ils sont plus présents en juillet et août, même si la fréquentation sur toute l'année est proportionnelle à la saisonnalité de l'activité touristique et culturelle.



Données détaillées

	INDIVIDUELS	GROUPEs
Janvier (<i>rentrée scolaire le 06/01</i>)	2 025	214
Février (<i>3 semaines de vacances d'hiver</i>)	2 661	792
Mars (<i>1 semaine de vacances d'hiver</i>)	4 052	3 132
Avril (<i>1 week-end de 3 jours</i>)	13 600	5 381
Mai (<i>3 jeudis fériés</i>)	12 306	5 557
Juin (<i>1 week-end de 3 jours</i>)	11 876	3 780
Juillet (<i>vacances d'été à partir du 05/07</i>)	21 951	1 397
Août (<i>vacances d'été</i>)	25 475	440
Septembre (<i>JEP</i>)	15 056	2 192
Octobre (<i>2 semaines de vacances Toussaint</i>)	9 599	1 958
Novembre (<i>1 mardi férié</i>)	3 046	453
Décembre (<i>2 semaines de vacances</i>)	3 286	199
Total	124 933	25 495

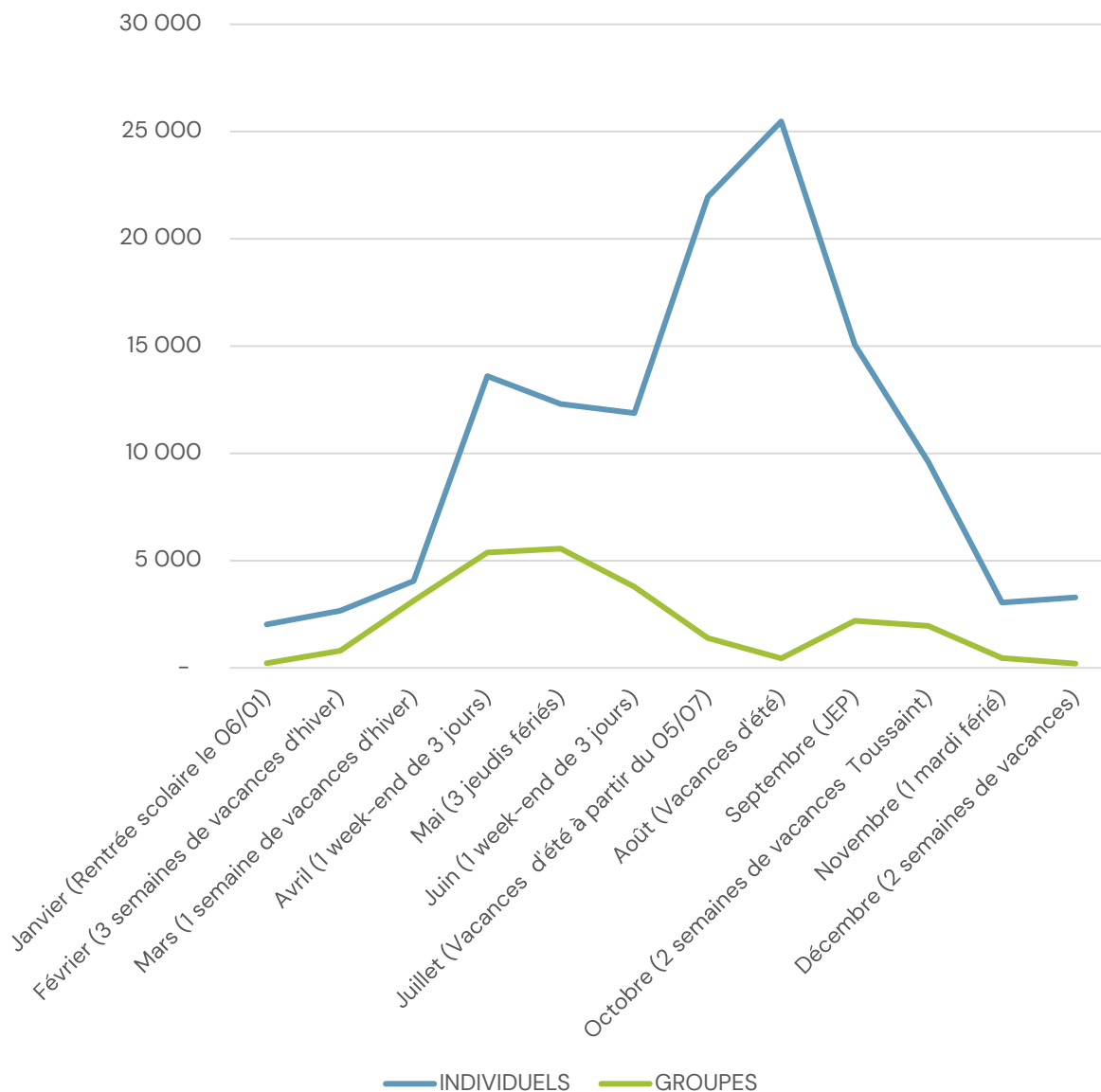
La proportion entre les visiteurs individuels et groupes est répartie comme telle :

- **Individuels** : 82,36% en 2024 et 83.05% en 2025, soit une variation positive d'environ 1 point ;
- **Groupes** : 17,63% en 2024 et 16.94% en 2025, soit une légère diminution de 1 point.

La proportion en termes de chiffre d'affaires est assez similaire :

- **Individuels** : 85,02% en 2024 contre 86.69% en 2025 ;
- **Groupes** : 14,97% en 2024 contre 13.30% en 2025.

Évolution de la fréquentation Individuels / groupes 2025



Répartition de la fréquentation groupes adultes et groupes scolaires

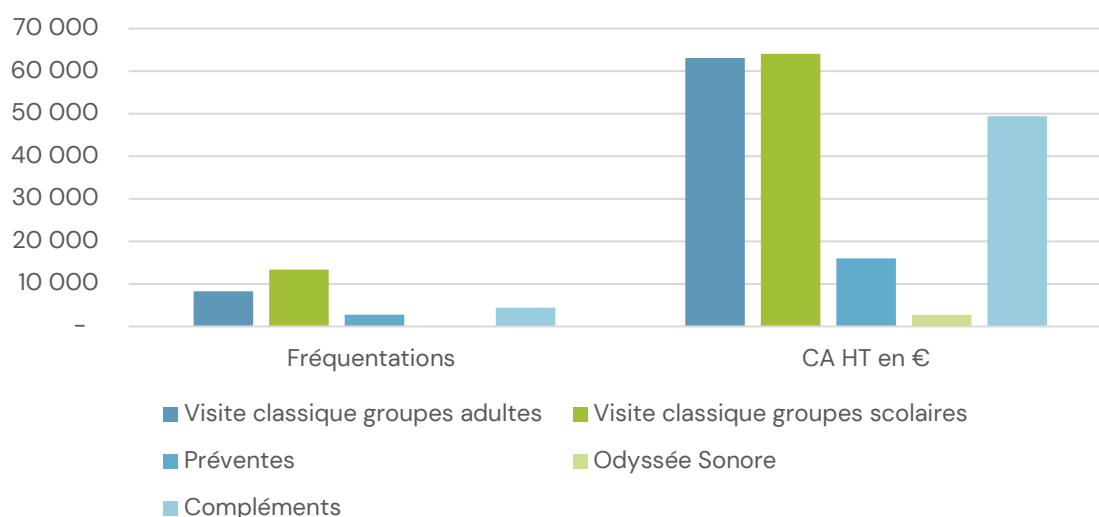
Le tableau synthétique ci-dessous permet de mettre en évidence le ratio de fréquentation des groupes, ainsi que les chiffres d'affaires correspondants, en tenant compte des divers produits proposés. Bien que la fréquentation des scolaires soit plus importante que celle des adultes en nombre de visiteurs, on note le retour non négligeable des groupes adultes, ayant connu un recul important depuis la crise sanitaire. Les chiffres d'affaires sont corrélés aux données de fréquentation.

La commercialisation de l'Odyssée Sonore auprès des groupes n'a pas été concluante en raison des contraintes de transport et d'hébergement sur place.

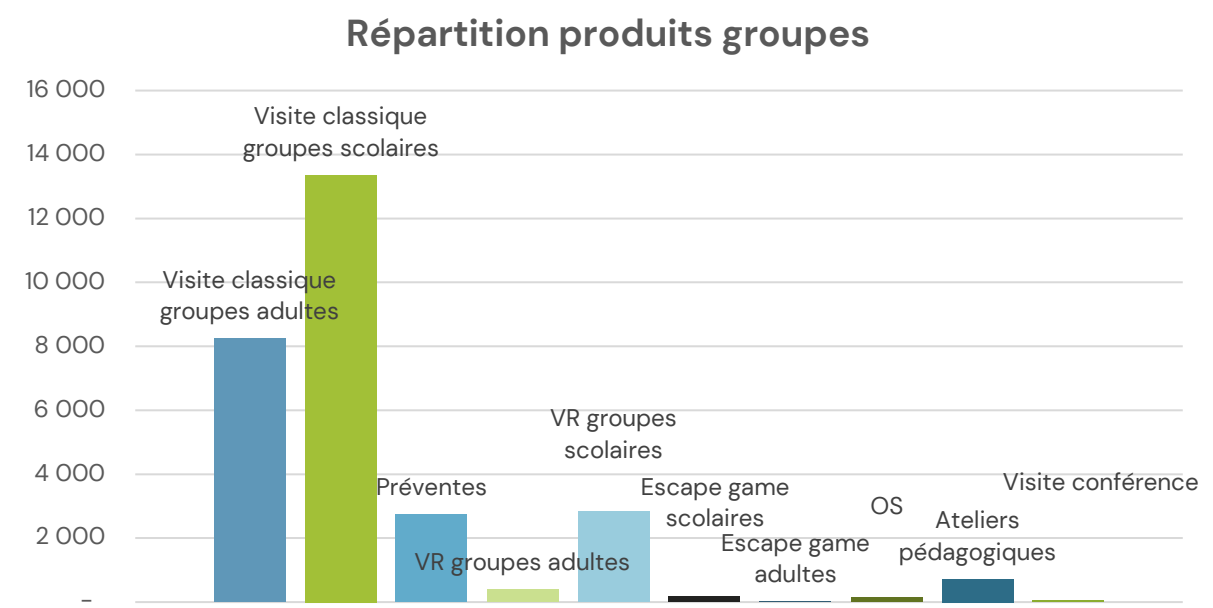
Les préventes correspondent majoritairement aux billets achetés par l'Office de Tourisme et des agences réceptives.

Le reste des données concernent les compléments de visite, soit la visite virtuelle, l'écape game, les visites avec guides-conférenciers et la formule visite avec déjeuner.

Répartition de la fréquentation groupes et chiffres d'affaires



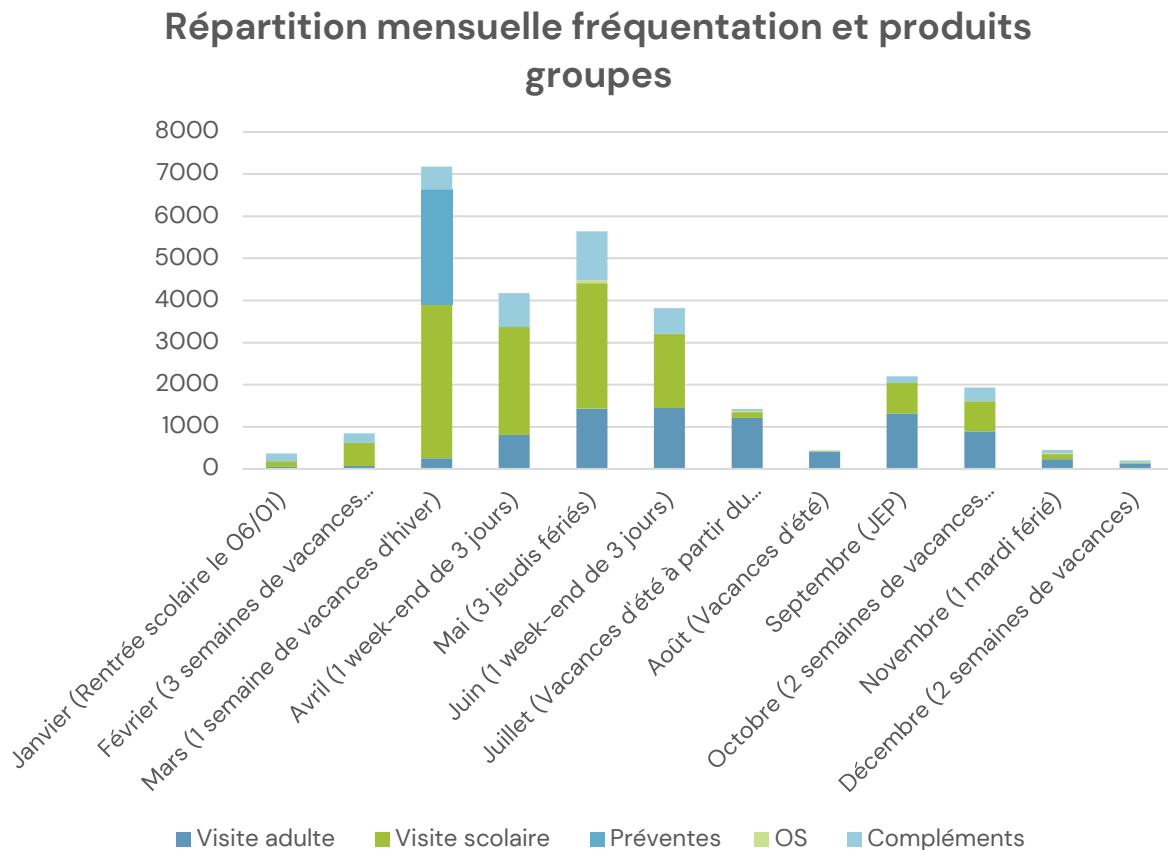
Le tableau détaillé ci-dessous permet un détail plus important sur les produits complémentaires.



Données détaillées

Répartition des produits vendus aux groupes	Visite classique groupes adultes	Visite classique groupes scolaires	Préventes	Odyssée Sonore	Autres produits (visite virtuelle, escape game, déjeuner, visite guidée)
Fréquentation	8 241	13 354	2 738	133	4 388
CA HT en €	63 081,86 €	64 085,99 €	16 008,39 €	2 666,82 €	49 379,79 €

Répartition mensuelle de la fréquentation groupes



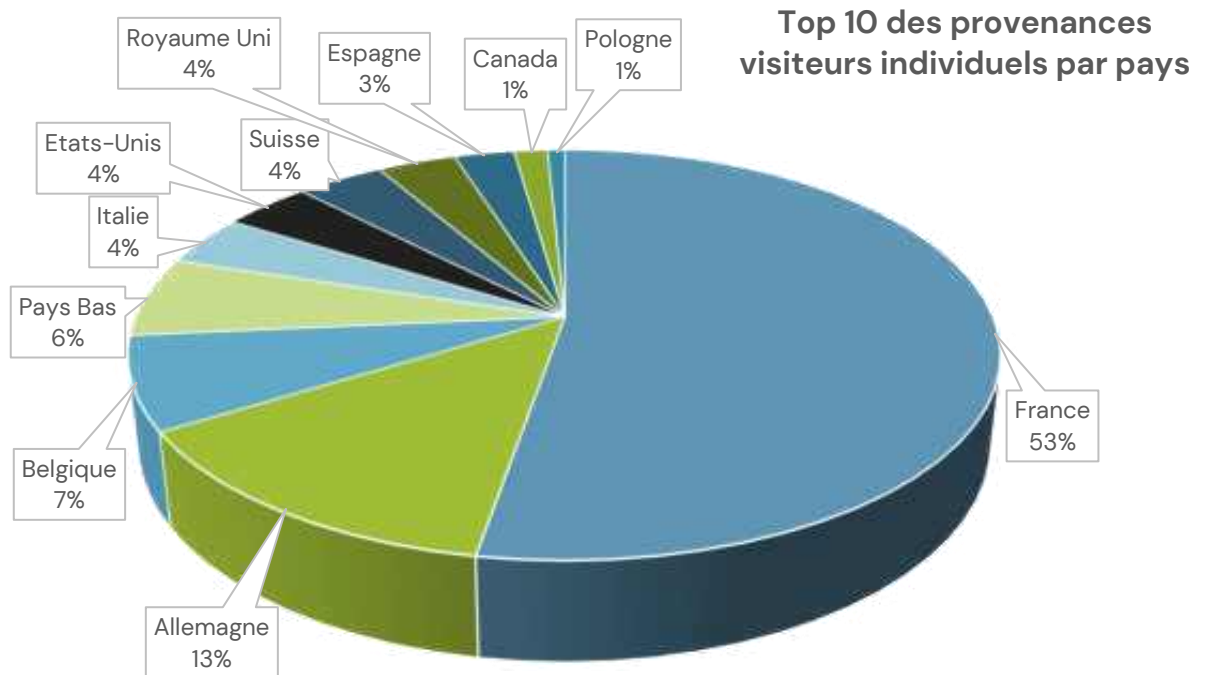
On observe une fréquentation des groupes particulièrement élevée entre mars et juin, avec un pic très marqué au mois de mars, principalement lié aux groupes scolaires et aux préventes.

Comme habituellement, les groupes scolaires restent fortement représentés en avril, mai et juin, tandis que les groupes adultes connaissent une fréquentation importante au printemps, notamment en mai et juin, puis à nouveau en septembre et octobre.

La période estivale de juillet et août enregistre une baisse sensible de la fréquentation des groupes adultes, malgré une présence encore notable des groupes adultes en juillet, généralement sans réservation.

Enfin, les mois de janvier, février, novembre et décembre apparaissent comme les périodes les plus creuses en termes de fréquentation des groupes, ce qui rejoint également la tendance observée pour la fréquentation individuelle.

Analyse des provenances par pays – Individuels



Dans la catégorie **visiteurs individuels**, on observe qu'environ 1 provenance sur 2 est française.

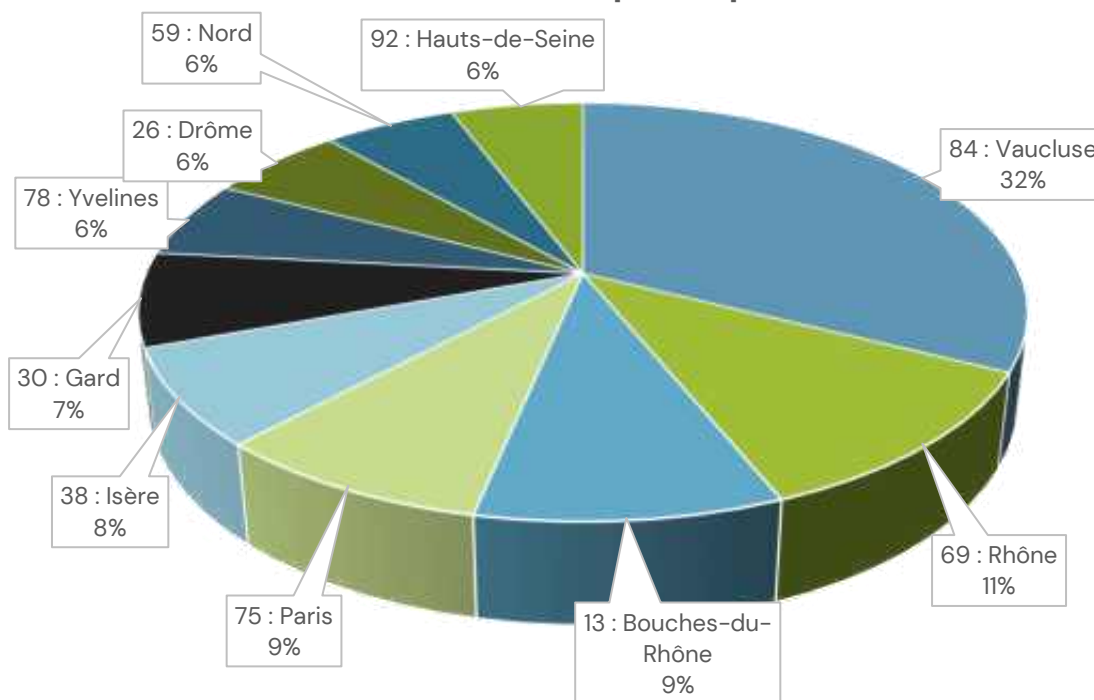
Les **visiteurs étrangers** représentent **47%** de l'ensemble des visiteurs.

L'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas demeurent dans le top 3 des provenances accueillies. Suivent ensuite à égalité les États-Unis, le Royaume-Uni, l'Italie et la Suisse, puis l'Espagne. Le Canada et la Pologne ont des parts faibles mais ils représentent des marchés d'opportunité à développer.

Ainsi, l'activité dépend fortement du marché français mais on note également une bonne implantation européenne. La présence des pays hors Europe comme les États-Unis et le Canada dans le top 10 des provenances accueillies démontre un potentiel international solide.

Analyse des provenances par département – Individuels

Top 10 des provenances visiteurs individuels par département



Le tableau ci-dessous présente les 30 premiers départements de provenance des visiteurs.

Comme en 2024, on note un **visitorat très local et beaucoup de visiteurs des départements limitrophes, suivis de très près par la région parisienne.**

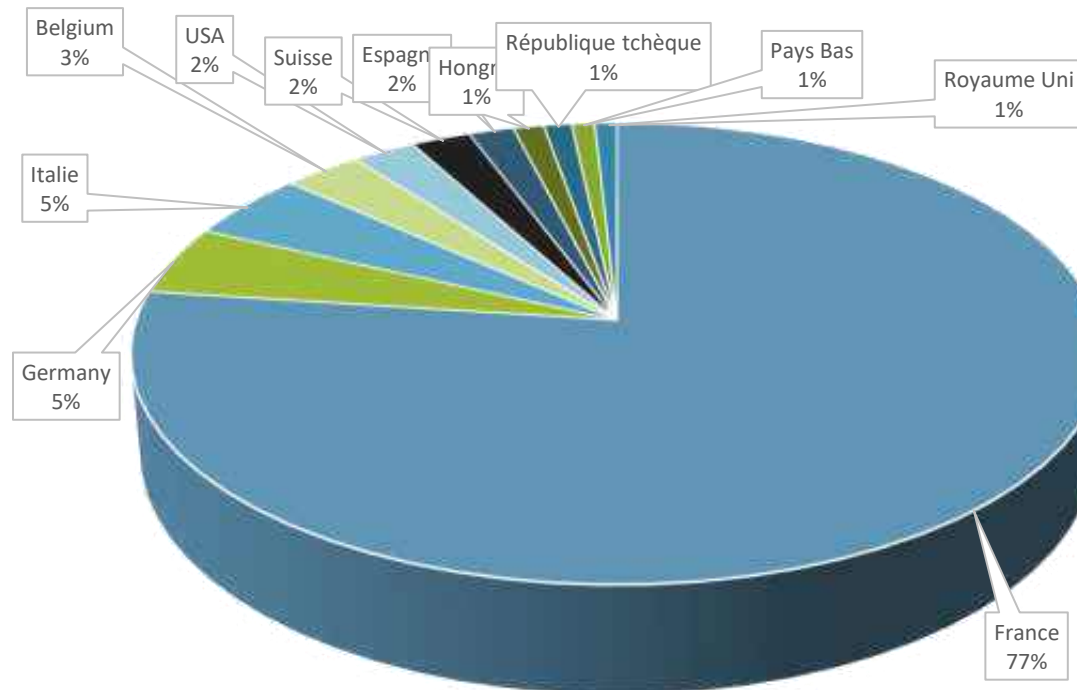
Les campagnes de communication de grande envergure de 2024 ont consolidé le visitorat du département, ainsi que les départements de la région Ile-de-France.

Données détaillées

Département	Nombre de visiteurs
84 : Vaucluse	6228
69 : Rhône	2196
13 : Bouches-du-Rhône	1809
75 : Paris	1655
38 : Isère	1433
30 : Gard	1396
78 : Yvelines	1141
26 : Drôme	1137
59 : Nord	1105
92 : Hauts-de-Seine	1102
34 : Hérault	1004
06 : Alpes-Maritimes	881
33 : Gironde	817
74 : Haute-Savoie	816
31 : Haute-Garonne	809
83 : Var	803
44 : Loire-Atlantique	787
42 : Loire	755
35 : Ille-et-Vilaine	718
76 : Seine-Maritime	660
91 : Essonne	590
62 : Pas-de-Calais	578
01 : Ain	560
77 : Seine-et-Marne	558
67 : Bas-Rhin	558
94 : Val-de-Marne	523
57 : Moselle	466
73 : Savoie	450
95 : Val-d'Oise	433
63 : Puy-de-Dôme	410

Analyse des provenances par pays – Groupes

Top 10 des provenances pays Catégorie groupes payants



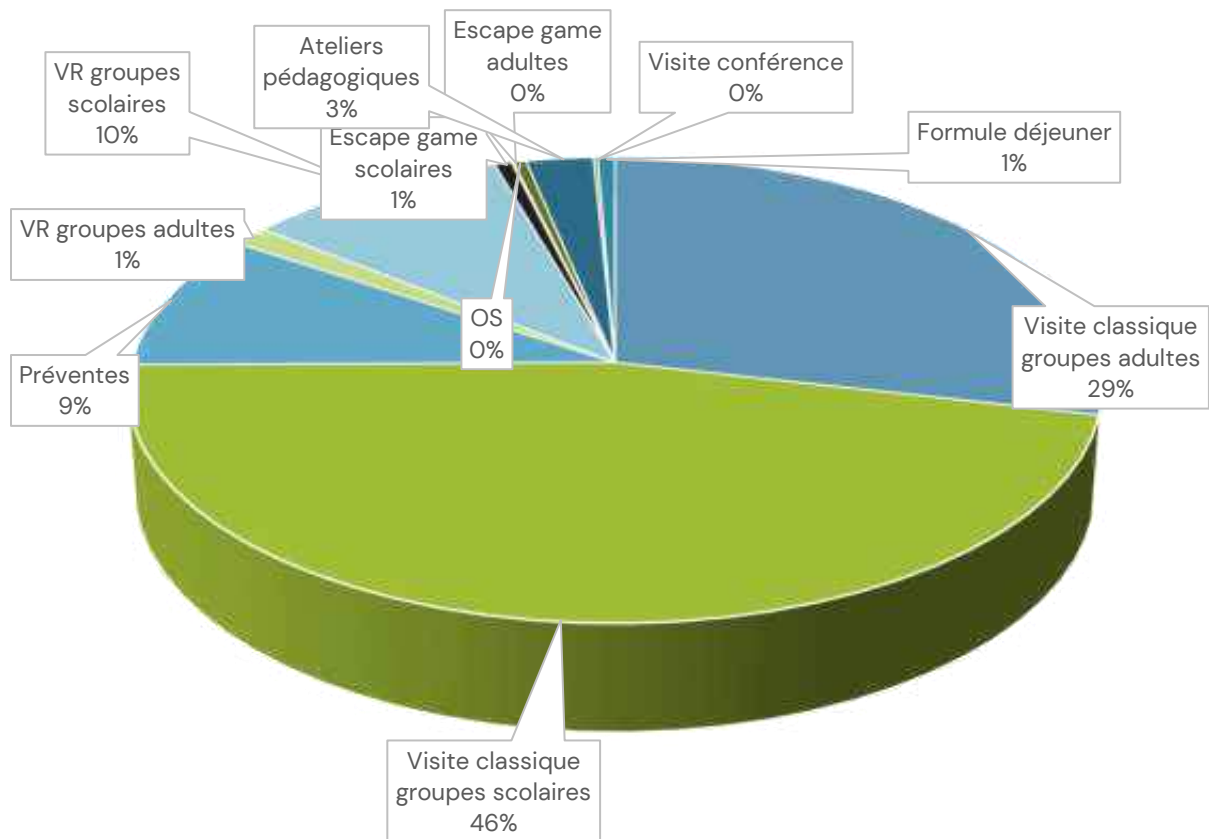
Les groupes français représentent le plus grand nombre des visiteurs (77%), notamment les groupes scolaires.

On retrouve les mêmes provenances que pour les individuels dans ce top 10, avec tout de même la présence de l'Italie parmi les 3 meilleures provenances. La place des Américains est tout aussi bien remarquée que chez les individuels, ainsi que les Suisses.

Les groupes venant de la République Tchèque maintiennent leur position à la 7^{ème} place, comme en 2024.

De manière générale, toutes ces provenances représentent un potentiel international à fort pouvoir d'achat.

Analyse des prestations vendues aux groupes



674 ventes de groupes ont été effectuées en 2025, soit 65 ventes en plus par rapport à 2024.

L'analyse des produits vendus montre une très forte prédominance des visites classiques pour les groupes scolaires, qui représentent à elles seules près de la moitié des ventes (46 %).

Les visites classiques pour les groupes adultes constituent également une part importante de l'activité avec 29 % des ventes, confirmant que les visites guidées restent le cœur de l'offre proposée aux groupes.

La visite virtuelle scolaire représente 10% des produits vendus, ce qui traduit un intérêt complémentaire pour ce format de visite « spécifique », encore plus que les ateliers pédagogiques qui permettent également une immersion adéquate au programme scolaire.

Dans l'ensemble, la répartition met donc en évidence une activité largement portée par la clientèle scolaire et par les visites classiques, qui concentrent à elles seules les trois quarts des ventes.

Focus visite virtuelle

La fréquentation totale de la visite virtuelle en 2025 a été de 18 630 spectateurs, soit une augmentation de plus de 27% par rapport à 2024.

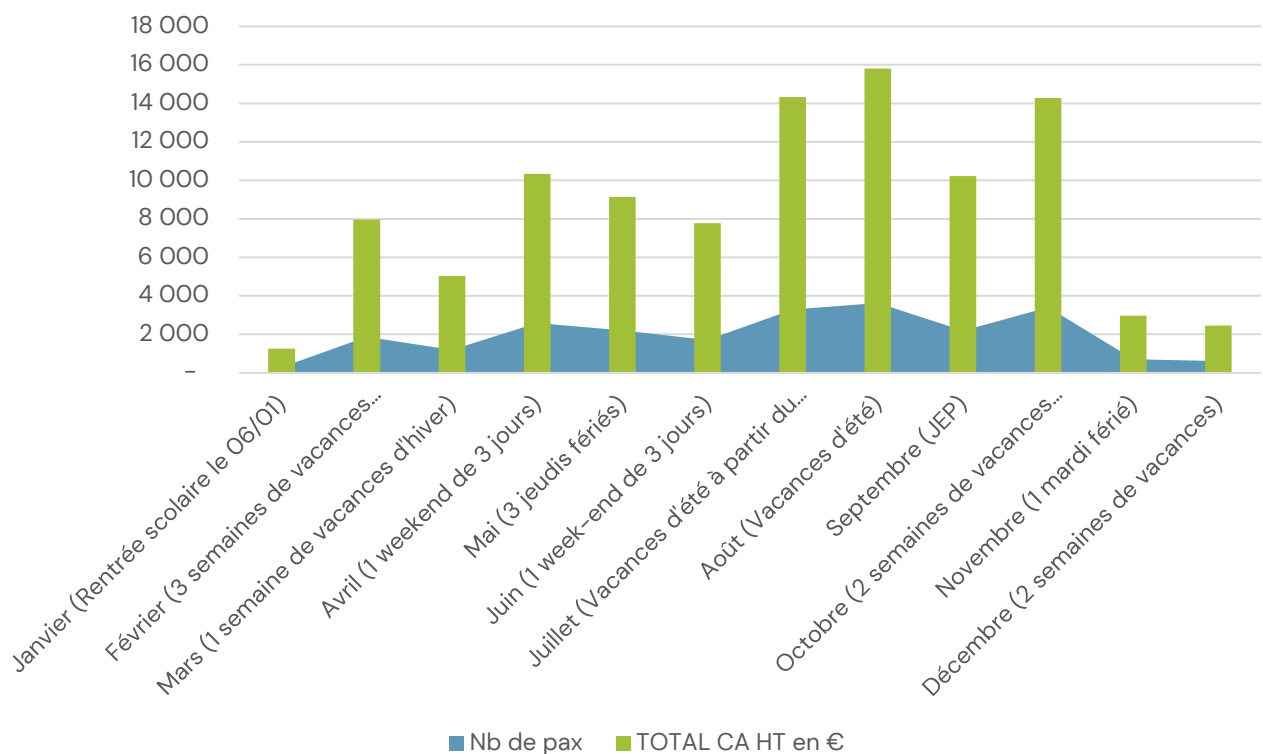
VR 2025	Ventes individuelles	Ventes groupes	Gratuits groupes	Gratuits individuels	Fréquentation totale	TOTAL CA HT
	19 743	2 864	295	829	23 731	101 861,00 €

Mensuellement, grâce au graphique ci-dessous, on observe un taux de prise qui évolue comme l'année précédente :

- D'avril à juin, par la fréquentation des groupes scolaires ;
- En juillet et en août lors de la très haute saison, par la fréquentation des visiteurs individuels dont un nombre important de familles.

La fréquentation VR de novembre à janvier est faible, mais celle-ci est proportionnelle au nombre de visiteurs pendant la basse saison. De plus, de novembre à février, la salle de réalité virtuelle est ouverte uniquement les week-ends, vacances scolaires et jours fériés. Le taux de captation moyen annuel se situe entre 15 et 20% avec des pics estivaux pouvant dépasser 25-30%, et des périodes creuses inférieures à 10%.

Fréquentation et chiffre d'affaires mensuel VR 2025



Focus escape game

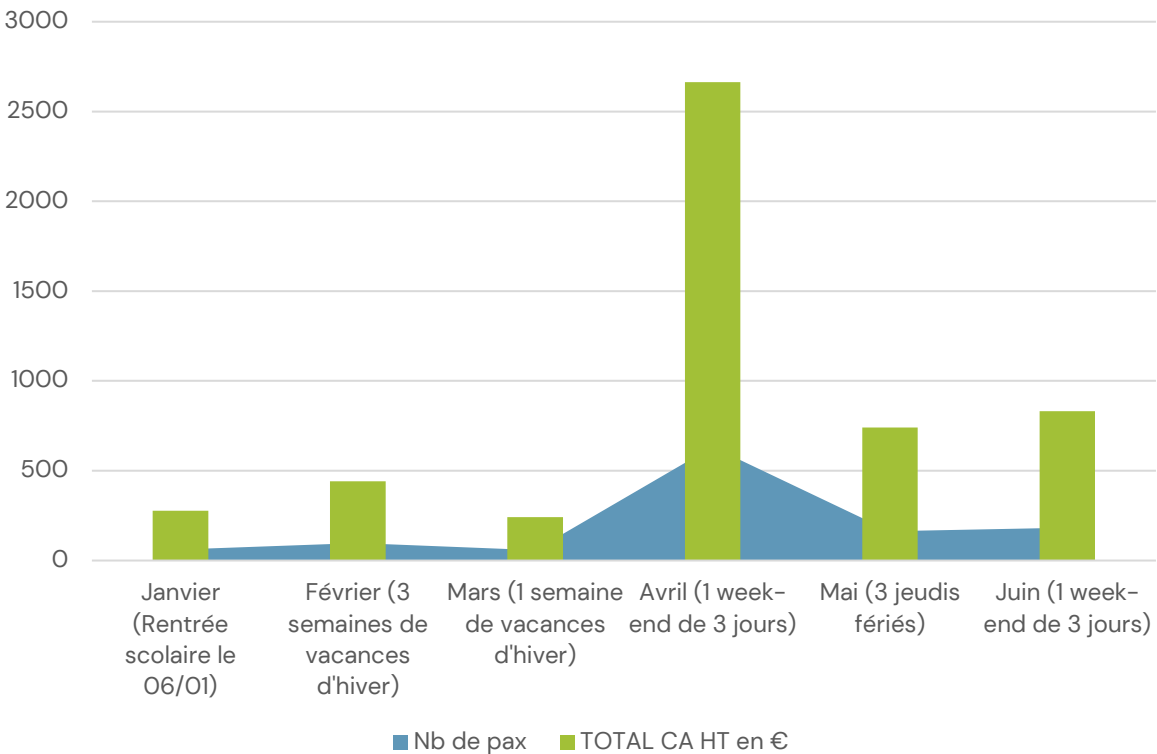
EG 2025	Ventes individuelles	Ventes groupes	Gratuits groupes	Gratuits individuels	Fréquentation totale	TOTAL CA HT
	446	723	23	4	1 196	5 195,00 €

L’escape game bénéficie d’une forte attractivité auprès des groupes scolaires d’avril à juin, avec un pic notable en avril, corrélé à leur fréquentation du monument à cette période.

Toutefois, malgré un taux de captation élevé, les charges de maintenance propres à cette activité demeurent conséquentes et contraignent son optimisation économique.

Pour information, l’escape game ne fait plus partie de l’offre de visite du Théâtre depuis le mois de juillet 2025, au profit d’autres parcours de visite.

Fréquentation et chiffre d'affaires mensuel
 Escape game 2025



Répartition du chiffre d'affaires entre billetterie et boutique

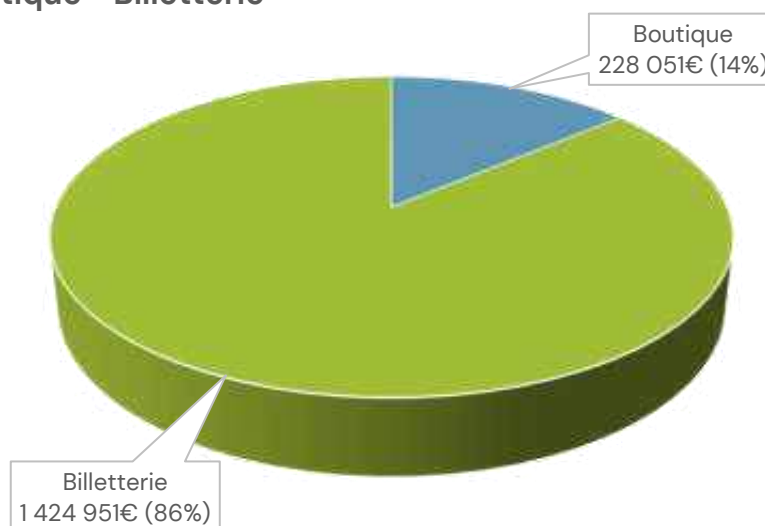
La billetterie représente la majorité du chiffre d'affaires avec **86%**, contre **14%** pour les ventes effectuées en **boutique**, **bien que celles-ci aient connu une augmentation de 5 points par rapport à 2024**.

Cette augmentation est très probablement liée à la rénovation de la boutique et au développement de produits dérivés plus qualitatifs et en adéquation avec le monument.

21 884 ventes ont été enregistrées sur l'année 2025 (contre 11 836 en 2024, soit une augmentation de presque 85%).

Les taux de captation les plus élevés se situent en mars, février et décembre, représentant respectivement 25,54%, 21,78% et 17,76%.

Répartition CA HT
Boutique – Billetterie



L'évolution mensuelle du chiffre d'affaires entre la billetterie et la boutique est proportionnelle, étant liée à la fréquentation.

Le panier moyen de la boutique varie entre 9 et 12,30€ selon la saison, soit plus élevé en période hivernale et moins élevé de mars à juin.

En 2025, le taux de captation des visiteurs en boutique le plus faible se situe en septembre, avec un panier moyen autour de 10€. Cela peut être justifié par la fin de l'été, où les dépenses se concentrent davantage sur la rentrée.

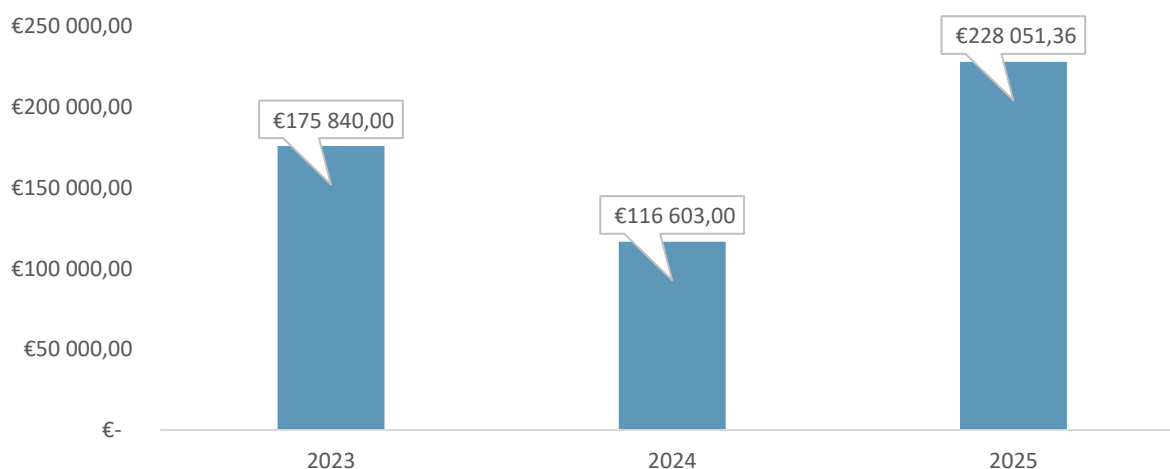
Sur l'ensemble des visiteurs du Théâtre, le panier moyen se situe autour de 2€, soit deux fois plus qu'en 2024 où il se situait à un peu moins d'un euro.

Données détaillées

	Fréquentation totale	Nombre de tickets boutique	CA HT	Panier moyen	Taux de captation des visiteurs
Janvier	2 239	291	3 249,36 €	11,17 €	13,00%
Février	3 453	752	8 545,79 €	11,36 €	21,78%
Mars	7 184	1 835	16 424,72 €	8,95 €	25,54%
Avril	18 981	2 947	29 100,15 €	9,87 €	15,53%
Mai	17 863	2 870	26 796,12 €	9,34 €	16,07%
Juin	15 656	2 429	24 186,59 €	9,96 €	15,51%
Juillet	23 348	2 814	29 948,78 €	10,64 €	12,05%
Août	25 915	3 293	36 722,80 €	11,15 €	12,71%
Septembre	17 248	1 994	21 807,44 €	10,94 €	11,56%
Octobre	11 557	1 478	17 089,06 €	11,56 €	12,79%
Novembre	3 499	562	6 893,76 €	12,27 €	16,06%
Décembre	3 485	619	7 286,79 €	11,77 €	17,76%
Total	150 428	21 884	228 051,36 €	10,42 €	14,55%

Chiffre d'affaires annuel de la boutique

Chiffre d'affaires annuel Boutique Comparaison 2023-2024-2025



Le chiffre d'affaires de la boutique a connu une hausse importante en 2025 : +95.6% en 2024 et +29.7% par rapport à 2023.

En 2024, le déplacement de la boutique au Musée a engendré une diminution considérable du chiffre d'affaires, la boutique ne se trouvant plus sur le parcours « obligatoire » des visiteurs.

Le rebond spectaculaire de 2025 est lié à la hausse de la fréquentation d'une part, et à l'expérience client enrichie par la nouvelle boutique.

2.1.2 Parcours nuit : Odyssée Sonore

Fréquentation et chiffre d'affaires de l'Odyssée Sonore

En 2025, un nouveau chapitre du spectacle de l'Odyssée Sonore, intitulé *Quand les dieux s'en mêlent*, a été lancé à partir du mois de mai jusqu'au mois de décembre.

Deux types de billets sont proposés à la vente : un billet avec l'Odyssée Sonore seule et un billet combiné incluant la visite des monuments d'Orange la journée (Théâtre, Musée et Arc) et le spectacle de l'Odyssée Sonore le soir.

Rappel des tarifs :

Tarifs Odyssée Sonore :

- Tarif plein : 22€
- Tarif réduit : 18€
- Tarif CSE : 17€
- Tarif famille : 72€

Tarifs visite de jour + Odyssée Sonore (billet combiné) :

- Tarif plein : 32€
- Tarif réduit : 26,50€
- Tarif famille : 109€

Le nombre de soirées proposées chaque mois dépend de la programmation culturelle de la ville et, de ce fait, de la disponibilité du monument.

Le nombre de séances par soirée varie en fonction de la période, entre 1 et 2, basé sur une analyse de la fréquentation des deux années précédentes. Les dates proposées en 2025 ont été réparties comme telles :

- Mai : 11 soirées (7 au 10, 16, 17, 22, du 28 au 31)
- Juillet : 3 soirées (14, 16 et 25)
- Août : 14 soirées (2, du 4 au 6, du 11 au 13, 18, 20, du 24 au 28)
- Septembre : 5 soirées (12, 13, 20, 26, 27)
- Octobre : 6 soirées (3, 4, 11, 18, 25, 31)
- Novembre 7 soirées (1, 7, 8, 10, 15, 22, 29)
- Décembre : 9 soirées (du 20 au 23, du 26 au 30)

Une soirée a été annulée le 19 août en raison de conditions météorologiques défavorables.

Cela représente un total de 55 soirées, et 6986 spectateurs. Le chiffre d'affaires correspondant est de 150 429€ TTC, soit 135 386€ HT.

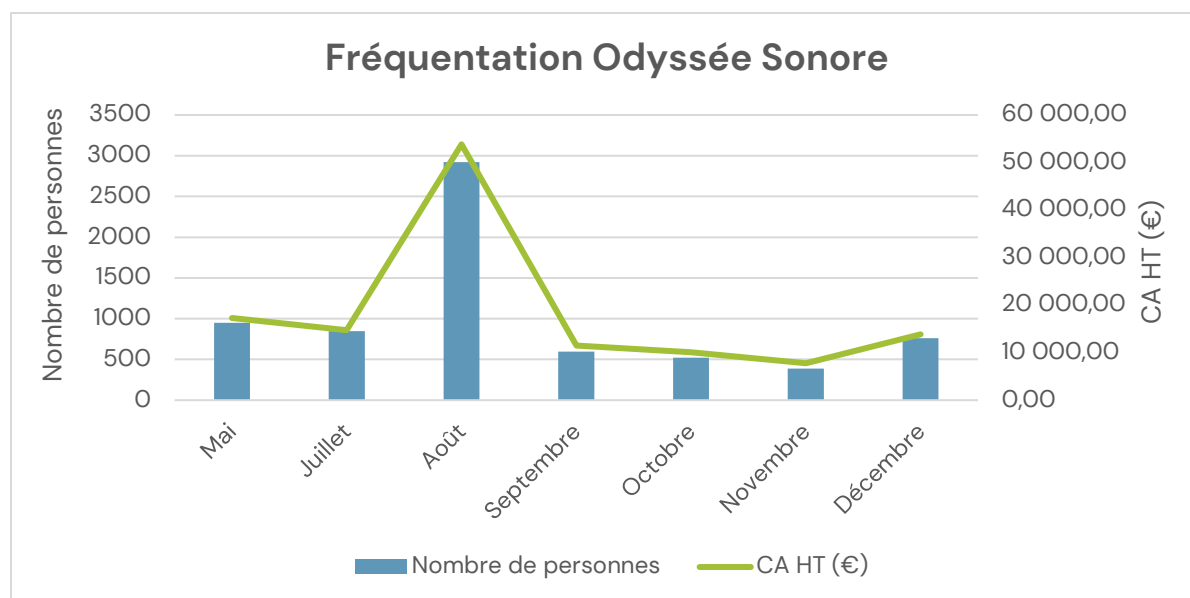
En moyenne, 127 spectateurs ont été accueillis par soirée.

Pour la vente des billets, plusieurs canaux de distribution ont été utilisés :

- Fever : 90 450€ TTC, soit 81 405€ HT ;
- Tiqets : 4 097€ TTC, soit 3 687,30€ HT ;
- Smeetz : 48 280€ TTC, soit 43 890,91€ HT
- Ticketmaster : 7 602€ TTC, soit 6 841,80€ HT.

Le nombre de spectateurs correspond à ce qui suit :

- Fever : 4 238 ;
- Tiqets : 187 ;
- Smeetz : 2 205 ;
- Ticketmaster : 356.



Le tableau ci-dessous présente le détail de fréquentation et de chiffre d'affaires mois par mois :

	Mai	Juillet	Août	Septembre
Nombre de pax	950	847	2 922	597
CA HT OS	17 265,74€	14 751,80€	53 822,94€	11 477,50€

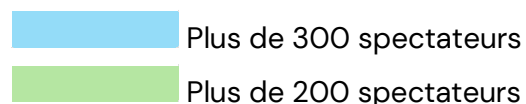
	Octobre	Novembre	Décembre
Nombre de pax	523	387	760
CA HT OS	10 062,87€	7 772,73€	13 829,66€

À ces revenus mensuels indiqués dans le tableau et le graphique s'ajoutent les 6 841,80€ HT reversés par Ticketmaster.

Il est important de souligner que le billet combiné (visite jour + Odyssée Sonore) était vendu uniquement via notre billetterie en ligne et sur place, et non via les revendeurs comme Ticketmaster et Fever. Il représente plus de 50% des ventes effectuées via notre billetterie interne (Smeetz) : 1155 spectateurs sur 2205 spectateurs au total. Ce produit combiné permettant une découverte du monument sous deux angles très complémentaires fonctionne bien et attire du public.

Analyse de la fréquentation par date

Date	Nombre de réservations	CA HT par date	Date	Nombre de réservations	CA HT par date
07/05/2026 - Reprise spectacle	54	957,50 €	12/09/2025	98	1 855,15 €
08/05/2025	56	960,48 €	13/09/2025	101	1 752,42 €
09/05/2025	83	770,90 €	20/09/2025	175	3 294,05 €
10/05/2025	62	1 282,60 €	26/09/2025	67	1 379,95 €
16/05/2025	44	695,57 €	27/09/2025	156	3 195,93 €
17/05/2025	89	1 172,36 €	03/10/2025	48	1 036,88 €
22/05/2025	79	2 533,19 €	04/10/2025	94	1 676,25 €
28/05/2025	108	1 998,83 €	11/10/2025	103	2 155,47 €
29/05/2025	132	2 369,81 €	18/10/2025	107	1 994,69 €
30/05/2025	125	2 368,33 €	25/10/2025	131	2 408,64 €
31/05/2025	118	2 156,17 €	31/10/2025	40	790,94 €
14/07/2025	288	4 533,90 €	01/11/2025	66	1 294,07 €
16/07/2025	325	5 917,89 €	07/11/2025	20	438,96 €
25/07/2025	234	4 300,01 €	08/11/2025	83	1 706,25 €
02/08/2025	273	4 993,67 €	10/11/2025	62	1 202,24 €
04/08/2025	233	4 224,68 €	15/11/2025	39	805,24 €
05/08/2025	237	4 373,75 €	22/11/2025	35	648,66 €
06/08/2025	287	5 114,51 €	29/11/2025	82	1 677,31 €
11/08/2025	276	5 103,24 €	20/12/2025	48	873,40 €
12/08/2025	260	4 699,15 €	21/12/2025	64	1 092,05 €
13/08/2025	303	5 498,71 €	22/12/2025	41	793,12 €
18/08/2025	270	4 927,58 €	23/12/2025	68	931,09 €
20/08/2025	178	3 072,91 €	26/12/2025	130	2 384,72 €
24/08/2025	129	2 384,95 €	27/12/2025	120	2 061,10 €
25/08/2025	115	2 234,32 €	28/12/2025	91	1 882,12 €
26/08/2025	167	3 675,03 €	29/12/2025	104	2 054,62 €
27/08/2025	88	1 655,79 €	30/12/2025	94	1 757,44 €
28/08/2025	106	1 864,65 €			

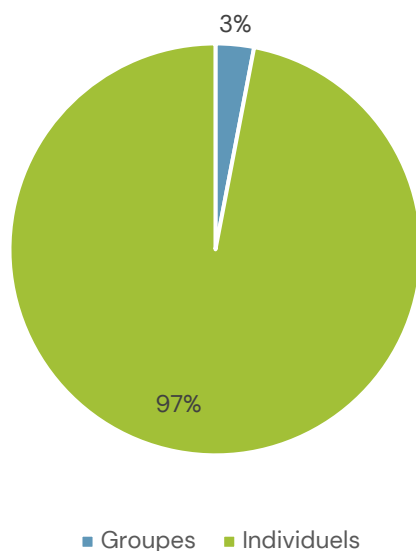


Les soirées ayant accueilli le plus de spectateurs ont été colorées en bleu et vert.

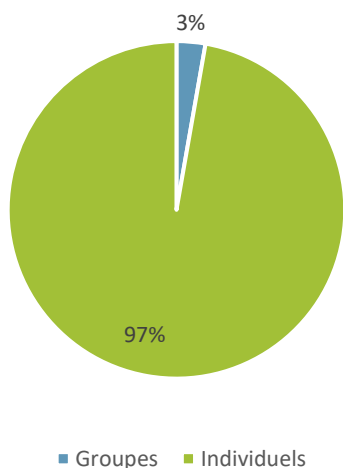
On note les affluences les plus importantes durant la période estivale, particulièrement autour des jours fériés (14 juillet et 15 août).

Répartition de la fréquentation et du chiffre d'affaires groupes et individuels

Proportion individuels / groupes OS



CA HT individuels / groupes OS



L'Odyssée Sonore est un produit qui se vend majoritairement en ligne, et avec une tendance de « last-minute », ainsi les visiteurs individuels sont nombreux.

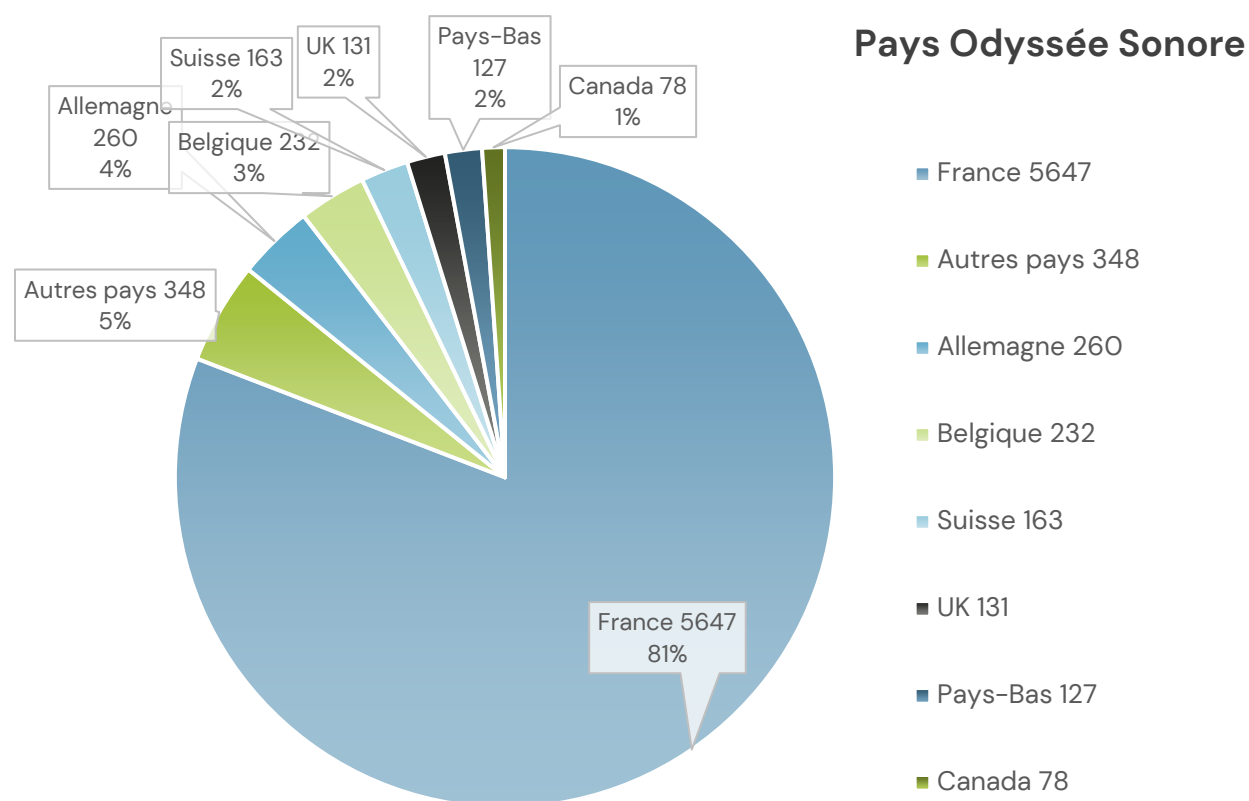
Les groupes sont pour l'instant contraints d'organiser le transport, la restauration, voire l'hébergement, même si c'est une offre que nous faisons en sorte de développer pour ce type de public.

Par ailleurs, nous avons développé une offre pour les groupes où il leur est proposé de dîner au restaurant la Crémaillère, situé en face du Théâtre, avant de profiter du spectacle. 65 personnes ont pu profiter de cette offre en 2025.

Analyse des provenances par pays

81% des spectateurs de l'Odyssée Sonore sont français.

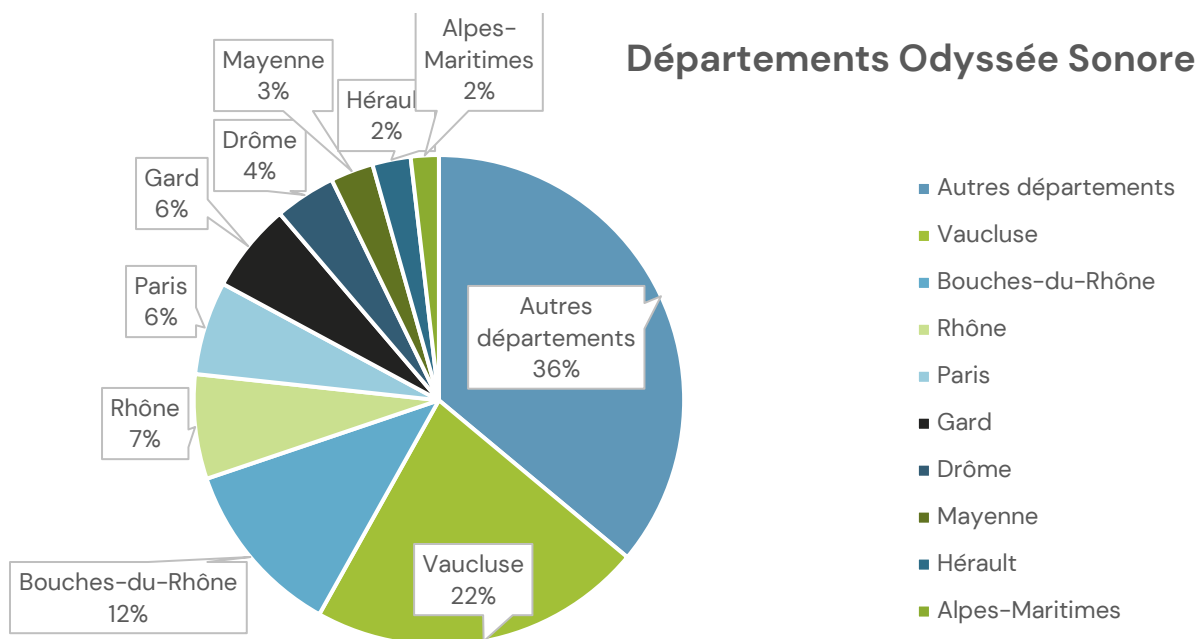
Les spectateurs étrangers viennent en majeure partie d'Allemagne, de Belgique, de Suisse ou du Royaume-Uni, représentant 11%. Les autres spectateurs proviennent des Pays-Bas, du Canada, d'Espagne et d'Australie, même s'ils ne représentent qu'une faible part des visiteurs.



Données détaillées

Provenance	Nombre de pax
France	5647
Allemagne	260
Belgique	232
Suisse	163
UK	131
Pays-Bas	127
Canada	78
Pays non identifiés	68
USA	55
Espagne	43
Australie	26
Danemark	21
La Réunion	20
Italie	19
Luxembourg	17
Mexique	13
Brésil	11
Autriche	9
Slovénie	9

Analyse des provenances par département



Le Vaucluse représente quasiment un quart des spectateurs de l'Odyssée Sonore. Les départements limitrophes (Bouches-du-Rhône, Gard et Drôme) sont dans le top 10 et représentent 22% des spectateurs, mais les départements du Rhône et de l'Ile-de-France représentent tout de même, à eux deux, 13% des spectateurs. Le département de la Mayenne, pourtant éloigné du nôtre, représente également 3% des spectateurs, et 2% pour celui des Alpes-Maritimes. L'Hérault représente quant à lui également 2% des spectateurs de l'Odyssée Sonore.

Données détaillées

Départements	Nombre de pax
Vaucluse	1 519
Bouches-du-Rhône	806
Rhône	475
Paris	424
Gard	406
Drôme	278
Mayenne	195
Hérault	174
Alpes-Maritimes	127
Isère	118
Loire	108
Hauts-de-Seine	92
Seine-et-Marne	87
Nord	79
Loire-Atlantique	78
Haute-Garonne	76
Meurthe-et-Moselle	75
Gironde	64
Haute-Savoie	61
Ardèche	56

2.1.3 Privatisations

En 2025, nous avons réalisé plusieurs privatisations du Théâtre antique ou du système de vidéoprojection pour des événements.

Candlelight – 8 juin, 3 août et 19 septembre

Pour la deuxième année, nous avons accueilli l'événement Candlelight au Théâtre antique d'Orange. Lors de ces trois soirées, 3 000 spectateurs étaient présents, soit un taux de remplissage proche des 100%.

Ces représentations intimistes à la lueur des bougies proposent des thématiques variées : Queen et ABBA, Coldplay et Imagine Dragons, et Hans Zimmer.



Le Condor – 8 août

À l'occasion du 25ème anniversaire du Condor, un spectacle de videomapping a été créé sur-mesure, selon leurs souhaits. Ces décors animés ont donc agrémenté le show musical très complet et permis une immersion pour les spectateurs présents.

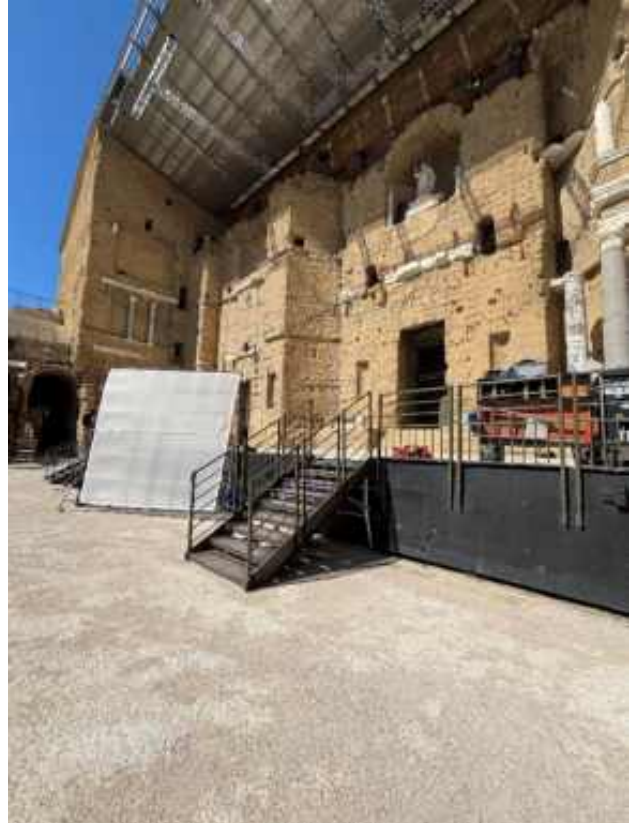


Tournage Cesar et Brutus – 18 septembre

Le 18 septembre, s'est déroulé le tournage d'une campagne publicitaire pour l'agence immobilière César et Brutus, basée à Paris et à Lyon, réalisée par l'agence de communication Peps. Cela a permis une belle visibilité pour le monument, et pour l'agence qui souhaitait mettre en avant la romanité dans le cadre de ce tournage.

Le clip publicitaire est ainsi utilisé depuis le mois de septembre, et accessible via ce lien :

<https://www.youtube.com/watch?v=1HsGMSpnsCU>



Orano Group – 9 octobre

Le 9 octobre, pour la deuxième année consécutive, nous avons accueilli l'équipe d'Orano Projets pour un afterwork mêlant plaisir, détente et culture. Environ 60 personnes ont participé à cette clôture de séminaire des collaborateurs du génie civil. Tous ont été ébahis et fascinés par le monument.

Les invités ont tout d'abord profité de la visite du Théâtre, ont découvert la visite virtuelle, puis ont pu profiter d'un cocktail sur la scène.

Ces 3 privatisations ont généré un chiffre d'affaires de 47 974,27€ HT :

Événement	CA HT
Candlelight	24 000,00€
Le Condor	11 008,84€
Peps	9 139,83€
Orano	3 825,60€
Total	47 974,27€

2.1.4 Observatoire du tourisme

Afin de bien comprendre le contexte socio-économique de la délégation, il semble opportun de fournir par ailleurs des données complètes à l'échelle locale et régionale.

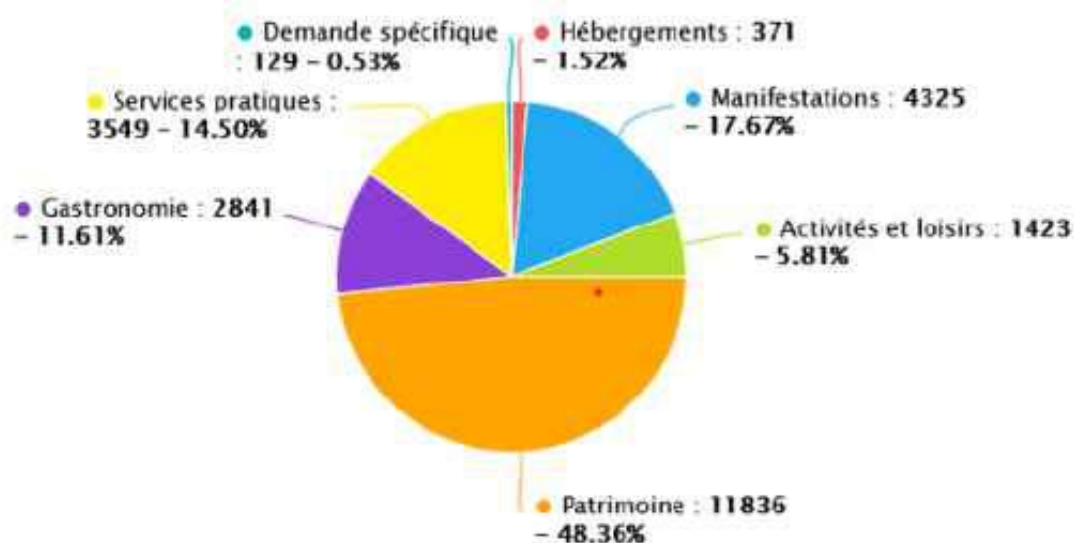
Source POP Tourisme
 Données fournies par Avizi

Les bureaux d'information touristiques du territoire incluant Orange, Châteauneuf-du-Pape, Courthézon et Jonquières ont accueilli 37 331 visiteurs en 2025 (dont 13 540 personnes pour le BIT d'Orange et 13 225 à l'accueil *Hors les murs* devant le Théâtre antique), soit une hausse de 9,4% par rapport à 2024. Le patrimoine concerne près de 49% des demandes thématiques, suivi des manifestations et services pratiques.

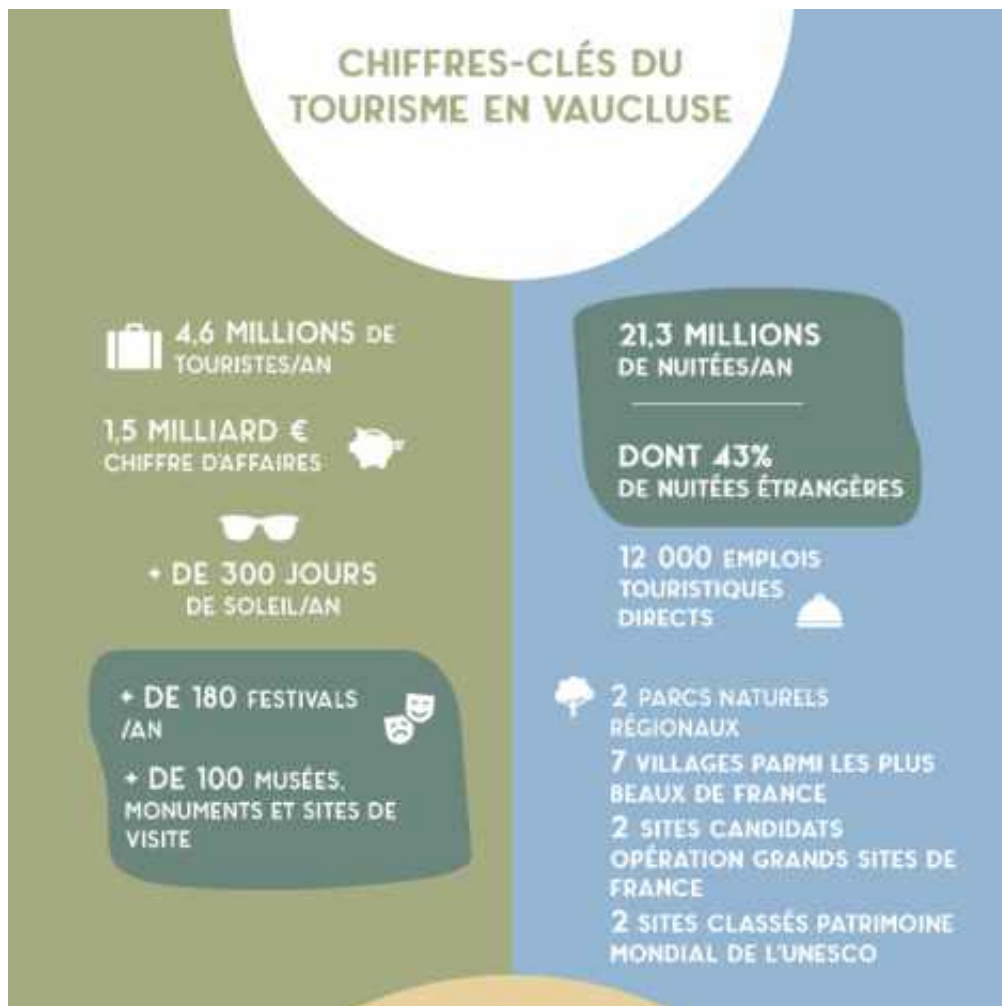
Fréquentation internationale : une dynamique solide, portée notamment par les États-Unis

Les flux internationaux ont poursuivi leur progression en 2025, avec des performances particulièrement solides sur plusieurs marchés clés. L'Allemagne, les Pays-Bas et la Belgique demeurent des marchés européens structurants, tandis que le Royaume-Uni confirme un retour significatif. Les clientèles nord-américaines, en particulier les États-Unis, montrent une remarquable stabilité malgré un contexte politique tendu. Leur attachement au vignoble de Châteauneuf-du-Pape reste fort, renforcé par la notoriété mondiale de la série *Les Gouttes de Dieu* (Apple TV+), dont l'impact sur l'imaginaire œnotouristique contribue à placer la destination parmi les références internationales du vin et de l'art de vivre.

Demandes par thématiques - général



Source : Vaucluse Provence Attractivité
 Chiffres clés



FRÉQUENTATION GLOBALE EN 2025

21,3 millions de nuitées touristiques en 2025 : la fréquentation touristique vaclusienne connaît une légère érosion -4% comparée à 2024, une fréquentation touristique avec des ailes de saison moins performantes qu'en 2024 mais un solide cœur de saison. Pour rappel, 2024 était une année exceptionnelle en termes de fréquentation.

La part de la clientèle étrangère s'établit à 43%, tout comme en 2024. Nuitées françaises et étrangères sont en léger recul en Vaucluse et affichent les mêmes parts respectives qu'en 2024.



57% des nuitées globales sont françaises en Vaucluse. On observe cette année une légère baisse du volume (12,2 millions). Le bilan est mitigé côté clientèles françaises malgré un calendrier scolaire pourtant favorable (Pâques à la croisée des 3 zones, ponts de mai tombant des jeudis). La météo au printemps et la conjoncture économique et internationale ont pesé. Relevons toutefois le succès de nos événements structurants tels que le Tour de France et les festivals.

La tendance 2025 est également à la baisse pour les clientèles étrangères, notamment d'Europe du Nord. Malgré ce recul, le volume de nuitées étrangères reste élevé, représentant 43% des nuitées globales effectuées en Vaucluse et reste dans les standards de 2019 avec un volume de 9,1 millions de nuitées.

NUITÉES GLOBALES



CLIENTÈLES FRANÇAISES ESTIVALES



CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES ESTIVALES



Source : Flux Vision Orange Business / VPA

Source : Vaucluse Provence Attractivité
 Focus Monuments Historiques

 MONUMENTS HISTORIQUES ET ASSIMILÉS Avec plus de 3 millions d'entrées, le tourisme patrimonial affiche cette année une progression de +5% vs 2024. La fréquentation du Palais des Papes et du Pont Saint-Bénézet est stable vs 2024.			
ÉTABLISSEMENT	COMMUNE	TOTAL 2025	EVOL.VS 2024
PALAIS DES PAPES	AVIGNON	689 411	→
PONT SAINT-BÉNÉZET	AVIGNON	535 506	↗
THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE	ORANGE	163 504	↗
FONDATION VILLA DATRIS (GRATUIT)	L'ISLE SUR LA SORGUE	72 501	↗
FORT SAINT-ANDRÉ	VILLENEUVE LES AVIGNON	41 484	↗
ABBAYE SAINT-ANDRÉ ET SES JARDINS*	VILLENEUVE LES AVIGNON	33 050	↗
CHARTREUSE DE VILLENEUVE LES AVIGNON	VILLENEUVE LES AVIGNON	30 748	↗
FORTERESSE	MORNAS	29 630	↘
PALAIS DU ROURE (GRATUIT)	AVIGNON	24 034	↘
COLLÉGIALE NOTRE DAME	VILLENEUVE LES AVIGNON	21 681	↘
CATHÉDRALE NOTRE-DAME-ET-SAINT-VÉRAN (OUVERTURE DE MARS À DÉCEMBRE)	CAVAILLON	14 650	↘
TOUR PHILIPPE LE BEL	VILLENEUVE LES AVIGNON	12 046	↘
CHÂTEAU DE THÉZAN (OUVERTURE DU 1ER MAI AU 31 OCTOBRE)	SAINT-DIDIER	10 089	↗
SYNAGOGUE/MUSÉE JUIF COMTADIN (D'AVRIL À DÉCEMBRE)	CAVAILLON	4 280	↗
BAPTISTÈRE DE VENASQUE (FERMETURE OCT NOV DÉC ET WEEK-ENDS)	VENASQUE	3 849	↘
CHAPELLE SAINT-JACQUES * (DE JUILLET À SEPT)	CAVAILLON	1 177	↗

Source CRT PACA

La fréquentation des touristes français est en légère baisse de 4% par rapport à 2024. C'est au printemps et à l'automne que le retrait se fait plus net alors qu'en hiver et en cœur d'été la baisse est bien plus limitée. Pour rappel, l'an dernier, la fréquentation des touristes français était en hausse de 3%. Le top 5 des régions d'origine comprend l'Île-de-France (-4%), l'Auvergne-Rhône-Alpes (-4%), l'Occitanie (-3%), les Hauts-de-France (-5%) et le Grand-Est (-5%). Les touristes originaires d'Île-de-France représentent 3 touristes français sur 10 en 2025. On retrouve ensuite les touristes originaires d'Auvergne-Rhône-Alpes et d'Occitanie (60% des touristes français sont issus des 3 principales régions).

En 2025, les arrivées aériennes de la plupart des marchés internationaux progressent par rapport à 2024. Les plus fortes dynamiques de progression sont pour l'Allemagne, les Etats-Unis, le Danemark et la Suède. On note néanmoins une stabilité des arrivées aériennes en provenance du Royaume-Uni et une forte baisse pour les Pays-Bas, l'Italie et l'Espagne (des pays où le transport aérien ne représente pas le mode de transport principal pour se rendre dans la région). Les 5 premières clientèles internationales représentent près de 50% des arrivées aériennes dans les aéroports de notre région. Concernant l'hôtellerie urbaine, notre région réalise la meilleure performance en termes de progression de chiffre d'affaires devant l'Auvergne-Rhône-Alpes, le Grand-Est et la Bretagne (supérieure à 5% par rapport à l'année précédente).

2.1.5 Impact économique et social de l'activité de la délégation de Aura à Orange

- **La croissance de nos activités** implique une augmentation significative de notre effectif, favorisant un recrutement local d'étudiants et de saisonniers. Cela contribue à l'emploi et à l'économie locale, en offrant des opportunités professionnelles aux résidents d'Orange.
- **Le projet ambitieux** porté par Aura à Orange est générateur d'emplois. L'augmentation de notre personnel se traduit par une hausse de la fréquentation des commerces locaux tels que les supermarchés, les restaurants, et les marchés. Nos employés, vivants et travaillant dans la région, **stimulent l'économie locale** par leurs dépenses quotidiennes.
- Nous engageons des intermittents du spectacle pour les animations estivales des Gardiens de l'Histoire. Cette **initiative dynamise** non seulement **l'attractivité touristique de la ville**, mais soutient aussi le secteur culturel et artistique local.
- Nos parcours de jour et de nuit, et notre contribution aux événements de Positiv Prod, attirent un flux constant de visiteurs et de spectateurs, **bénéficiant directement aux commerçants**, notamment les restaurateurs et les hébergeurs. Cela stimule l'économie locale en augmentant la fréquentation des établissements de services marchands et non marchands.
- **L'essor de nos activités** engendre une demande accrue pour les prestataires de services locaux, les artisans, incluant les fournitures de bureau, les produits d'entretien, l'impression d'affiches, et les services de galeries d'art. Cette synergie renforce le tissu économique local en intégrant davantage d'entreprises dans notre chaîne de valeur.
- Avec l'expansion de nos activités, la visibilité et la notoriété d'Orange augmentent, ce qui attire davantage l'attention des acteurs économiques. Ces derniers cherchent à collaborer avec Aura Culture pour des échanges de visibilité, amplifiant ainsi la reconnaissance du territoire.

- **La diversification et l'intensification des offres de visite** et d'expérience ouvrent de nouvelles perspectives économiques et commerciales. Nous comptons sur le soutien des professionnels du tourisme à travers tout le territoire pour maximiser ces opportunités. En témoignent les soutiens et mobilisations apportés par Vaucluse Provence Attractivité et le Comité Régional du Tourisme.
- Notre librairie-boutique, en adhérant à l'association des commerçants, **participe activement à la dynamique commerciale de la ville d'Orange**. Depuis les travaux importants de reconstruction de l'espace accueil – billetterie – boutique, elle doit être reconnue comme un commerce à part entière, augmentant ainsi son rôle et son impact économique local.

2.2 Les actions marketing en faveur du développement

Dans le cadre de sa délégation, Aura poursuit le déploiement de sa stratégie de communication. Cette politique de communication est mise en place avec l'aide et le support du service communication du groupe et ses partenaires, et vise à renforcer la notoriété du patrimoine Orangeois, et à en faire un vecteur d'attraction incontournable pour la Ville d'Orange et sa région.

Le plan marketing détaillé se trouve en **Annexe 1**.

Cette stratégie multicanale, en phase avec les médias actuels vecteurs d'audience, conjugue les outils adaptés aux objectifs fixés et s'articulent d'un point de vue opérationnel, avec la répartition suivante :

- **La force du groupe Aura Culture, dédié à la valorisation, à la préservation et à la transmission du patrimoine culturel**

Gestionnaire de sites patrimoniaux d'exception Aura Culture inscrit son action dans le cadre de délégations de service public aux côtés des collectivités territoriales. Leur gestion s'appuie sur une vision partagée avec les territoires, fondée sur la confiance et l'engagement à long terme.

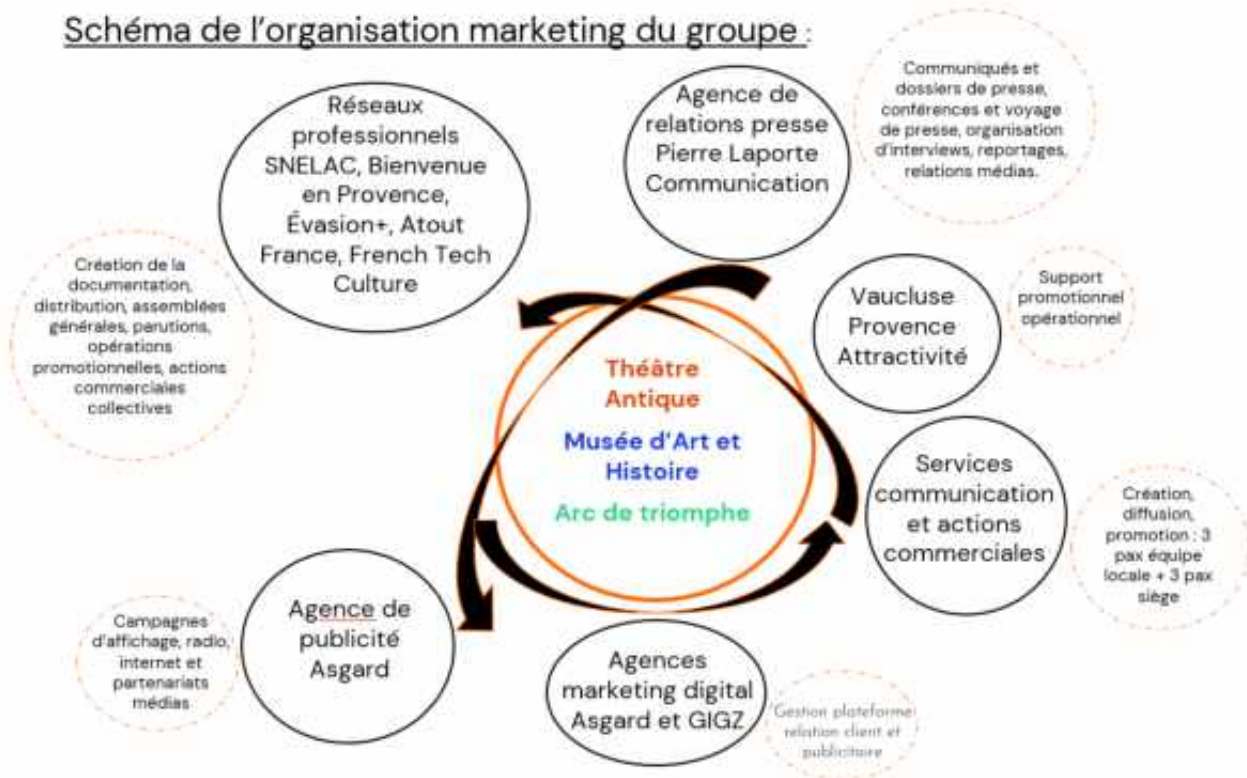
À travers l'ensemble de ses engagements, Aura Culture poursuit une ambition claire : faire du patrimoine un levier d'impact culturel et social durable. Les projets qu'elle développe contribuent à protéger des savoir-faire, à faire vivre des lieux de mémoire, à concevoir des contenus innovants, physiques et digitaux, et à élargir l'accès à la culture à tous les publics. Chaque initiative s'inscrit dans une dynamique de transmission intergénérationnelle, où la mémoire collective nourrit la création contemporaine.

Partenaire engagé des territoires, Aura Culture conjugue excellence patrimoniale et performance opérationnelle pour assurer la préservation de ces sites d'exception, renforcer leur attractivité, et les ancrer durablement dans la dynamique économique, culturelle et sociale des territoires.

Aura Culture défend ainsi une conception engagée et partenariale de la gestion patrimoniale, où l'excellence culturelle se met au service du bien commun et du développement local, créant un dialogue vivant entre passé, présent et avenir.

- Des agences spécialisées dans les relations presse, médias et la publicité
- Des réseaux de professionnels de la culture et du tourisme

Schéma de l'organisation marketing du groupe :



- Les relations avec la presse et les médias

Les médias sont des vecteurs incontournables pour la promotion des monuments.

Afin de maîtriser au mieux sa communication et de canaliser l'information auprès des professionnels, Aura Culture s'entoure des agences spécialisées les plus performantes en la matière, comme Pierre Laporte Communication.

La revue de presse est à retrouver ici : https://drive.google.com/drive/folders/1Br-OCOU9neUeDnJtSF13Z6YbdRoj6w?usp=drive_link

- Les insertions et réseaux de distribution

La visibilité et la promotion de l'offre culturelle proposée dans les monuments de la délégation sont indispensables pour toucher le visitorat potentiel.

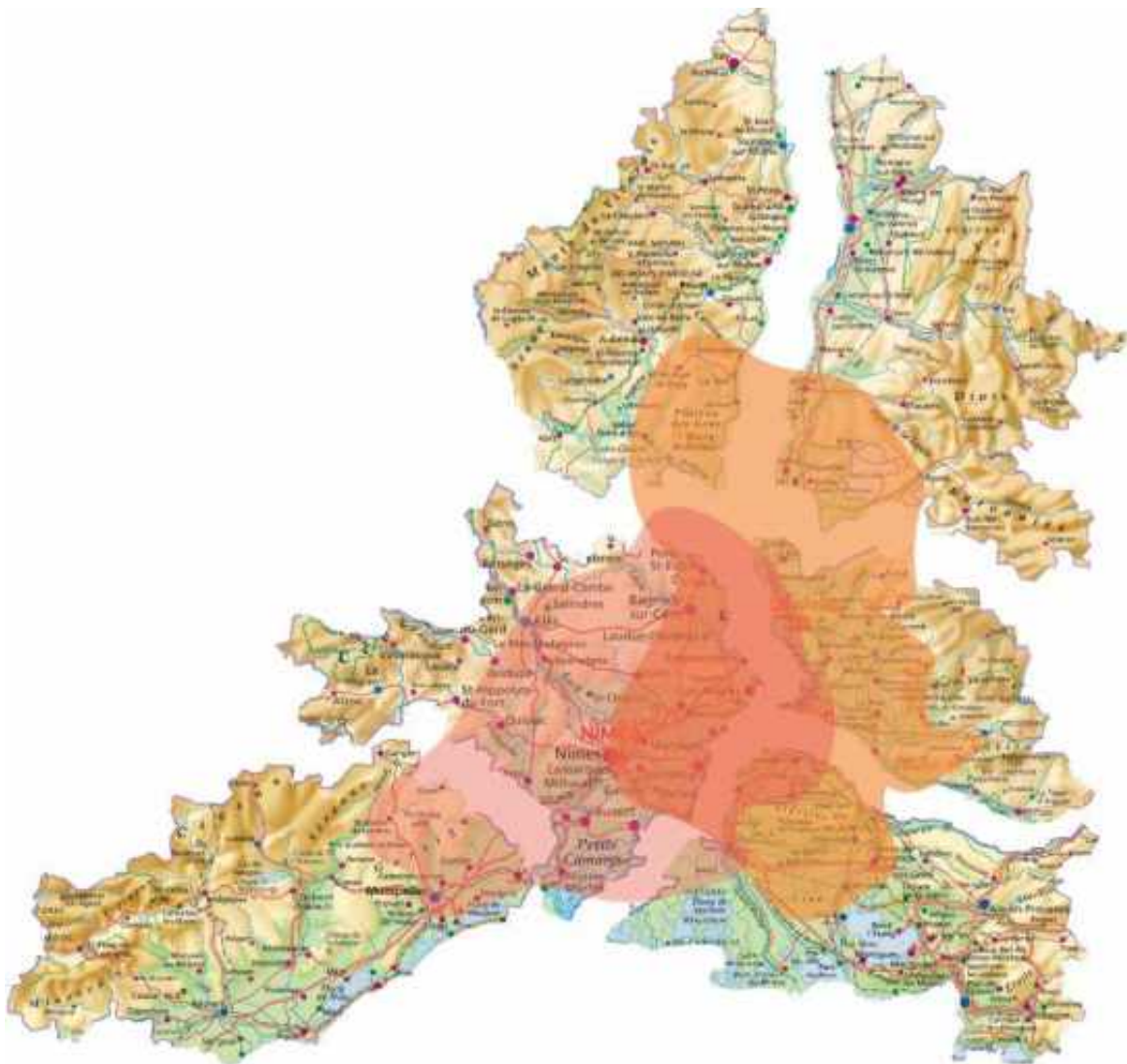
Pour cela, une documentation promotionnelle a été éditée à plus de 250 000 exemplaires

en 2025 et distribuée sur l'ensemble des réseaux professionnels (Bienvenue en Provence, Touring Info Service, Totem Méditerranée et Évasion Plus).

Grâce également à l'achat d'espaces, ce sont des centaines de points de relais de l'offre culturelle d'Orange et des dizaines de milliers de personnes touchées par ces diffusions.

En complément, Aura a créé un poste en CDI de chargée de promotion depuis mars 2025, pour la diffusion complémentaire aux réseaux professionnels. Tout au long de l'année, ces 250 000 dépliant ont été distribués pour promouvoir le patrimoine d'Orange sur une zone très large.

6 départements (Vaucluse, Gard, Hérault, Bouches-du-Rhône, Drôme, Ardèche), 80 villes, 60 campings, 200 hôtels, 40 maisons d'hôtes, 50 Offices de Tourisme, 10 bourses aux dépliant, 50 lieux touristiques et culturels, etc.



Dépliant promotionnel 2025



- **La création de deux nouveaux visuels de communication**

Nous avons fait appel à l'agence de communication créative Drôles d'Oiseaux pour créer de nouvelles campagnes de communication en vue de valoriser le Théâtre et l'Odyssée Sonore. Nous souhaitions des campagnes modernes et attractives.

Pour le Théâtre, nous avons choisi un visuel impactant, témoignant de la monumentalité du site, avec l'ajout d'une touche humoristique véhiculée par le message « À son âge, on aimerait tous être aussi bien conservés ».

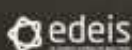
À SON ÂGE,
ON AIMERAIT TOUS
ÊTRE AUSSI BIEN CONSERVÉS.



THÉÂTRE
ANTIQUE
D'ORANGE

Quand le passé résonne avec le futur

VISITE INCONTOURNABLE POUR TOUTE LA FAMILLE



theatre-antique.com

laProvence.

le Bonbon

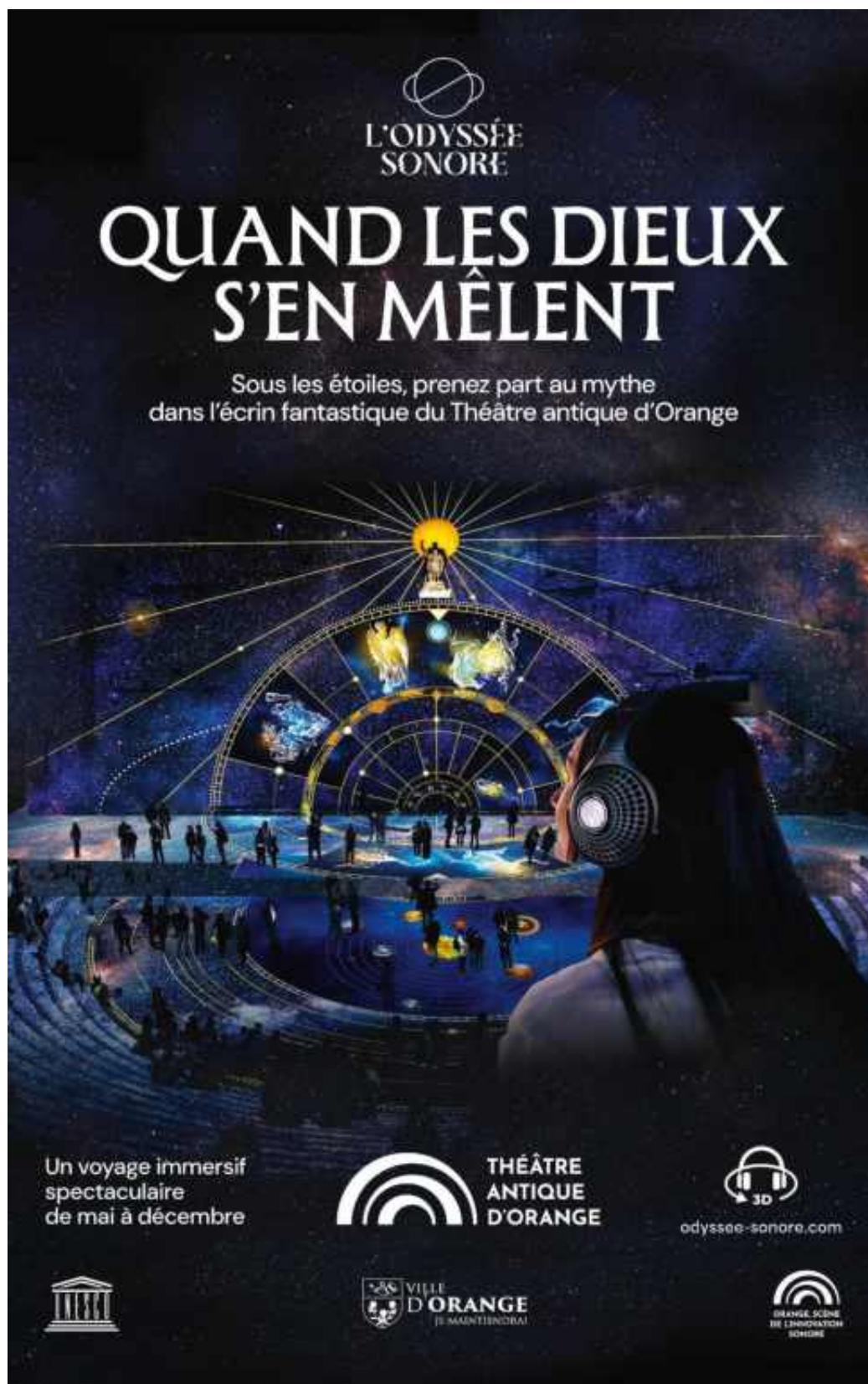
SUD
NLY

BeauxArts

aura



Pour l'Odyssée Sonore, l'idée était de mettre en avant l'un des nouveaux visuels spectaculaires du spectacle.



- Création de vidéos promotionnelles

Dans une optique de mettre en avant l'offre proposée au Théâtre antique d'Orange, nous avons fait réaliser des vidéos promotionnelles. Trois teasers vidéo ont été créés à cet effet :

- Un teaser englobant l'intégralité de l'offre du Théâtre antique d'Orange en français et sous-titré en quatre langues étrangères : anglais, allemand, néerlandais et espagnol ([ICI](#)) ;
- Un teaser pour le spectacle *l'Odyssée Sonore- Quand les Dieux s'en mêlent*, une version avec des interviews et une version sans interviews ([ICI](#)) ;
- Un teaser à portée plus familiale, mettant en avant l'aspect ludique de la visite notamment pour les enfants. Ce teaser existe en français et en anglais ([ICI](#)).

- La Gazette du Théâtre antique d'Orange

La saison 2025 a été marquée par la création et la diffusion d'une gazette du Théâtre antique d'Orange. Gratuite, cette dernière a été diffusée, au même titre que le dépliant institutionnel, par la chargée de promotion dans un périmètre défini ainsi que sur les différentes actions commerciales réalisées dans l'année (voir Annexe 1).



- Les campagnes d'affichage

Pour consolider l'image et la notoriété du Théâtre antique et des événements et animations qui s'y tiennent, un vaste plan d'annonce a été déployé partout en France. Ces campagnes d'affichage grand public représentent une part importante de l'enveloppe des actions en faveur du développement.

Ces campagnes sont présentes toute l'année, de Paris à Lyon, de Grenoble à Marseille, mais aussi d'Avignon à Nîmes. Le détail de ces campagnes affichage, presse, radio, internet et guides de l'été est à retrouver dans l'**Annexe 1 – Plan marketing 2025 détaillé**.



Avignon



Valence



Nîmes

- La mise en place de nombreux partenariats

Pour mutualiser des opérations de promotion et développer des synergies, Aura a mis en place un certain nombre de partenariats avec les opérateurs locaux et nationaux :

- L'Office de Tourisme du Pays d'Orange en Provence avec des actions commerciales mutualisées pour promouvoir le territoire et la vente de billets à tarifs préférentiels ;
- Les Chorégies d'Orange, dans le cadre d'un échange de visibilité entre le programme des Chorégies 2025 et le Beaux-Arts Magazine en vente dans notre boutique, édité en 2025 ainsi que des réductions sur la visite du Théâtre pour les spectateurs des Chorégies pendant toute la durée du Festival ;
- Positiv Prod, dans le cadre de la coproduction de spectacles ;
- Ici Vaucluse, avec des interviews et articles réguliers, l'organisation de jeux-concours, et des campagnes promotionnelles ;
- Yamaha, sponsor de l'expérience historique en réalité virtuelle ;
- Focal, sponsor de l'Odyssée Sonore ;
- Orange les Vignes, avec des espaces promotionnels dédiés dans le centre commercial ;

- SNCF TER SUD, dans le cadre d'un échange de visibilité sur les sites internet, newsletters, réseaux sociaux, de jeux-concours et de tarifs préférentiels sur la visite des monuments.



Dans une logique de synergie et d'ancrage, nous avons également collaboré avec des acteurs locaux :

- La boutique *L'apprenti fleuriste* pour la décoration de Noël de la nouvelle boutique ;
- La boulangerie *Mienzo*, le restaurant *La sardine aux yeux bleus*, l'institut *Les doigts de fées* dans le cadre de challenges collectifs commerciaux durant la saison ;
- La boulangerie *Fattore* dans le cadre d'un accueil de la presse néerlandaise ;
- Le restaurant *La Cantina* dans le cadre d'un accueil de la presse néerlandaise ;
- Avec le *Cinéma Capitole MY CINEWEST* Le Pontet, dans le cadre de challenges collectifs commerciaux durant la saison estivale et les Journées Européennes du Patrimoine.

- Les partenaires médias

- La Provence, avec une offre 100% digitale ;
- Beaux-Arts Magazine, avec la création d'une vidéo promotionnelle sur le monument ;
- Marie-Claire, avec des insertions dans les numéros de mai et juillet, ainsi que sur la partie digitale ;
- Le Bonbon, avec des posts sur les réseaux sociaux et des articles sur le site internet pour la promotion de l'Odyssée Sonore ;

- Le marketing digital et les réseaux sociaux

Une stratégie de création de contenus basée sur la proximité, le partage et le réseau affinitaire, et diffusée avec des outils modernes et interactifs a été mise en place :

- La création d'un nouveau site internet pour le Théâtre antique (en français, anglais, allemand et espagnol) incluant une boutique en ligne afin d'appuyer notre stratégie commerciale ;
- La création de plusieurs shootings photos et vidéos promotionnelles ont permis de renforcer la promotion ;
- Les images spectaculaires des projections d'images monumentales de l'Odyssée



Sonore et du Positiv Festival permettent d'attirer l'attention d'un public international ;

- La poursuite d'une stratégie de développement sur les réseaux sociaux Facebook et Instagram, avec une nouvelle vision portée par Aura : une approche **moderne, proactive et interactive** avec les communautés d'abonnés.

Aura a travaillé avec l'agence Asgard, spécialisée communication et stratégie digitale.

Aussi, **un poste de vidéaste et photographe a été créé** au sein du groupe, pour les sites culturels d'Aura, permettant la création de nombreux shootings photos et vidéos promotionnelles réalisées en interne.

Ci-après une synthèse illustrée de l'action d'Aura sur les réseaux sociaux :

LE THEATRE SUR LES RESEAUX

INSTAGRAM

- Création avril 2022
- Stratégie axée sur les vidéos, développer les Trend
- En moyenne 4 stories par jour et 4 posts par semaine, privilégier les carrousels
- Stories à la une et cross post pour partager les actualités.

FACEBOOK

- Création avril 2022
- Stratégie infos culturels, partage des articles de presse, reportages.
- 4 posts par semaine
- Post culture, archives des photos du Théâtre, comparaison des Théâtres dans le monde.

LINKEDIN

- Création avril 2023
- Stratégie : Présence dans les salons, networking, nouveautés du Théâtre.

TIK TOK

- Création avril 2023
- Reportage des réels IG





- Le marketing d'influence

Grâce à son réseau, Aura a organisé plusieurs opérations avec des personnalités très influentes sur les réseaux sociaux :

> **Louise Ebel** : 104 000 followers

Thématiques : Art – Culture – Voyage – Histoire

> **mesblondinets** : 15 400 followers

Thématique : Sorties en famille

> **jen_et_sa_clique** : 6 214 followers

Thématique : Sorties en famille

> **leblogdecashpistache** : 60 800 followers

Thématiques : Art – Culture – Voyage

Les perspectives de développement se concentrent désormais sur :

- La création de publications engageantes ;
- Une stratégie de vidéos impactantes ;
- Le développement de la stratégie du marketing d'influence ;
- Le développement des partenariats.

- Refonte du site internet du Théâtre antique d'Orange

Dans une démarche d'optimisation et de fluidification de l'information sur notre site internet, nous avons décidé de le renouveler. Après une étape de veille et une recherche de prestataire, nous avons lancé la nouvelle création avec une livraison du site début juillet

2025. Résultat : une interface simplifiée, plus moderne et pratique, des informations plus faciles à trouver intégrant un design sur-mesure. La navigation est fluide et agréable pour les visiteurs, améliorant ainsi leur engagement. Un module de e-shop permettant l'achat de produits de la boutique y est également développé.



- Les actions commerciales

Le plan d'actions commerciales détaillé et illustré est à retrouver en **Annexe 1 – plan marketing détaillé**.

Pour rappel, à sa prise de délégation, Aura a créé un poste de chargée d'actions commerciales. Ce poste a été renforcé en 2025, avec l'arrivée d'une chargée de promotion.

> OPÉRATIONS SUR LE TERRITOIRE NATIONAL

Salon des Voyages de Clermont-Ferrand – 11 et 12 janvier

5000 visiteurs (entrée payante) pour 126 exposants.

90% déclarent avoir trouvé une idée de vacances sur place.

Nîmes Urban Trail – 14 février

Stand promotionnel sur le village partenaire de l'événement.

Salon Mondial du Tourisme – Du 13 au 16 mars à Paris

Rendez-vous annuel des passionnés de voyages.

+2% de visitorat (72 000 visiteurs en 2024).

Action mutualisée avec POP Tourisme.

ID week-end à Nice – Du 28 au 30 mars

1^{er} salon du tourisme et des loisirs de la Région Sud.

26 640 visiteurs sur 3 jours et 350 rendez-vous professionnels coorganisés avec La Place Business de la CCI Nice Côte-d'Azur.

Rendez-vous en France – 1^{er} et 2 avril à Lyon

L'événement incontournable organisé par Atout France.

Salon professionnel réunissant près de 800 tour-opérateurs du monde entier avec 705 exposants dont 108 de la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur, et 134 de Paris Île-de-France.

Plus de 40 rendez-vous obtenus sur les 2 jours.

Salons CSE cinémas CGR :

- 29 avril à Rivesaltes (66)
- 3 juin à Clermont-Ferrand (63)
- 17 juin à Villefranche-sur-Saône (69)
- 25 septembre à Manosque (04)
- 16 octobre à La Ciotat (13)
- 4 novembre à Nîmes (30)
- 13 novembre à Brignais (69)

Animations sur le stand (casque de réalité virtuelle, casque audio Focal, ateliers pédagogiques, etc.).

Atout France Pays-Bas : Accueil presse – 9 et 10 avril

Opération mutualisée avec Aura Romanité (Nîmes) pour un éducteur avec 5 journalistes spécialisés (retombées online immédiates). Visite conférence d'Orange offerte par POP Tourisme.

Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes-Côte-d'Azur : Forum des Pionniers – 23 mai à Marseille

Cette édition explorait l'avenir de l'intermédiation dans le secteur du tourisme et des voyages. Les Pionniers rencontrés, très intéressés par les offres proposées, ont exprimé le souhait d'adapter et de développer davantage le MICE dans le cadre exceptionnel du Théâtre antique.

Parc Spirou : Journée des CSE – 17 juin

Journée exclusivement dédiée aux CSE, amicales et collectivités, situés dans le triangle Lyon – Nice – Narbonne.

Pots d'accueil dans les campings en juillet et août

Tous les dimanches au camping Universal à Rochegude et tous les lundis au camping Le

Garrigou à Grillon. Les pots d'accueil sont souvent organisés pour favoriser l'intégration des nouveaux arrivants en présentant les activités et services du camping, mais également celles à découvrir aux alentours.

Marché des voyages groupes – Du 4 au 6 novembre à Vaulx-en-Velin

Cette opération mutualisée avec le Petit Train de La Mure a été reconduite afin de rencontrer les autocaristes de la région Auvergne-Rhône-Alpes, ainsi que leurs clients (Migratour, Buchet, Voyages Courriers des Dombes, Traces et Découvertes, Chabannes, et Publitour Voyages).

CCI Gard et Vaucluse : Mirabilia – 24 et 25 novembre à Nîmes

Workshop, organisé annuellement par l'association Mirabilia France en partenariat avec les CCI territoriales, visant à promouvoir et commercialiser l'offre touristique locale auprès des acheteurs français et européens. Toujours dans une logique de mutualisation et de synergie, le Théâtre antique a participé dès le 1^{er} jour et nous avons invité POP Tourisme à rejoindre l'événement le 2^{ème} jour.

> OPÉRATIONS À L'INTERNATIONAL

CRT Provence-Alpes-Côte-d'Azur et Atout France : Roadshow Amérique du Nord Pro-Presse Loisirs et MICE – Du 12 au 19 janvier au Canada et États-Unis

Marchés clés, les États-Unis (4^{ème} marché international et 1^{er} hors Europe, +17 % entre 2022 et 2023), et le Canada, bien que moins volumineux, représentent une clientèle qualitative. La Côte Ouest canadienne partage des attentes et un pouvoir d'achat comparables à ceux des touristes américains.

Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes-Côte-d'Azur : F.re.e – Du 19 au 23 février à Munich

L'Allemagne est le marché n°1 pour l'hôtellerie de plein air dans notre région.

Plus de 150 000 visiteurs accueillis sur le salon, soit une moyenne de 30 000 par jour.

Atout France : Alternative France – 17 juin à Londres

Networking pour tous types de médias (nationaux, régionaux, spécialisés, content creator). Présentation orale suivie d'une dégustation de vins, généreusement offerts par le Pavillon Bouachon de Châteauneuf-du-Pape, sur notre espace dédié.

TTG Travel Experience – Du 8 au 10 octobre à Rimini (Italie)

Salon international B2B de tourisme – Mutualisation portée par NIMOTEL avec le Théâtre antique d'Orange, le Pont du Gard, Aura Romanité Nîmes, et le Musée de la Romanité. Plus de 160 contacts rencontrés sur le stand, et 2 éductours de 40 agences à chaque fois en novembre 2025 puis en mars 2026.

Galerie photos



- **Outil de gestion de la relation client (CRM) Arenamatrix :**

En 2025, nous avons déployé des campagnes email via l'outil Arenamatrix Brevo, ciblant plus de 10 000 contacts, en anglais et en français. Ces campagnes ont principalement été destinées à un public B2B selon différentes thématiques. Elles ont affiché des taux d'ouverture compris entre 27 % et 50 %, témoignant d'un engagement fort de l'audience.

Au total, un budget de plus de 250 000€ a été investi en 2025 pour les actions marketing en faveur du développement des sites du patrimoine orangeois.

La délégation de service public d'Aura pour la Ville d'Orange a catalysé un impact économique et social notable, notamment à travers des initiatives de promotion pour la visite des monuments et la poursuite de la stratégie de notoriété mise en place avec l'Odyssée Sonore.

Ces opérations ont nécessairement généré des retombées économiques directes et indirectes significatives, en valorisant les atouts culturels, patrimoniaux et touristiques d'Orange auprès de publics locaux, nationaux et internationaux.

Elles se sont appuyées sur un travail de synergie étroit avec les réseaux professionnels, institutionnels et économiques du territoire, favorisant naturellement la mise en relation des acteurs autour d'une stratégie de rayonnement partagée.

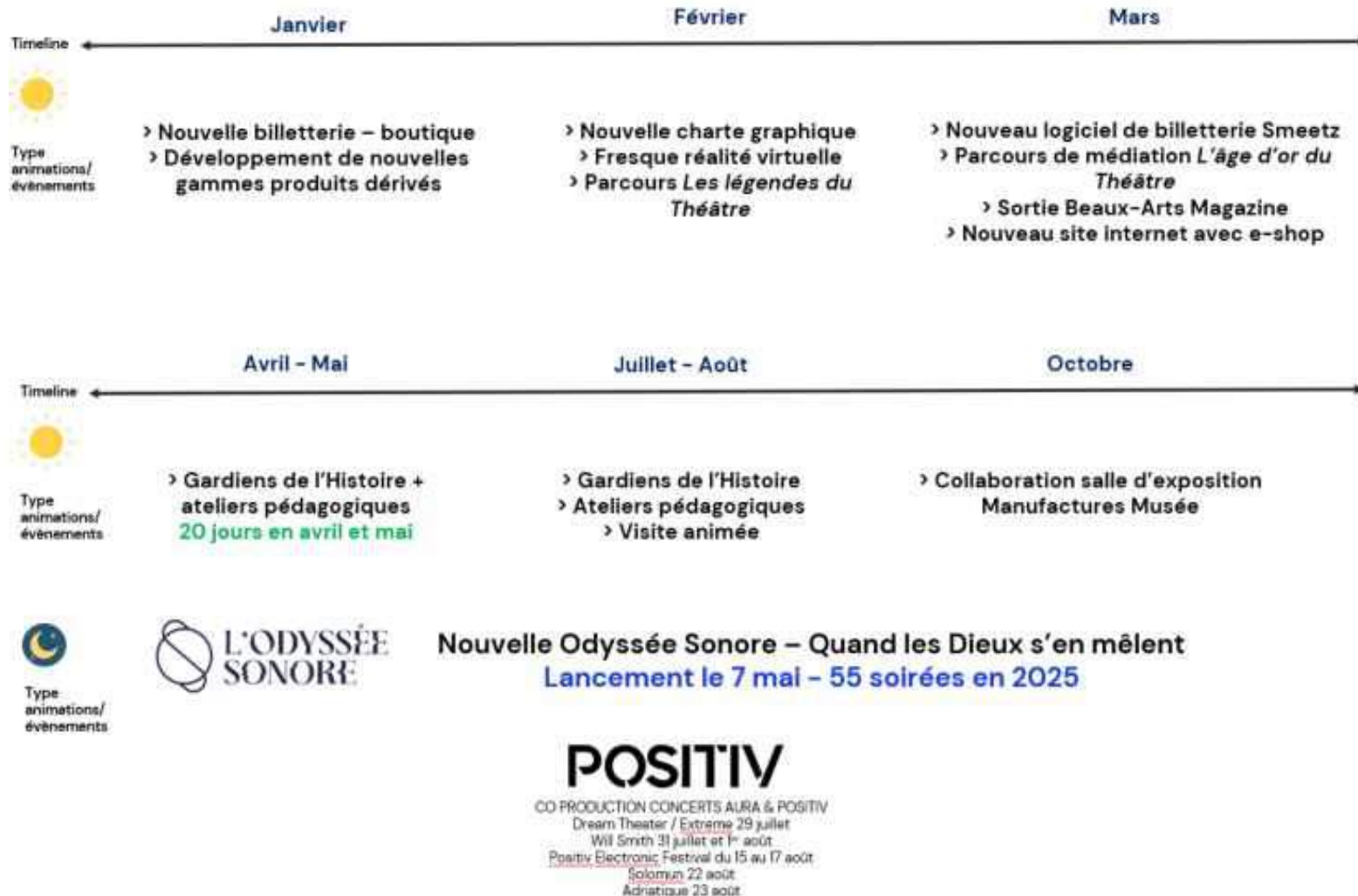
Ainsi, l'ancrage territorial est renforcé en consolidant l'attractivité de la ville comme pôle culturel important.

Le développement de toutes ces collaborations a permis d'accroître la notoriété de la ville auprès de publics et marchés non négligeables, ouvrant des perspectives de fréquentation touristique et d'investissement.

Cette dynamique bénéficie plus largement à l'ensemble du bassin de vie et aux communes environnantes, comme Châteauneuf-du-Pape, Jonquières et Courthézon, en associant l'offre culturelle à l'art de vivre à la provençale, au patrimoine viticole, à la gastronomie et tout simplement à l'expérience touristique du territoire.

2.3 Mise en place du projet culturel

UN PROJET CULTUREL FORT ET AMBITIEUX Réalizations 2025



2.3.1 Un nouvel espace d'accueil au Théâtre antique

En septembre 2023, les structures d'accueil du Théâtre, installées par l'ancien exploitant ont été détruites pour les besoins des travaux de restauration des *Basilicae*.

Cette nouvelle structure d'accueil, inaugurée en janvier 2025, est une construction métallique d'un seul niveau d'une surface de 100m² ainsi que d'une terrasse de 86m², permettant d'accueillir les visiteurs. Elle comprend plusieurs zones :

- La billetterie ;
- La librairie – boutique ;
- Un espace dédié aux audioguides ;
- Un kiosque refermable accueillant le matériel de l'Odyssée Sonore ainsi qu'une partie des audioguides en très haute saison ;
- Des espaces pour le personnel ;
- Un espace de médiation sur la terrasse extérieure ayant pour thématique l'âge d'or du monument.

Cette nouvelle structure d'accueil du public permet de révéler la monumentalité du bâtiment grâce à l'ambition esthétique portée par Aura.





Cet ouvrage qui marquera comme un signal architectural fort la nouvelle dynamique du monument a été imaginé par l'architecte Philippe Maffre qui nous livre ici sa vision :

« L'accueil-billetterie-boutique du Théâtre antique se glisse dans la Basilica Ouest, en accès direct depuis l'entrée du théâtre. Ce petit bâtiment et sa terrasse doivent s'intégrer à un édifice patrimonial remarquable tout en assurant les fonctions dévolues et un confort optimal pour le visiteur.

Ce petit édicule se loge, boîte dans la boîte, dans la partie Nord de la Basilica dégagant une surface importante de terrasse en partie sud, terrasse dédiée à la médiation et à l'accueil lié aux spectacles immersifs. Le volume de l'accueil est réglé sur les rythmes et percements de la Basilica afin de disparaître au maximum. Le volume, les matériaux se combinent pour offrir au visiteur un espace confortable sans altérer le caractère patrimonial du théâtre. Acier Corten ou laqué couleur d'ombre pour les façades et cimaises, planche de bois pour les sols se combinent dans un camaïeu de couleurs chaudes en dialogue avec la pierre, très texturée par le temps, du théâtre.

Le centre de la toiture de l'accueil reçoit une verrière permettant au visiteur de prendre conscience du volume et de la verticalité impressionnante de la Basilica.

L'objectif architectural de cet ouvrage est de disparaître dans le volume du théâtre tout en révélant l'incroyable dimension. S'effacer devant la majesté du monument. »

Philippe Maffre, Architecte

Dans cet espace, ont été installés des panneaux ainsi qu'un écran interactif qui retracent l'histoire du Théâtre durant son âge d'or, en évoquant plusieurs thématiques telles que :

- Les décors ;
- Les théâtres antiques dans le monde ;
- L'évolution du mur de scène à travers les âges ;
- Les phases de restauration ;
- Les spectacles ;
- Le toit ;
- L'acoustique.

Cela représente autant de thèmes qui donnent un aperçu plus approfondi de cette thématique passionnante.



2.3.2 Le développement de nouvelles gammes de produits dérivés et le renouvellement de la charte graphique

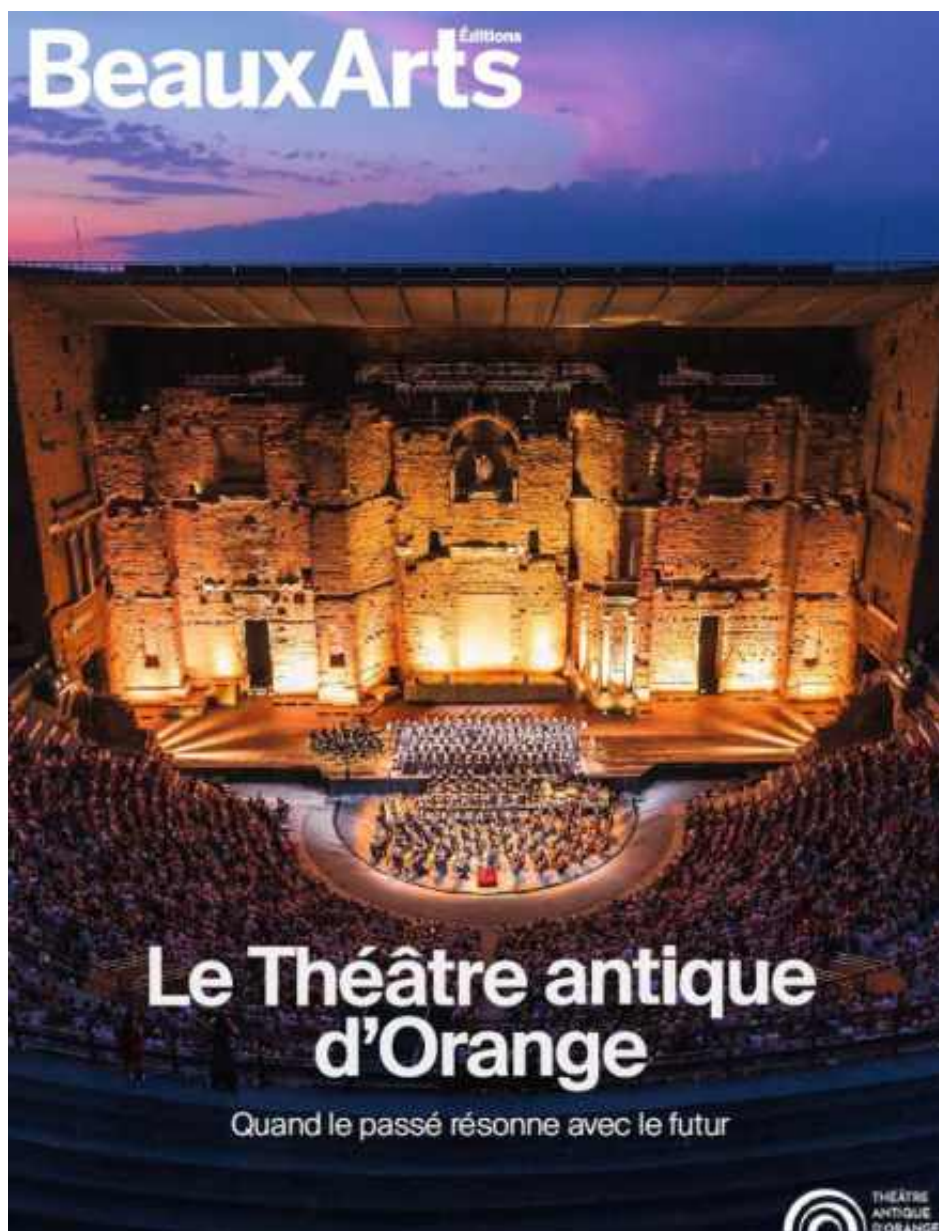
Il était indispensable de conjuguer le renouveau et la qualité de ce nouvel espace commercial avec le développement d'une nouvelle gamme de produits pour la boutique. Un plan de collection sur lequel nous avons collaboré avec l'agence Halley & Co a permis de donner à cet espace une véritable identité, de proposer des produits plus qualitatifs et en adéquation avec le monument. Le but étant de créer une véritable harmonie et de créer des repères pour les visiteurs.

Cette nouvelle identité nécessitait également le renouveau de la marque Théâtre antique, et nous avons donc créé en parallèle une nouvelle charte graphique qui se trouve aujourd'hui sur l'intégralité du parcours du visiteur.





Parmi les produits développés dans le cadre de cette nouvelle gamme, nous avons également collaboré avec **Beaux-Arts Magazine** afin d'éditer un hors-série de 44 pages intégralement dédié aux monuments d'Orange. Cet ouvrage est le fruit d'un travail conséquent mettant à l'honneur le travail des scientifiques sur le monument, notamment suite à la fin d'une longue période de travaux de restauration.



2.3.3 La création d'une fresque dans la salle de réalité virtuelle

Nous avons décidé de mettre à l'honneur le talent d'un artiste local avec la réalisation d'une fresque immersive signée Thomas Tournéry, alias Sock Wildsketch. Originaire de Villeneuve-lès-Avignon et figure reconnue du street-art avignonnais, l'artiste a été sollicité pour apporter une nouvelle dimension visuelle à l'espace dédié à l'expérience historique en réalité virtuelle « Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu ».

Cette fresque accompagne le film immersif et plonge les visiteurs dans l'ambiance de l'âge d'or du Théâtre antique. Cette initiative s'inscrit dans la volonté de conjuguer innovation et création artistique.



2.3.4 Parcours Les légendes du Théâtre

Le parcours des Légendes du Théâtre est un nouvel espace d'exposition qui rend hommage aux grands spectacles du Théâtre antique. Il s'agit d'un parcours en trois temps :

- **VR Music Live :**
 Une immersion au cœur de 2 spectacles grâce à un casque de réalité virtuelle :
 Toto et Charlotte de Witte.
- **Les mémoires du Théâtre :**
 Un espace d'exposition qui retrace l'évolution des spectacles au fil des siècles, à travers 4 panneaux thématiques :
 - Les origines du Théâtre antique ;
 - Les Chorégies d'Orange ;
 - Le Positiv Festival ;
 - Des concerts mythiques (période pop rock et musiques actuelles).
- **Les coulisses des événements :**
 Deux films se succèdent :
 - Le premier dans les coulisses de l'opéra Carmen (Chorégies) en juillet 2023 ;
 - Le second dans celles de Positiv Prod.



2.3.5 Les animations : Gardiens de l'Histoire, ateliers pédagogiques, visite animée

En 2025, les animations ont été organisées comme habituellement sur la période estivale, mais également sur 27 journées supplémentaires durant les vacances de printemps et les ponts du mois de mai, et les vacances de la Toussaint. Cela représente 68 jours d'animations au total.

Les Gardiens de l'Histoire

Ce nouveau format de parcours théâtralisé créé par Aura est inédit. Il s'agit d'une nouvelle expérience interactive où les visiteurs vont eux-mêmes à la rencontre des Gardiens de l'Histoire du Théâtre antique. Ces derniers sont des mémoires vivantes du lieu, des grands personnages ayant façonné son histoire et celle de la ville d'Orange.

Interprétés par des comédiens, ces huit personnages représentent ainsi un contact humain auquel on peut s'adresser tout au long de la visite. Chaque comédien incarne deux personnages différents en continu toute la journée. Des saynètes de 10 à 15 minutes s'enchaînent donc en fonction du flux de visiteurs.

Ces personnages dispersés au sein du Théâtre sont accompagnés de décors et d'accessoires divers. Comportant des éléments d'archives tout comme des objets purement décoratifs, chaque scénographie a été pensée afin de respecter l'exactitude historique de chaque personnage. Ces éléments constituent donc des points d'appui pour les comédiens, tout en permettant de capter la curiosité des visiteurs et d'enrichir leur expérience.

Afin que l'expérience soit la plus complète possible, chaque comédien a la capacité de délivrer son discours **en français et en anglais**. Il y a donc une réelle adaptation aux visiteurs, afin que chacun puisse maximiser son expérience de visite.



Marullus, auteur du
Ile siècle

Sarah Bernhardt

Corinne, régisseuse
Orange 75



Guillaume de Gellone



Lucius, vétéran de
la Ile Légion Gallique



Tiburge



Auguste Caristie



Alaric II

Les ateliers pédagogiques

Lorsque ces animations sont proposées au public, nous accueillons également les visiteurs en salle pédagogique afin de leur proposer des ateliers autour de la Romanité : initiation à travers la fabrication d'une fibule, d'un médaillon en poterie, d'un jeu de marelle ou de la calligraphie. Un nouvel atelier a vu le jour en 2025, testé en avant-première par le Centre de Loisirs de Boisfeuillet à Orange. Ce test en situation réelle nous a permis de le

proposer aux visiteurs individuels dans le cadre des animations estivales, mais également de le commercialiser auprès des groupes scolaires en recherche d'activités ludiques et pédagogiques.



Les visites animées

Au regard du succès des animations estivales, les équipes d'Aura ont créé en 2024 une nouvelle **visite thématique** dans le but de **renforcer la cohérence et la complémentarité entre les différentes offres du Théâtre**, notamment en créant un lien naturel entre les Gardiens de l'Histoire, l'Odyssée Sonore et l'expérience historique en réalité virtuelle.

L'objectif était de concevoir une visite interactive qui serve de **déclencheur de curiosité**, incitant les visiteurs à découvrir l'ensemble du parcours, y compris les parcours thématiques.

La visite se présente sous un format **ludique et théâtralisé**, adapté à tous les publics, en particulier les familles. Elle prend la forme d'une introduction animée entre un guide et les Gardiens de l'Histoire, avant de laisser les visiteurs poursuivre librement leur découverte.

Ces visites sont incluses dans le billet d'entrée, et proposées plusieurs fois par jour.



Bilan de fréquentation des périodes d'animations

FREQUENTATION 2025

FREQUENTATION TOTALE

Fréquentation printemps 19 jours d'animations	Fréquentation été 47 jours d'animations	Fréquentation Toussaint 8 jours d'animations
<u>Fréquentation totale (FT) :</u> 13 048	<u>Fréquentation totale (FT) :</u> 39 348	<u>Fréquentation totale (FT) :</u> 2 580
$\bar{x}$: 687	$\bar{x}$: 960	$\bar{x}$: 322
<u>Individuels</u> : 10 826	<u>Individuels</u> : 38 286	<u>Individuels</u> : 2 376
<u>Groupe</u> s : 2 222	<u>Groupe</u> s : 1062	<u>Groupe</u> s : 204
<u>Fréquentation semaine (11) :</u> 8 313	<u>Fréquentation semaine (29) :</u> 29 553	<u>Fréquentation semaine (6) :</u> 1 786
$\bar{x}$: 756	$\bar{x}$: 1 019	$\bar{x}$: 298
<u>Fréquentation WE (8) :</u> 4 735	<u>Fréquentation WE (12) :</u> 9 795	<u>Fréquentation WE (2) :</u> 794
$\bar{x}$: 592	$\bar{x}$: 816	$\bar{x}$: 397
<u>Fréquentation totale</u> = 54 976		

Bilan de fréquentation des ateliers pédagogiques et des visites animées

FREQUENTATION ATELIERS PEDAGOGIQUES ET VISITE ANIMÉE

ATELIERS PÉDAGOGIQUES

Fréquentation été	Fréquentation Toussaint
<u>Fréquentation totale (29j) :</u> 3254	<u>Fréquentation totale (8j) :</u> 550
$\bar{x}$: 112	$\bar{x}$: 69
<u>Individuels</u> : 419	<u>Individuels</u> : 93
<u>Familles</u> : 2 801	<u>Familles</u> : 457
<u>Fréquentation totale ateliers pédagogiques</u> = 3 804	

VISITE ANIMÉE

Fréquentation juillet (du 14 au 31)	Fréquentation août (du 1 ^{er} au 14)
<u>Fréquentation totale (14j) :</u> 455	<u>Fréquentation totale (10j) :</u> 333
$\bar{x}$: 16	$\bar{x}$: 17
<u>Fréquentation totale visites animées</u> = 788	

Revue de presse

“Les Gardiens de l’histoire” sont de retour au théâtre antique

Lancée avec succès pour ses trois premières éditions, l’animation “Les Gardiens de l’histoire” revient pour la quatrième année consécutive dans le théâtre antique. 2000 ans d’histoire seront racontés aux visiteurs printaniers et estivaux. Dispersés dans le site, des comédiens interpellent le public en racontant anecdotes et faits historiques.

Après le succès des trois précédentes saisons, et pour la quatrième année consécutive, le théâtre antique accueille les “Gardiens de l’histoire”.

Destiné à un public familial et intergénérationnel, le théâtre antique propose de rencontrer des personnages clés qui ont marqué les 2000 ans d’histoire du monument. Au hasard de la visite et dispersés dans le théâtre, ces comédiens et comédiennes viennent à la rencontre des visiteurs, pour leur raconter anecdotes et faits historiques du monument romain.

Un parcours conceptuel à la fois humain, ludique et enrichissant

Un retour vers le passé que Marullus, Sarah Bernhardt, Auguste Caristie, Tiburge, Guillaume au cornet, Lucius le vétéran légionnaire et plus près de nous, Corinne, issue du festival Orange 75, font revivre grâce à leurs connaissances



Présent et passé se télescopent grâce à Julia, Alexandre, Aurore, Anahid et (absent sur la photo) Noé. Photo Le DL/ET.

en historiques.

Rampant à l’exercice, ces passionnés et passionnantes comédiens professionnels Anahid, Aurore Delarrat, Alexandre Schneider et un jeune issu du conservatoire, Noé Sabon, adaptent leurs discours, en

français et en anglais, en fonction des visiteurs. « J’aime jouer ici et transmettre en travaillant dans la vulgarisation historique », souligne Alexandre. Il pratique l’escrime artistique et travaille aussi sur la forteresse de Mornas.

Les grands moments du théâtre et de la ville d’Orange sont ainsi passés en revue. Et, ce qui n’était au départ qu’une simple visite, devient un parcours conceptuel à la fois humain, ludique et enrichissant. Comme le précise Julia Pons, direc-

trice adjointe du site : « On retrouve ces personnages, pas forcément dans les endroits les plus visibles pour justement inviter les gens à aller à leur rencontre. Nous sommes dans des formats d’environ 20 minutes par personnage. Les gardiens sont sur le parcours de l’audioguide ». Une véritable immersion interactive dans ce passé qui explique notre présent.

Le Théâtre antique propose également de nombreux ateliers pédagogiques avec, notamment, la fabrication de fibules, l’accessoire vestimentaire le plus porté entre la fin de l’âge du bronze et le Moyen Âge, une initiation à la calligraphie romaine, la découverte de la marelle, du modelage de médailles à l’effigie de l’empereur Auguste et où chacun repart avec le produit confectionné.

■ Pascal Turc

“Les Gardiens de l’histoire” sont présents au théâtre antique : du vendredi 11 au dimanche 20 avril ; du mercredi 30 avril au dimanche 4 mai ; du mercredi 7 au dimanche 11 mai ; du lundi 7 juillet au jeudi 14 août ; du mercredi 22 au samedi 25 octobre ; du mercredi 29 octobre au samedi 1^{er} novembre. À partir de 11 €, avec une majoration du prix d’entrée de 1,50 €. De 10 heures à 18 heures. Gratuit pour les moins de 7 ans. Accès PMR (Personne à mobilité réduite).

aura

THÉÂTRE
ANTIQUE
D’ORANGE

ORANGE

Plongez dans l'histoire romaine au Théâtre antique

Du 22 octobre au 1^{er} novembre, le site se transforme en terrain de jeux et d'activités dédiés à la culture romaine. Des animations que nous avons testées pour vous...

A partir de ce mercredi 22 octobre, se promener dans les couloirs du Théâtre antique d'Orange ne sera pas sans conséquences... Quatre comédiens pourraient vous tomber dessus. Rencontrer la grande Sarah Bernhardt ? C'est possible.

Propulsée en 1869, lors de ce qui sera l'inauguration des actuelles Chorégies d'Orange, Aurore, la comédienne incarnant ce personnage, déroule son texte, captivant petits et grands. Les Gardiens de l'histoire, une animation instaurée en 2022, fera (re)vivre Auguste Caristie, Tiburge, Marullus, Lucius, Corinne, Guillaume au Cornet et Sarah Bernhardt.

Mais avant de pouvoir rencontrer les comédiens, il faudra pénétrer dans l'enceinte de la bâtisse romaine. "Première porte à droite !" lance une dame à l'accueil. La visite commence. Vous serez accueillis par Maëlle, une guide ; c'est elle qui est en charge de narrer la partie historique du théâtre. "Allez, direction le temple". Le groupe s'exécute et c'est parti pour 2 000 ans d'histoire, "condensés évidemment".

Au gré de ses paroles, nous apprenons, notamment, que le théâtre fut un temps la prison d'Orange, sous la Révolution, ou encore un poste de défense "grâce à son mur de scène imposant". "Société après société, les Hommes ont trouvé au théâtre



Un espace créatif, avec un atelier mosaïque, calligraphie et jeux. / PHOTOS

un rôle au fil des siècles." Mais dans les gradins, une question se fait entendre au milieu des explications de la guide : "Combien y a-t-il de marches dans le théâtre ?" questionne Eva, une jeune fille venue participer à la découverte des activités. Silence dans l'enceinte. "Bonne question. Nous n'avons pas cette information", rigole Maëlle.

Quatre parcours proposés

Visite terminée, la partie ludique débute. Après avoir grimpé la quasi-totalité des 73 marches, nous nous retrouvons dans les couloirs du théâtre.

Maëlle nous a quittés, remplacée par Julia Pons, directrice du monument. "Nous avons installé quatre pièces qui renferment des activités différentes", explique-t-elle. Autour du théâtre ; écriture, lois et école ; hydraulique ; nourriture et jeux. Voilà les quatre parcours proposés. Au cours de chacun d'eux, une activité ludique pour en apprendre plus sur l'histoire des Romains. Comment écrivaient-ils ? Quelle nourriture consommaient-ils ? Leurs écoles... Les jeunes filles présentes se sont empressées de toucher à tout ! En poursuivant la déambulation, nous

avons pu assister au concert de Tono ou Charlotte de Witt, à leurs côtés mais... en réalité virtuelle ! Et c'est dans l'alcôve d'à côté qu'il a été possible de faire déborder notre imagination artistique. "Le musée des œuvres oubliées" a laissé place à de la calligraphie, mosaïque et fabrication de fibule, autant d'activités manuelles qui ont un sens avec l'époque romaine, et qui nous ont bien occupés. De notre côté, nous avons choisi de réaliser une mosaïque, aux couleurs de La Provence, c'était (presque) facile !

Emma STINELLIS

edité par



2.3.6 Nouveau chapitre pour l'Odyssée Sonore – Quand les Dieux s'en mêlent

Après deux éditions du premier spectacle de l'Odyssée Sonore, et plus de 30 000 spectateurs accueillis, un nouveau chapitre de l'expérience a vu le jour en mai 2025.

Forts des retours du public et de notre analyse interne, pour cette 3^{ème} édition, le Théâtre antique a donc proposé à ses spectateurs un nouveau voyage dans lequel ils sont enveloppés par le son et l'image, croisent une multitude de divinités et de personnages mythologiques et traversent des paysages merveilleux et fantastiques.

Synopsis :

Après 2 000 ans de sommeil, Terra, la déesse de la Terre, se réveille au Théâtre antique d'Orange, un lieu qu'elle connaît bien. Autrefois, avec les autres divinités, elle observait les humains depuis cet espace sacré, véritable pont entre le réel et l'imaginaire, le terrestre et le céleste. Mais tout a changé. Les dieux et les humains se sont éloignés, et le Chaos menace de ressurgir. Pour éviter la catastrophe, Terra doit réactiver la grande mécanique du monde divin. Seul problème : convaincre ses enfants, les autres dieux (Uranus, Saturne, Vulcain, Salacia, Cybèle). Face à cette tâche ardue, elle décide de faire appel aux spectateurs pour l'aider à rétablir l'harmonie entre les Dieux et les Hommes.



Pour réaliser cette nouvelle expérience, nous nous sommes entourés de deux spécialistes du son et de l'image : NARRATIVE et COSMO AV.

Un nouveau script, intégrant une narration élaborée répondant aux attentes du public, a permis de créer une bande-son renouvelée à 100%.

Côté vidéomapping, c'est une restructuration complète du show qui a été effectuée, en plus de la création de nouveaux tableaux époustouflants.

En 2025, le spectacle proposé sur 55 soirées de mai à décembre a attiré près de 7 000 spectateurs.





2.3.7 Collaboration de la salle Manufactures du Musée d'art et d'histoire

Notre équipe a collaboré avec le service conservation du Musée d'art et d'histoire, qui souhaitait mettre en place une nouvelle thématique au sein d'un des espaces. Le sujet choisi sont les manufactures présentes à Orange au cours des siècles (textile, sucre, etc.), véritables témoins de la richesse et de la position stratégique de la ville. Les équipes d'Aura ont travaillé sur les traductions des textes en anglais ainsi que sur la mise en page des panneaux, afin de garder une cohérence avec le reste du parcours de visite.



2.4 Les événements

2.4.1 Les concerts Candlelight

Trois concerts Candlelight ont eu lieu cette année 2025 en période estivale. Au sein de lieux spectaculaires, ces représentations intimistes à la lueur des bougies permettent de redécouvrir la musique autrement.

Le 8 juin, le thème du concert étaient les musiques de Queen et ABBA. Cette soirée a rassemblé près de 900 spectateurs, soit la quasi-intégralité de la jauge.

Le second concert Candlelight de la saison a une nouvelle fois connu un franc succès avec une augmentation de la jauge et 1012 spectateurs ravis. Ce sont les musiques de Coldplay et Imagine Dragons qui ont été mises à l'honneur le dimanche 3 août.

Le 19 septembre a eu lieu le troisième et dernier concert Candlelight de la saison, qui a également connu un franc succès avec l'accueil de 1034 personnes. Ce furent les chefs-d'œuvre musicaux d'Hans Zimmer qui ont été mis à l'honneur.



2.4.2 Le Positiv Festival : 54 000 spectateurs accueillis pour une édition unique

Le POSITIV Festival, en coproduction avec Aura et en collaboration avec la Ville d'Orange, ont offert aux spectateurs venus de toute la France des moments inoubliables qui ont transcendé les générations de fans.

La 7^{ème} édition du POSITIV Festival a été marquée par 2 dates de concert de la légende américaine Will Smith, les 31 juillet et 1^{er} août 2025. Ces deux soirées exceptionnelles ont réuni près de 12 500 spectateurs dans l'enceinte du Théâtre antique d'Orange.

L'acteur et rappeur américain a enchaîné ses tubes phares comme *Wild Wild West*, *Gettin' Jiggy With It* et l'inoubliable *Men in Black*, et a même brandi son Oscar devant des spectateurs ravis.

La presse et le public retiendront aussi la participation de 46 danseurs vauclusiens sur *Men in Black*, et les mots de l'artiste, qualifiant Orange de « meilleure date de sa tournée ».

Se sont également produits sur la scène bimillénaire du Théâtre antique, les groupes de metal Dream Theatre, Extreme et The Last Internationale devant 3 500 spectateurs le 29 juillet.

Du 15 au 17 août, le POSITIV Electronic Festival a réuni près de 30 000 festivaliers. Le Théâtre antique s'est mué en véritable cathédrale électronique, avec deux soirées et un after complets.

Parmi les temps forts :

- Le live conceptuel d'Irène Drésel, parfaitement accordé à l'écrin du Théâtre ;
- Le set hypnotique d'Amelie Lens, empreint de force et d'émotion ;
- L'énergie incandescente de Nico Moreno & Sara Landry ;
- Les shows techniques de James Hype et KA:ST B2B Space 92 ;
- Argy, qui a enrichi son set d'un mapping spécialement conçu pour le Théâtre antique ;
- Et le final grandiose de Paul Kalkbrenner, unanimement salué par la critique.

Les 22 et 23 août, POSITIV a conclu sa saison avec deux événements exceptionnels :

- Solomun, qui a marqué les esprits avec un B2B inédit aux côtés de Jamie xx et Four Tet ;
- Adriatique, qui a transformé le Théâtre en scène futuriste grâce à son projet audiovisuel X et son écran monumental de 15 mètres.

Pour cette 7^{ème} édition encore, POSITIV Prod associée à Aura, a permis à chaque artiste d'offrir aux festivaliers des vidéomappings qui ont illuminé le mur de scène et emporté la foule dans des univers uniques à chaque set. Les shows rythmés par des effets pyrotechniques et des performers visuels ont renforcé l'immersion du public sans laisser de répit à son émerveillement. Le POSITIV Festival se vit comme une expérience complète.





2.5 Activité de la librairie-boutique

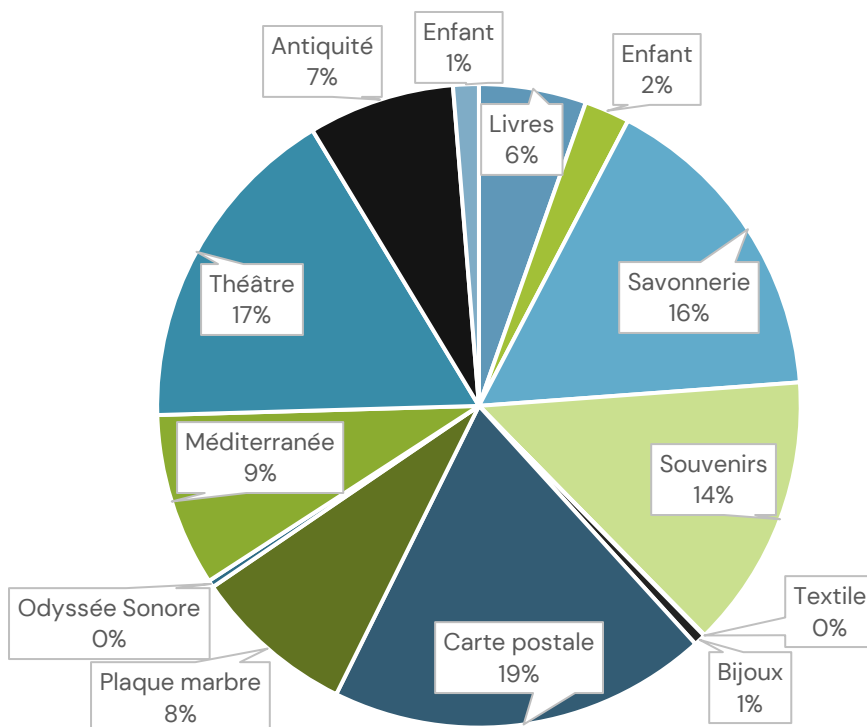
L'activité de la librairie-boutique a connu une évolution considérable en 2025, en raison de l'ouverture du nouvel espace commercial, de nouveau situé sur le parcours de visite. Le nombre de ventes a augmenté de près de 85% par rapport à 2024, et le chiffre d'affaires de plus de 95% (+30% par rapport à 2023).

Voici la répartition des ventes par catégorie de produits :

	Nb Articles	%
1 - LIVRES	2763	5.39%
2 - ENFANT	1167	2.28%
3 - SAVONNERIE	8287	16.17%
4 - SOUVENIRS	7069	13.79%
5 - TEXTILE	20	0.04%
6 - BIJOUX	303	0.59%
7 - CARTE POSTALE	9768	19.06%
8 - PLAQUE MARBRE	4190	8.17%
9 - ODYSSEE SONORE	183	0.36%
10 - MEDITERRANEE	4460	8.70%
12 - THEATRE	8614	16.81%
13 - ANTIQUITE	3771	7.36%
14 - NEW ENFANT	662	1.29%

Les produits ayant le plus de succès sont les cartes postales, suivies de près par les produits de la catégorie Théâtre, correspondant à la nouvelle gamme de produits brandés arrivés en 2025 (magnets, carnets, éventails, stylos, etc.). C'est ensuite la partie savonnerie qui fonctionne le mieux, suivie des souvenirs, qui comprennent notamment les médailles et billets du Théâtre et de l'Arc, mugs, boules à neige, etc. Par rapport à 2024, les produits Théâtre et savonnerie (nouvelles gammes) ont surpassé les produits souvenirs.

Répartition des ventes par catégorie de produits



Le top 12 des ventes :

DÉSIGNATION DU PRODUIT	QUANTITÉ VENDUS	MONTANT HT	FOURNISSEUR
Carte postale Provence	4783	2 391,20 €	ÉDITIONS ART JACK
Médaille	3528	7 238,40 €	MONNAIE DE PARIS
Magnet Orange	3495	12 053,36 €	ÉDITIONS ART JACK
Carte postale nouvelle collection	1548	1 538,00 €	MING
Magnet nouvelle collection	1541	4 667,60 €	LANZFELD
Billet Théâtre	1263	2 717,00 €	EUROBANKNOTE
Billet Arc	1089	2 755,40 €	EUROBANKNOTE
Crayon Magic	787	2 331,60 €	MING
Savon lavande fleurs	709	1 911,60 €	SAVONNERIE DES ALPILLES
Bloc-notes	705	1 440,60 €	LANZFELD
Beaux-Arts Magazine	658	6 520,00 €	BEAUX-ARTS MAGAZINE
Savon fruits des vendanges	611	1 645,92 €	SAVONNERIE DES ALPILLES

Un travail approfondi a été entrepris dès 2023 sur l'étude des collections de cette nouvelle boutique avec une entreprise spécialisée dans le domaine : Halley & Co.

L'objectif a été de développer de nouvelles gammes de produits cohérentes avec le site sur différentes thématiques.

Pour l'ouverture 2025, trois grandes familles de produits ont été développées : des produits portant **la « marque » Théâtre antique** (cartes postales, affiches, papeterie, textiles, mugs...), des produits liés à la **thématique de la Méditerranée** (chapeaux, savons, lavande...), des **produits à destination des enfants** (jeux, crayons de couleur, coloriages...). L'objectif était de proposer **une offre plus qualitative et plus cohérente** avec le monument et son environnement, afin que cet espace devienne une **véritable boutique référencée du centre-ville d'Orange**. Les gammes **Théâtre et Méditerranée** rencontrent un franc succès.

L'exploitation dispose également d'un distributeur de boissons fraîches au sein du monument, proposant plusieurs types de boissons aux visiteurs, en journée : eau, eau pétillante, Coca, Ice Tea, etc.

Ci-dessous un reporting des ventes par mois, du coût de la location et du coût d'achat des boissons vendues.

A noter que ce distributeur de boissons ne **peut pas être exploité lors des concerts** en raison du contrat d'exploitation des buvettes, ce qui représente un manque à gagner pour cette activité annexe.

MOIS	VENTES	LOCATION	ACHATS BOISSONS
Janvier	17,64 €	220,00 €	- €
Février	45,08 €	220,00 €	- €
Mars	117,60 €	220,00 €	- €
Avril	550,76 €	220,00 €	- €
Mai	588,00 €	220,00 €	487,51 €
Juin	2 608,76 €	220,00 €	636,29 €
Juillet	2 896,88 €	220,00 €	914,37 €
Août	3 436,86 €	220,00 €	835,71 €
Septembre	676,20 €	220,00 €	58,60 €
Octobre	306,25 €	220,00 €	229,42 €
Novembre	41,16 €	220,00 €	- €
Décembre	25,48 €	220,00 €	- €
TOTAL	11 310,67 €	2 640,00 €	3 161,90 €
BÉNÉFICES	5 508,77 €		

2.6 Analyse de la satisfaction des visiteurs

Avis des visiteurs

Le Théâtre antique bénéficie d'un très haut niveau de satisfaction des visiteurs, constant depuis plusieurs années :

- **Google : 4,6/5 (12 204 avis)**



- **TripAdvisor : 4,5/5 (2 555 avis)**
 N°1/34 des choses à voir / à faire à Orange
 Catégorie « Les incontournables »
 Top 10 des meilleures activités du monde



aura

**THÉÂTRE
ANTIQUE
D'ORANGE**

- Livre d'or numérique / Visite des monuments

Au mois de mars, le Théâtre antique d'Orange s'est équipé d'un livre d'or numérique. Ce dernier prend la forme d'une tablette sur un socle. Les visiteurs peuvent y remplir deux questionnaires de satisfaction, un pour la visite de jour et un autre pour l'Odyssée Sonore. Le livre d'or numérique est positionné à droite de la porte menant à la boutique, à la toute fin de la visite du Théâtre antique.

Le questionnaire de satisfaction pour la visite de jour a été lancé sur la tablette le 19 mars 2025.

Nous avons recensé, depuis sa mise en place jusqu'au 31 décembre 2025, 3865 réponses à raison d'une moyenne de 11 réponses par jour. Sur la période d'activité citée ci-dessus, 281 emails ont été collectés à des fins d'informations et commerciales.

Taux de satisfaction globale

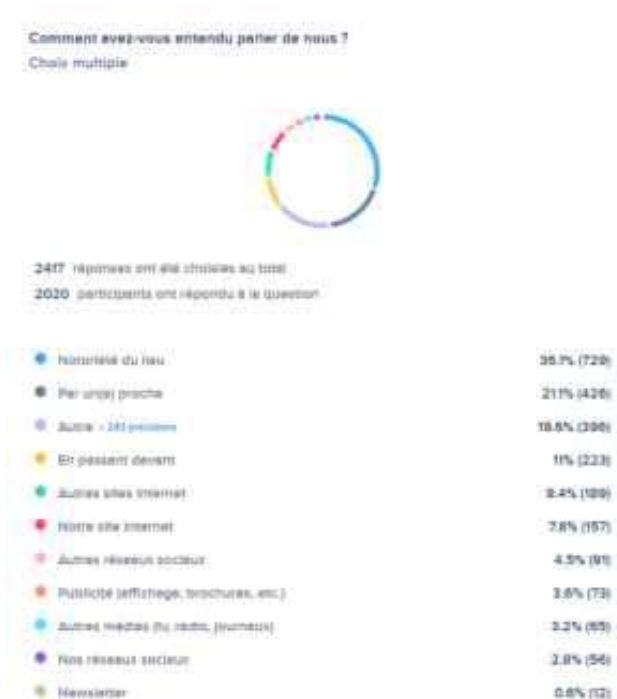


Du 19 mars au 31 décembre 2025, la note moyenne de satisfaction globale est de 8.58/10.

Canal de communication

Du 19 mars au 31 décembre 2025, voici le top 3 des canaux de communication par lesquels les visiteurs ont entendu parler du Théâtre antique d'Orange :

- 36.1% par la notoriété du lieu
- 21.1% par un(e) proche
- 11% en passant devant



Taux primo visiteurs / visiteurs déjà venus

Du 19 mars au 31 décembre 2025, 71% des visiteurs du Théâtre venaient pour la première fois. 21.4% d'entre eux étaient déjà venus une fois et 7.7% d'entre eux étaient déjà venus plusieurs fois.



Typologie de visiteurs

Du 19 mars au 31 décembre 2025, voici le top 3 des profils de visiteurs :

- 47% des visiteurs sont venus en famille
- 29.3% des visiteurs sont venus en couple
- 6.9% des visiteurs sont venus seuls



Réalité Virtuelle

Taux de prise

Du 19 mars au 31 décembre 2025, 40.2 % des visiteurs ayant répondu à la question ont pris le complément réalité virtuelle, soit 1201 personnes.

Du 19 mars au 31 décembre 2025, 21 022 compléments réalité virtuelle ont été vendus, c'est-à-dire que 5.71 % des visiteurs ayant pris le complément réalité virtuelle ont laissé leur avis sur le livre d'or numérique.

Avez-vous visionné notre expérience en réalité virtuelle "Les secrets du Théâtre" ?
 Choix unique

2986 participants ont répondu à la question

Non 50.8% (1785)
 Oui 40.2% (1201)

Si réponse = Oui
 Affiche la question "Les explications au début de la séance sont claires et utiles"
 Si réponse = Oui
 Affiche la question "La qualité de l'image était suffisante"
 Si réponse = Oui
 Affiche la question "Le film a répondu à vos attentes sur la découverte du monument à l'époque romaine"

Satisfaction

Note moyenne « Les explications au début de la séance sont claires et utiles » : 8.9/10

Note moyenne « La qualité de l'image était suffisante » : 8.4/10

Note moyenne « Le film a répondu à vos attentes sur la découverte du monument à l'époque romaine » : 8.6/10

Arc – taux de visite

Du 19 mars au 31 décembre 2025, 71.9% des visiteurs ayant répondu au questionnaire de satisfaction se sont rendus à l'Arc de triomphe.

Avez-vous ou allez-vous visiter l'Arc de triomphe d'Orange ?
 Choix unique

2217 participants ont répondu à la question

Oui 71.9% (1594)
 Non - 302 participants 28.1% (623)

Voici quelques commentaires recueillis sur le livre d'or numérique de la visite de jour :



- Livre d'or numérique / Odyssée Sonore

Le questionnaire de satisfaction pour l'Odyssée Sonore a été lancé sur la tablette le 14 juillet 2025.

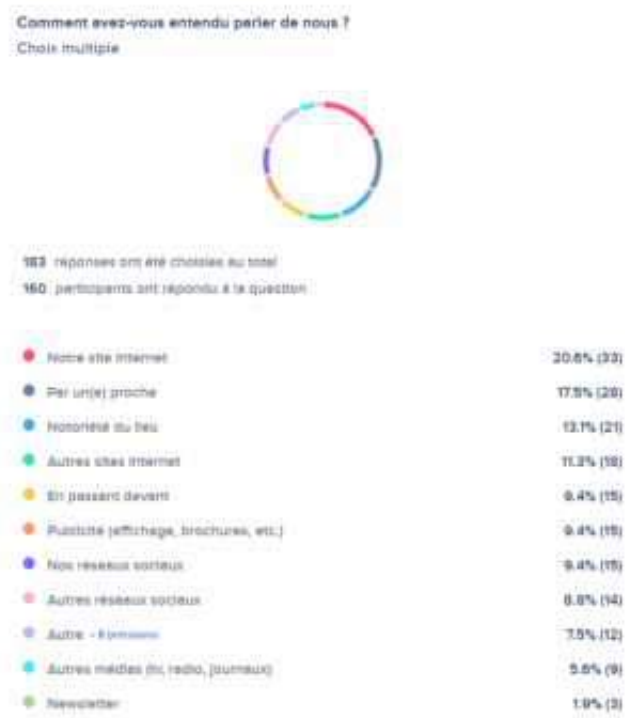
Nous avons recensé, depuis sa mise en place jusqu'au 31 décembre, 210 réponses à raison d'une moyenne de 4.7 réponses par soirée de projection du spectacle. Sur la période d'activité citée ci-dessus, 78 emails ont été collectés à des fins de démarchage promotionnel.



Canal de communication

Du 14 juillet au 31 décembre 2026, voici le top 3 des canaux de communication par lesquels les spectateurs ont entendu parler de l’Odyssée Sonore :

- 20.6% par le site internet
- 17.5% par un(e) proche
- 13.1% par la notoriété du lieu

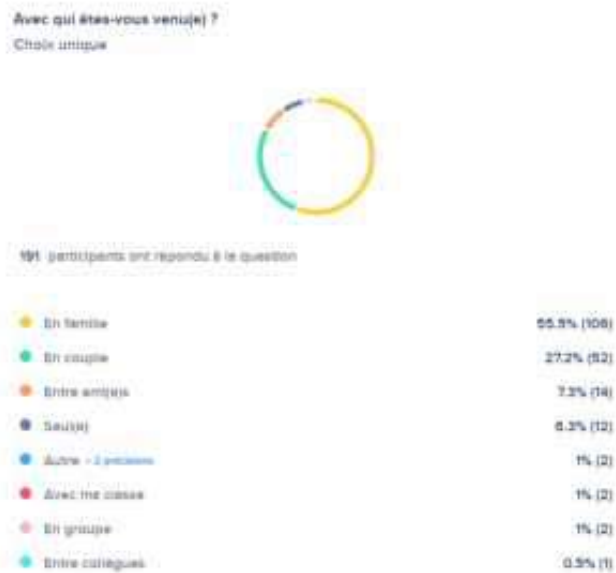


Typologie de visiteurs

Profils

Du 14 juillet au 31 décembre 2026, voici le top 3 des profils de spectateurs de l’Odyssée Sonore :

- 55.5% des spectateurs sont venus en famille
- 27.2% des spectateurs sont venus en couple
- 7.3% des spectateurs sont venus entre amis



Tranche d'âge

Du 14 juillet au 31 décembre 2026, voici le top 3 des tranches d'âge des spectateurs de l'Odyssée Sonore :

- 41.4% des spectateurs de l'Odyssée Sonore avaient entre 36 et 55 ans
- 21.3% des spectateurs de l'Odyssée Sonore avaient moins de 25 ans
- 19.5% des spectateurs de l'Odyssée Sonore avaient entre 56 et 70 ans

À quelle tranche d'âge appartenez-vous ?
Choix unique



Proportion de primo spectateurs / spectateurs déjà venus

Du 14 juillet au 31 décembre 2026, 53.4% des spectateurs n'avaient jamais expérimenté le spectacle auparavant. 40.2% d'entre deux avaient déjà expérimenté le spectacle une fois et 6.4% avaient déjà expérimenté le spectacle plus d'une fois auparavant.

Avez-vous déjà participé à l'Odyssée sonore ?
Choix unique



Retours sur l'expérience

81.5% des spectateurs de l'Odyssée Sonore recommanderaient le spectacle à leurs proches.

Recommanderiez-vous l'Odyssée Sonore à vos proches ?
Choix unique



79.5% des spectateurs ont apprécié l'expérience du spectacle.



Parmi les spectateurs qui ont apprécié l'expérience de l'Odyssée Sonore, voici les éléments du spectacle qui leur ont plu :

- 87.8% des spectateurs satisfaits ont trouvé les visuels pertinents
- 67.6% des spectateurs satisfaits ont aimé l'histoire
- 49.6% des spectateurs satisfaits ont apprécié les dialogues



Parmi les spectateurs qui n'ont pas apprécié l'expérience de l'Odyssée Sonore, voici les éléments du spectacle qui ne leur ont pas plu :

- 75% des spectateurs insatisfaits n'ont pas apprécié l'histoire
- 46.9% des spectateurs insatisfaits n'ont pas trouvé les visuels pertinents
- 37.5% des spectateurs insatisfaits ont trouvé qu'il y avait trop de dialogues



Rapport qualité/prix

- 66.9% des spectateurs sont satisfaits par le rapport qualité/prix du spectacle de l'Odyssée Sonore
- 20.3% des spectateurs ne sont pas satisfaits par le rapport qualité/prix du spectacle de l'Odyssée Sonore
- 12.8% des spectateurs ne se prononcent pas quant au rapport qualité/prix du spectacle de l'Odyssée Sonore

Le rapport qualité prix de l'Odyssée Sonore est satisfaisant

Choix unique



148 participants ont répondu à la question



Voici quelques commentaires recueillis sur le livre d'or numérique de l'Odyssée Sonore :

Très beau spectacle, très immersif
 programmation immersion

Philippe Jenin ★★★★★
 le 14/07/2025 à 22h57

Le spectacle était super, une belle scénographie, de belles images projetées. Un très beau moment passé en famille.
 programmation scénographie œuvres famille

David Theulier ★★★★★
 le 29/07/2025 à 15h51

Tout était parfait, des étoiles plein les yeux 🌟🌟🌟
 Laura Ribeiro ★★★★★
 le 04/08/2025 à 22h45

Une belle expérience visuelle et sonore, un moment apaisant, intime et original pour profiter de ce magnifique Théâtre Antique!
 personnel ambiance émotions

Jeremy Condominat ★★★★★
 le 07/08/2025 à 10h40

C'était génial
 Un visiteur ★★★★★
 le 26/05/2025 à 15h45

- **Livre d'or papier**

En plus des livres d'or numériques, un livre d'or papier est disposé à la fin du parcours de visite. Les commentaires de ce dernier sont régulièrement lus et intégrés à un document Word. Voici un florilège des commentaires laissés par les visiteurs.



Indicateurs de la qualité du service

Nous utilisons différents outils pour mesurer la qualité du service proposé aux visiteurs des monuments, sur les aspects de la propreté et de l'accueil. Pour la partie accueil, de nombreux panneaux d'informations sont mis à disposition des visiteurs. Nos équipes d'accueil sont également présentes au Théâtre et au Musée afin de permettre la meilleure orientation possible. En très haute saison (juillet et août), un renfort supplémentaire est présent à l'accueil, afin de gérer les flux et informer les visiteurs dans la file d'attente.

Aussi, depuis 2023, l'Office de Tourisme en partenariat avec Aura, met en place sur cette même période, un accueil « hors les murs » afin de communiquer aux visiteurs du monument une offre plus globale sur le territoire orangeois.

À la suite de l'ouverture du nouvel espace d'accueil en 2025, nous avons installé un livre d'or numérique et interactif que les visiteurs peuvent compléter s'ils le souhaitent. Plusieurs questionnaires sont disponibles et différentes options sont proposées selon le type de visite choisi par le visiteur des monuments et/ou le spectateur de l'Odyssée Sonore. Le public répond ainsi à un questionnaire personnalisé selon les types de produits expérimentés.

Ponctuellement, nous évaluons également la satisfaction sur certaines expériences par le biais de questionnaires remis directement par les équipes d'accueil, ou par mail à la suite de la visite.

2.7 Fermetures anticipées

En 2025, **71h** de fermetures anticipées ont été générées en raison de l'organisation des événements au Théâtre antique.

MANIFESTATIONS TAO 2025							
DÉTAILS DES MANIFESTATIONS 2025							
DATE	MANIFESTATION	FERMETURE ANTICIPÉE		FERMETURE INITIALE	ORGANISATEURS	RÉFÉRENT	REMARQUES
		Dernière entrée	Sortie visiteurs				
Dimanche 9 février	Urban Trail d'Orange			16h30	Ville d'Orange	Patrice Dupont	
Vendredi 2 mai	Légion				Ville d'Orange		9h - 11h30
Du mercredi 7 mai au samedi 10 mai	Odyssée Sonore				Edeis	Mathilde Moure	
Vendredi 16 mai et samedi 17 mai	Odyssée Sonore				Edeis	Mathilde Moure	
Jeudi 22 mai	Odyssée Sonore				Edeis	Mathilde Moure	
Vendredi 23 mai	Générale spectacle Conservatoire	17h	17h30	18h			Balances à partir de 17h
Samedi 24 mai	Le Conservatoire fait son show	17h	17h30	18h	Ville d'Orange	Myriam Jaisse	Balances à partir de 17h
Du mercredi 28 mai au samedi 31 mai	Odyssée Sonore				Edeis	Mathilde Moure	
Jeudi 5 juin	Générale Spectacul'Art chante Cloclo	16h	16h30	19h			
Vendredi 6 juin	Spectacul'Art chante Cloclo	16h30	17h	19h	Ville d'Orange	Myriam Jaisse	
Samedi 7 juin	Spectacul'Art chante Cloclo	16h30	17h	19h	Ville d'Orange	Myriam Jaisse	
Dimanche 8 juin	Candlelight			19h	Edeis / Fever		
Jeudi 12 juin	Montage Pop The Opera	16h	16h30	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	Test son le 11 juin
Vendredi 13 juin	Pop The Opera	16h	16h30	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	
Samedi 14 juin	Musique de l'Air	17h30	18h	19h	Ville d'Orange		
Vendredi 20 juin	Musiques en fête	16h	16h30	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	Test son du 16 au 19 juin Cocktail Vestiges
Mercredi 25 juin	Lavilliers Symphonique	17h30	18h	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	Test son du 21 au 23 juin Cocktail Vestiges
Samedi 28 juin	Requiem de Mozart	17h30	18h	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	Report le 29 en cas de mauvais temps Cocktail Musée
Lundi 30 juin	Matinée des enfants			19h	Les Chorégies	Paulin Reynard / Colin Jégo	
Du 5 juillet au 14 août	Les Gardiens de l'Histoire			19h	Edeis		
Du 14 juillet au 14 août inclus	Visites animées Maëlle			19h	Edeis		
Samedi 5 juillet	Concert Symphonique	17h30	18h	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	
Dimanche 6 juillet	Opéra concert - Il trovatore	18h	18h30	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	Report le 7 en cas de mauvais temps Cocktail Vestiges
Mercredi 9 juillet	Récital Renaud Capuçon	17h30	18h	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	Cocktail Musée
Samedi 12 juillet	Ballet - Le lac des cygnes	17h30	18h	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	Test son le 10 et 11 juillet Report le 13 Cocktail Musée
Lundi 14 juillet	Odyssée Sonore				Edeis		
Mardi 15 juillet	Artus	16h30	17h		Sud Concerts		
Mercredi 16 juillet	Odyssée Sonore				Edeis		

Jeudi 17 juillet	Concert grande scène émergente	17h30	18h	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	ANNULATION
Dimanche 20 juillet	Opéra concert - La Forza del Destino	17h30	18h	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	Report le 21
Mardi 22 juillet	Cinéconcert - Fantasia	17h30	18h	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	Générale de 18h à 20h
Vendredi 25 juillet	Liverpool Oratorio, Paul Mc Cartney	17h30	18h	19h	Les Chorégies	Paulin Reynard	ANNULATION
Mardi 29 juillet	Positiv rock : Dream Theater / Extreme	13h	13h30	19h	Positiv Prod		
Jeudi 31 juillet	Will Smith	14h30	15h	19h	Positiv Prod	Julien Gaona	
Vendredi 1er août	Will Smith	14h30	15h	19h	Positiv Prod	Julien Gaona	
Samedi 2 août	Odyssée Sonore						
Dimanche 3 août	Candlelight			19h	Edeis / Fever		
Du lundi 4 au mercredi 6 août	Odyssée Sonore			19h	Edeis	Mathilde Moure	
Jeudi 7 août	Générale Condor	16h30	17h	19h			
Vendredi 8 août	Concert 25 ans du Condor	16h30	17h	19h			
Dimanche 10 août	Haxagone MMA	14h30	15h	19h			
Du lundi 11 au mercredi 13 août	Odyssée Sonore				Edeis		
Vendredi 15 août	Positiv Electronic Festival	14h30	15h	19h	Positiv Prod	Julien Gaona	
Samedi 16 août	Positiv Electronic Festival	14h30	15h	19h	Positiv Prod	Julien Gaona	
Dimanche 17 août	Positiv Electronic Festival	14h30	15h	19h	Positiv Prod	Julien Gaona	
Du lundi 18 au mercredi 20 août	Odyssée Sonore				Edeis	Mathilde Moure	
Vendredi 22 août	Positiv : Solomun	14h30	15h	19h	Positiv Prod	Julien Gaona	
Samedi 23 août	Positiv : Adriatique	14h30	15h	19h	Positiv Prod	Julien Gaona	
Du dimanche 24 au jeudi 28 août	Odyssée Sonore				Edeis		
Samedi 30 août	The Voice	16h30	17h	19h			
Samedi 6 septembre	Patrick Fiori	16h30	17h	19h	Sud Concerts		
Vendredi 12 septembre et samedi 13 septembre	Odyssée Sonore				Edeis		
Vendredi 19 septembre	Candlelight			19h	Edeis / Fever		

3. Informations relatives aux biens du service

3.1 Inventaire des biens

La liste des biens du délégataire est à retrouver en **Annexe 8**.

Ce document, tenu par le délégataire depuis la prise de délégation le 1^{er} avril 2022, fournit **la liste complète des biens par catégorie d'ouvrages** (infrastructures, équipements, locaux techniques et administratifs, matériels) et **par nature** (biens de retour, biens de reprise, biens propres). Il comprend une description sommaire de chacun d'eux, leur localisation, ainsi que leur date de mise en service.

3.2 Contrats de sous-traitance

NOM DE LA SOCIÉTÉ	OBJET DU CONTRAT
ADECCO	Embauches ponctuelles de personnel intérimaire
AGS	Outil de planification et de gestion du temps de travail
ALCYON	Location, maintenance et consommables copieurs Théâtre et Musée
ALTO	Location audioguides
ARTNET	Nettoyage des locaux et parcours de visite
ASGARD, JMAG'IN, JC DECAUX, CITYZ, COM AU SUD, MÉDIATRANSPORTS	Gestion des campagnes d'affichage grand format et stratégie digitale
ATELIER FRANÇOISE REBORD	Animation des ateliers pédagogiques à destination des scolaires
AXESS	Système de contrôle d'accès
BOUYGUES TÉLÉCOM	Abonnements lignes mobiles
CAFÉS BIBAL VENDING	Location et maintenance distributeur de boissons
CHRONOFEU	Vérification extincteurs Théâtre et Musée, RIA Théâtre, désenfumage Musée
CHUBB	Vérification système incendie Musée
CI2T	Télésurveillance Théâtre et Musée + abonnement PTI
COLISSIMO & LA POSTE	Affranchissement de colis et courriers
COPAS SYSTÈMES	Vérification des portes automatiques du Théâtre
CULLIGAN	Location fontaines à eau
DIGITHALL	Location, maintenance et consommables copieurs bureaux
ENGIE	Abonnement électricité Théâtre, Musée et bureaux
EURO INFORMATION	Abonnements systèmes de paiements par carte bancaire
EVA ST501	Traductions diverses
FONCIA	Location bureaux

GRENKE	Location système de logiciel boutique
GUEST VIEWS	Livre d'or numérique
HEXANET	Abonnement fibre
IN SECURITY	Maintenance systèmes alarmes Théâtre et Musée
LA CRÉMAILLÈRE	Offre de restauration groupes
LA PROVENCE & LE DAUPHINÉ LIBÉRÉ	Abonnement presse quotidienne
LARS	Gestion du système de vidéoprojection (Odyssée Sonore)
LLP ÉLAGAGE	Nettoyage et entretien du système de vidéoprojection
NAPSIS & FOLIATEAM	Abonnement lignes téléphoniques
OFFICE DE TOURISME D'ORANGE	Guidages
PIERRE LAPORTE COMMUNICATION	Agence relations presse
POLAR ENERGIE	Entretien des climatiseurs
QUALICONSLT	Vérification électriques Théâtre et Musée
SMEETZ	Système de billetterie
SORHOBIS	Boissons
SUEZ	Abonnement eau Théâtre et Musée
VERIFONE	Abonnement systèmes de paiement billetterie en ligne

3.3 Suivi des obligations contractuelles

Un tableau de suivi des obligations contractuelles est présenté en **Annexe 7**.

Sur les thématiques liées au développement commercial, aux tâches administratives ou encore aux contrôles de sécurité réglementaires, les informations suivantes y figurent :

- Les types d'obligation : périodique, annuel, unique, etc. ;
- L'engagement détaillé ;
- Le commentaire de réalisation 2022-2025.

4. Situation du personnel

4.1 Registre du personnel

4.1.1 Effectifs

Ci-dessous, les tableaux récapitulatifs du personnel embauché sur l'année 2025 :

- En contrat à durée indéterminée :

PRÉNOM & NOM	STATUT	TYPE DE CONTRAT	NIVEAU	ÉCHELON	COEFFICIENT	POSTE OCCUPÉ	Commentaires
CDI							
Mathieu NOIRE	Cadre	CDI	XB		630	Directeur de site	
Julia PONS	Cadre	CDI	V / VI		300 / 330	Responsable adjointe de site / Directrice de site	Evolution de poste
Pierre BENSAM	Employé	CDI	I / E	1 / 3	175 / 181	Agent d'entretien / Agent d'entretien et de maintenance	Evolution de poste - passage à TP en juillet
Benoît TESTON VONE	Agent de maîtrise / Cadre	CDI	IV	1	220 / 280	Agent de maintenance / Responsable technique et maintenance	Evolution de poste
Amélie GRANGE	Agent de maîtrise / Cadre	CDI	IV	1	220 / 280	Manager pôle accueil responsable billetterie / Attachée de direction	Evolution de poste
Gilles LAFFRANCE	Cadre	CDI	V		300	Chef de projets numériques	
Véronique PEREZ	Agent de maîtrise	CDI	IV	2	250	Responsable boutique	
Sarah HARTON	Employée / Agent de maîtrise	CDI	E / IV	1 / 1	187 / 220	Hôteuse accueil billetterie boutique / Manager pôle accueil responsable billetterie	Evolution de poste
Cécile TANDLEY	Agent de maîtrise	CDI	IV	2	250	Chargée du service de réservations de groupes Hôteuse accueil billetterie boutique	
Colin FÉSO	Employé	CDI	III	1	200	Assistant communication et développement	
Elis RANDRANARINDA	Agent de maîtrise / Cadre	CDI	IV	1	220	Assistante commerciale et de gestion / Responsable développement commercial et partenariats	Evolution de poste
Frédéric GAMBER	Employé	CDI	III	2	215	Assistant de gestion et d'administration	
Arnaud MURBAUD	Employé	CDI	E	2	181	Chargée du service de réservations de groupes Hôteuse accueil billetterie boutique	

- En contrat à durée déterminée, de remplacement ou en lien avec l'accroissement temporaire de l'activité, en contrat saisonnier ou en extra :

CDD / CONTRAT SAISONNIER / EXTRA							
Najat CHOUMI	Employée	CDD	0	3	181	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Lisa CRESCENTE	Employée	CS / CDD	0	3 / 3	181 / 181	Chargée de promotion / Hôteesse accueil billetterie boutique	Expiration de poste – passage d'un CDD à un CDI
Éve DE DOMANDET	Employée	CS	0	3	181	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Marian AGUIRRE	Employée	CS	0	3	181	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Margot AURELIO	Employée	Extra	0	1	175	Hôte accueil billetterie boutique	
Cécile FARRÉ	Employée	Extra	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Laurence SPALLA	Employée	Extra	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Isabelle GILBERT	Employée	Extra	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Pauline SCULFORT	Employée	CS	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Loïc MEGARDIS	Employée	CS	0	3	181	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Noé SABON	Employé	Extra CS	0	2	181	Conseiller	
Marie FLECHARE	Employée	Extra	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Marina RANDRIANARISOA	Employée	Extra CS	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Chloé VEDIEU	Employée	CDD	0	3	181	Assistante chargée de projets	
Élie BBAUER	Employée	CS	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Valentine VILHEU	Employée	CS	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Marie-Lise MAZIN	Employée	CS	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Yvonne RANAIVOSON	Employée	CS	0	1	181	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Lucie CONNELL-FETEL	Employée	CS	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Lucas EL ROUE	Employée	Extra	1	1	150	Agent d'entretien	
Uana CHANTAN	Employée	CS	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Marcus PEUNER	Employée	Extra	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Isabelle CLARE	Employée	CS	1	1	150	Agent d'entretien et de maintenance	
Laurence BERNARD	Employée	CS	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Carla CHAVANNE	Employée	CS	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Quentin NARDELLA	Employé / Extra	CS	0	1	175	Hôte accueil billetterie boutique	
Lisa MARDON	Employée	Extra	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Fredrik NYER	Employé	Extra / CDD	1	1	100	Agent d'entretien	

- En contrat d'alternance ou en stage :

ALTERNANCE / STAGE						
Faust DELAGRAY	Stagiaire	Stage				Assistant chargé de projets
Mafie PIVET	Stagiaire	Stage				Médiation culturelle
Clément NOUR	Alternant	Contrat d'alternance	0	1	175	Véhicule
Marcus REZEL	Alternant	Contrat d'alternance	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique
Lexus NOEL	Stagiaire	Stage				Accueil
Élie GORDARELLI	Stagiaire	Stage				Médiation culturelle
Sylvain DECOURT	Alternant	Contrat d'alternance	0	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique
Alex RODRIGUEZ	Stagiaire	Stage				Hôte accueil V6

- En contrat d'intermittence du spectacle :

INTERMITTENT DU SPECTACLE						
Assafé DIALLO	Intermittente	Intermittence	0	2	181	Comédienne
Aurélien DELARAT	Intermittente	Intermittence	0	2	181	Comédien
Alexandre SCHROEDER	Intermittent	Intermittence	0	2	181	Comédien

Des commentaires ont été ajoutés, notamment concernant les durées et les modifications de contrats.

L'ensemble de ces contrats correspondent à 21,33 ETP (équivalents temps plein) lissés sur l'année.

4.1.2 Conditions de rémunération

Aura Monuments d'Orange est régie par la convention collective des espaces de loisirs, d'attractions et culturels. De ce fait, c'est la grille conventionnelle qui s'applique pour la rémunération des salariés. Cette grille évolue ponctuellement, selon les négociations syndicales et les réévaluations du SMIC.

STATUT	NIVEAU	ÉCHELON	COEFFICIENT HIÉRARCHIQUE	DESCRIPTION	MINIMA AU 1ER AVRIL 2026 SMIC = 1823,03€			
					Salaire mensuel brut	Salaire mensuel brut Forfait jour	Taux horaire	Cachet spectacle
EMPLOYÉ	I	1	150	Emplois ne nécessitant aucune qualification professionnelle, visant à exécuter des tâches simples et bien définies par des consignes détaillées fixant la nature du travail et la manière de le faire.	1 851,85 €		12,21 €	
		2	154	Emplois correspondant à la définition du niveau I, échelon 1, coefficient 150, dès l'embauche en 2ème saison.	1 870,90 €		12,34 €	
		3	158	Emplois correspondant à la définition du niveau I, échelon 1, coefficient 150, dès l'embauche en 4ème saison du fait de la polyvalence.	1 875,13 €		12,36 €	
	II	1	175	Emplois nécessitant des tâches relevant d'une technicité / spécialité bien déterminée. Ces tâches sont à enchaîner de façon cohérente, suivant des consignes précises et détaillées fixées par le supérieur hiérarchique.	1 882,13 €		12,41 €	112,93 €
		2	181	Emplois correspondant à la définition du niveau II, échelon 1, coefficient 175 dès l'embauche en 3ème saison du fait de la polyvalence.	1 900,08 €		12,53 €	114,00 €
		3	187	Emplois correspondant à la définition du niveau II, échelon 1, coefficient 175 dès l'embauche en 4ème saison du fait de la polyvalence.	1 915,91 €		12,63 €	114,95 €
	III	1	200	Emplois dont le titulaire est responsable de l'application de tâches relevant d'une technicité / spécialité bien déterminée exigeant des connaissances professionnelles qualifiées. Placé sous le contrôle direct d'un responsable hiérarchique, il peut être amené à prendre des initiatives pour adapter les instructions et prévoir les moyens d'exécution. Il peut avoir la responsabilité d'un groupe d'employés de niveau I et II.	1 932,26 €		12,74 €	115,93 €
		2	215	Emplois correspondant à la définition du niveau III, échelon 1, coefficient 200, après une expérience effective de 4 saisons complètes dans l'entreprise.	1 963,85 €		12,95 €	117,83 €
AGENT DE MAÎTRISE	IV	1	220	Emplois dont le titulaire peut être amené à prendre des initiatives et des décisions pour adapter, dans les cas particuliers, ses interventions en fonction de l'interprétation des informations. Il peut être amené à assurer l'encadrement de groupes pluridisciplinaires d'employés de niveaux I, II et III.	1 979,64 €		13,05 €	118,78 €
		2	250	Emplois correspondant à la définition du niveau IV, échelon 1, coefficient 220 exigeant des connaissances acquises par formation spécifique ou par expérience.	2 210,90 €		14,58 €	132,65 €
		3	280	Emplois correspondant à la définition du niveau IV, échelon 2, coefficient 250 ayant 10 ans de présence effective dans l'entreprise.	2 471,61 €	2 595,19 €	16,30 €	148,29 €
		4	300		2 579,03 €		17,00 €	154,74 €
CADRE	V		300	Emplois dont le titulaire assume des responsabilités techniques, administratives, financières, commerciales, de gestion ou d'exploitation dans le cadre de missions fixées par son supérieur hiérarchique.	2 579,03 €	2 707,98 €	17,00 €	154,74 €
	VI		360	Emplois correspondant à la définition du niveau V, coefficient 300 exigeant une autonomie de jugement, d'initiatives et de décisions de la part du titulaire et une expérience étendue dans une spécialité.	3 026,42 €	3 177,74 €	19,95 €	181,58 €
	VII		430	Emplois dont le titulaire assure par délégation directe du directeur ou de l'employeur la charge d'un ou plusieurs services et dispose d'une large autonomie d'action, de jugement et d'initiative.	3 653,19 €	3 835,85 €	24,09 €	219,19 €
	VIII		520	Emplois dont le titulaire exerce des fonctions représentant une contribution particulièrement déterminante dans la réalisation des objectifs généraux de l'entreprise.	4 406,15 €	4 626,45 €	29,05 €	264,36 €

4.1.3 Absentéisme

L'absentéisme au sein de l'entreprise se traduit en 3 catégories :

- Arrêt maladie : 6 salariés concernés, représentant 118 jours d'arrêt maladie ;
- Accident de travail : 2 salariés concernés, à la suite d'une chute dans des escaliers pour l'un, et d'une mauvaise position pour l'autre, engendrant 21 jours d'arrêt de travail pour l'une, et 6 jours pour l'autre ;
- Absence autorisée non payée ou absence injustifiée : 2 salariés concernés, pour 4 journées de travail.

	Arrêt maladie	Accident de travail	Absence autorisée non payée ou absence injustifiée
Nombre de salariés concernés	6	2	2
Nombre de jours	118	27	4

4.1.4 Règlement intérieur

Le règlement intérieur d'Aura ainsi que ses annexes concernant le code de conduite et la charte éthique sont présentés en **Annexe 10**.

4.2 Formation du personnel

Chaque année, les salariés formulent leurs souhaits de formations individuelles et nous travaillons également à des formations collectives sur différentes thématiques : management, vente, procédures de sécurité et d'évacuation, etc.

Entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2025, 3 catégories de formations ont été suivies par la majorité des membres du personnel (CDI et CDD longues périodes) :

- **Sécurité :**
 - Formation Sauveteur Secouriste du Travail (SST) pour 3 salariés ainsi que le recyclage de cette formation pour 8 salariés ;
 - Formation Habilitation électrique pour 3 salariés ;
 - Formation SSIAP 1 pour 1 salarié ;
 - Formation CACES pour 1 salarié.

- **Informatique et numérique :**
 - Formation au logiciel Excel pour 2 salariés ;
 - Formation pack Office (Word, Excel, Outlook) pour 4 salariés ;
 - Perfectionnement sur le logiciel de boutique (Crisalid) pour 1 salarié.
- **Management et développement :**
 - Formation Santé, Sécurité et Conditions de Travail (SSCT) pour les membres du CSE pour 2 salariés ;
 - Formation Gestion des publics difficiles pour 1 salarié ;
 - Formation Utilisation de l'intelligence artificielle pour les professionnels de la culture et du tourisme pour 5 salariés.

4.3 Faits marquants

Deux accidents de travail ont été enregistrés sur la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2025 :

- Hôtesse d'accueil (CDD saisonnier) : douleur vive au niveau du dos et de la hanche après avoir essayé de s'asseoir. Cet accident n'a pas eu de conséquence marquante, mais a nécessité 6 jours de repos (arrêt de travail) pour le salarié concerné. Il s'agissait d'une cruralgie gauche.
- Hôtesse d'accueil (CDI) : entorse au niveau de la cheville à la suite d'une chute sur une marche des escaliers à proximité de la salle de réalité virtuelle. Cela a nécessité un arrêt de travail de 21 jours.

4.4 Aura, créateur d'emploi

Depuis le 1^{er} avril 2022, plusieurs salariés ont connu des évolutions de postes.

En 2025, un poste d'hôtesse d'accueil et de chargée de promotion a été créé et une réorganisation structurelle des postes a été effectuée, à la suite du départ de la précédente directrice, Mathilde Moure.

Aussi, en lien avec l'accroissement de l'activité et la mise en place de nouvelles animations, les contrats CDD et saisonniers sont plus nombreux.

Nous collaborons étroitement avec France Travail qui nous accompagne dans le recrutement de nos équipes, et avec qui nous organisons par exemple des ateliers de détection de talents potentiels dans le but de familiariser des demandeurs d'emploi au secteur du tourisme.

Embauches 2025

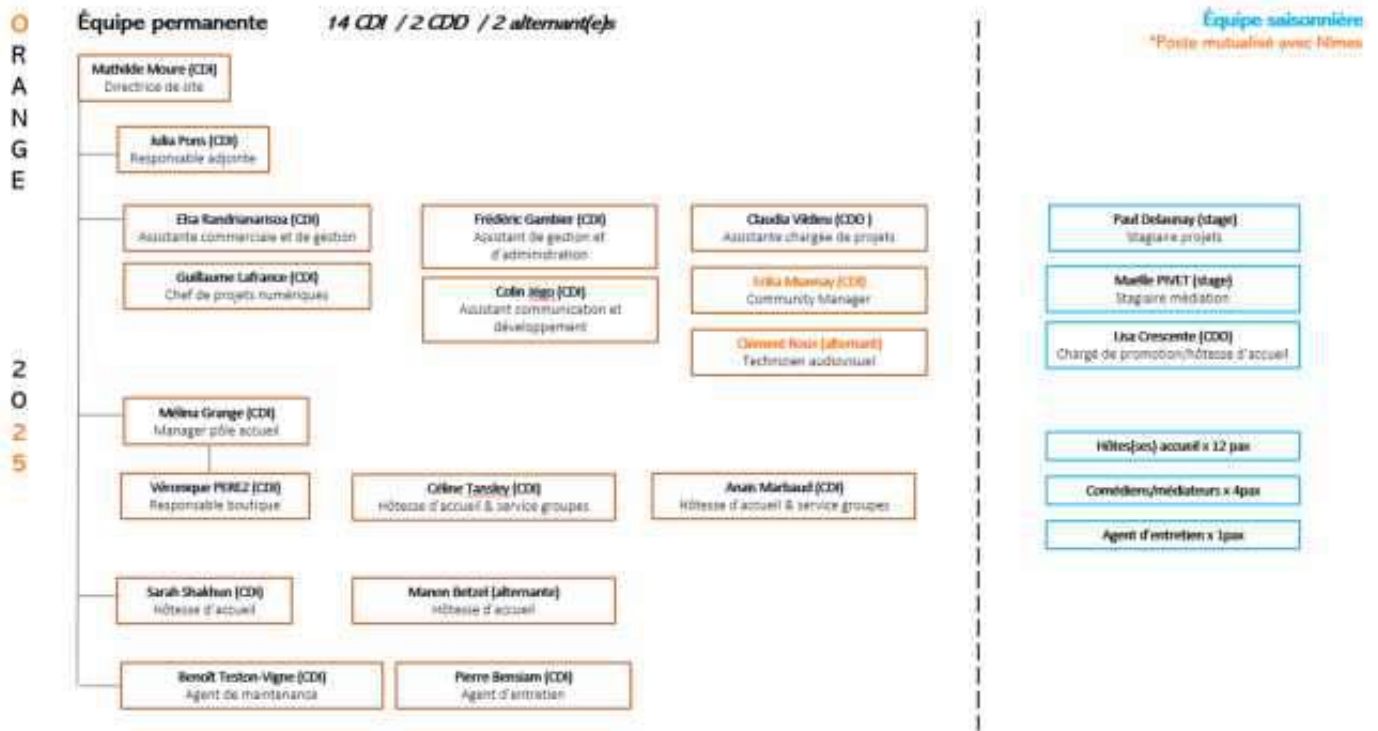
- **Contrats à durée indéterminée :**
 - Lisa Crescente : CDD saisonnier du 1er mars au 31 août en tant qu'hôtesse d'accueil et chargée de promotion puis passage en CDI sur ce poste hybride au 1^{er} septembre.
- **Contrat d'alternance :**
 - Solyane Decourt : contrat d'alternance pour une durée de 2 ans en tant qu'hôtesse d'accueil depuis le 1^{er} septembre.
- **Contrats à durée déterminée pour les services accueil et entretien** (remplacement, accroissement temporaire d'activité et saisonnier) :
 - Najat Chouaf : CDD à temps partiel du 1^{er} janvier au 31 décembre ;
 - Marion Aguirre : CDD saisonnier du 1er mars au 31 juillet ;
 - Valentine Vildieu : CDD saisonnier du 1^{er} avril au 7 septembre ;
 - Lucie Connell-Fetel : CDD saisonnier du 19 avril au 31 août ;
 - Liana Chan-Fan : CDD saisonnier du 3 mai au 31 août ;
 - Élise Ribanier : CDD saisonnier du 5 juillet au 31 août ;
 - Ève De Domahidy : CDD saisonnier du 11 juillet au 24 août ;
 - Lou Meszaros : CDD de remplacement du 2 juillet au 27 juillet ;
 - Harena Randrianarisoa : CDD saisonnier du 5 juillet au 31 août ;
 - Rosella Claire : CDD saisonnier du 10 juillet au 29 août ;
 - Noé Sabon : CDD saisonnier du 1^{er} juillet au 17 août ;
 - Yvanna Ranaivoson : CDD saisonnier du 1^{er} au 31 août ;
 - Pauline Sculfort : CDD saisonnier du 1^{er} au 31 août ;
 - Carla Chavanne : CDD saisonnier du 1^{er} au 30 septembre ;
 - Laurine Reynaud : CDD saisonnier du 1^{er} au 30 septembre ;
 - Quentin Napierala : CDD saisonnier du 1^{er} septembre au 31 octobre ;
 - Esteban Soyer : CDD de remplacement du 28 octobre au 30 novembre.
- **Contrats d'intermittence du spectacle** (pour les comédiens assurant les animations du printemps, de l'été et des vacances de la Toussaint) :
 - Alexandre Schorderet : 21 cachets sur la période estivale ;
 - Aurore Delarrat : 37 cachets répartis au printemps et sur la période estivale ;
 - Anahid Djalali : 39 cachets répartis au printemps et sur la période estivale ;
 - Florian Pierre : 9 cachets durant les vacances de la Toussaint ;
 - Inès De Domahidy : 9 cachets durant les vacances de la Toussaint ;

- **Extras** (renforts spécifiques essentiellement liés à des besoins d'entretien du site ou pour des événements tels que l'Odyssée Sonore) :
 - Harena Randrianarisoa : en février, mars et avril ;
 - Ève De Domahidy : en mars, avril et décembre ;
 - Marie Fléchaire : en février et mars
 - Marion Aguirre : en janvier et août ;
 - Manon Prunier : en mai ;
 - Lou Meszaros : en août ;
 - Rosella Claire : en septembre ;
 - Lisa Marquis : en octobre et novembre ;
 - Noé Sabon : en mai ;
 - Quentin Napierala : en novembre ;
 - Esteban Soyer : en octobre et décembre ;
 - Eunice Gilibert : en juillet et août ;
 - Morgan Aurilio : en mars, mai, de juillet à septembre et en décembre ;
 - Laurence Sevilla : de juillet à septembre et en décembre ;
 - Coralie Fabre : en mai et août ;
 - Loubna El Riahi : de janvier à juillet.

Organigrammes 2025

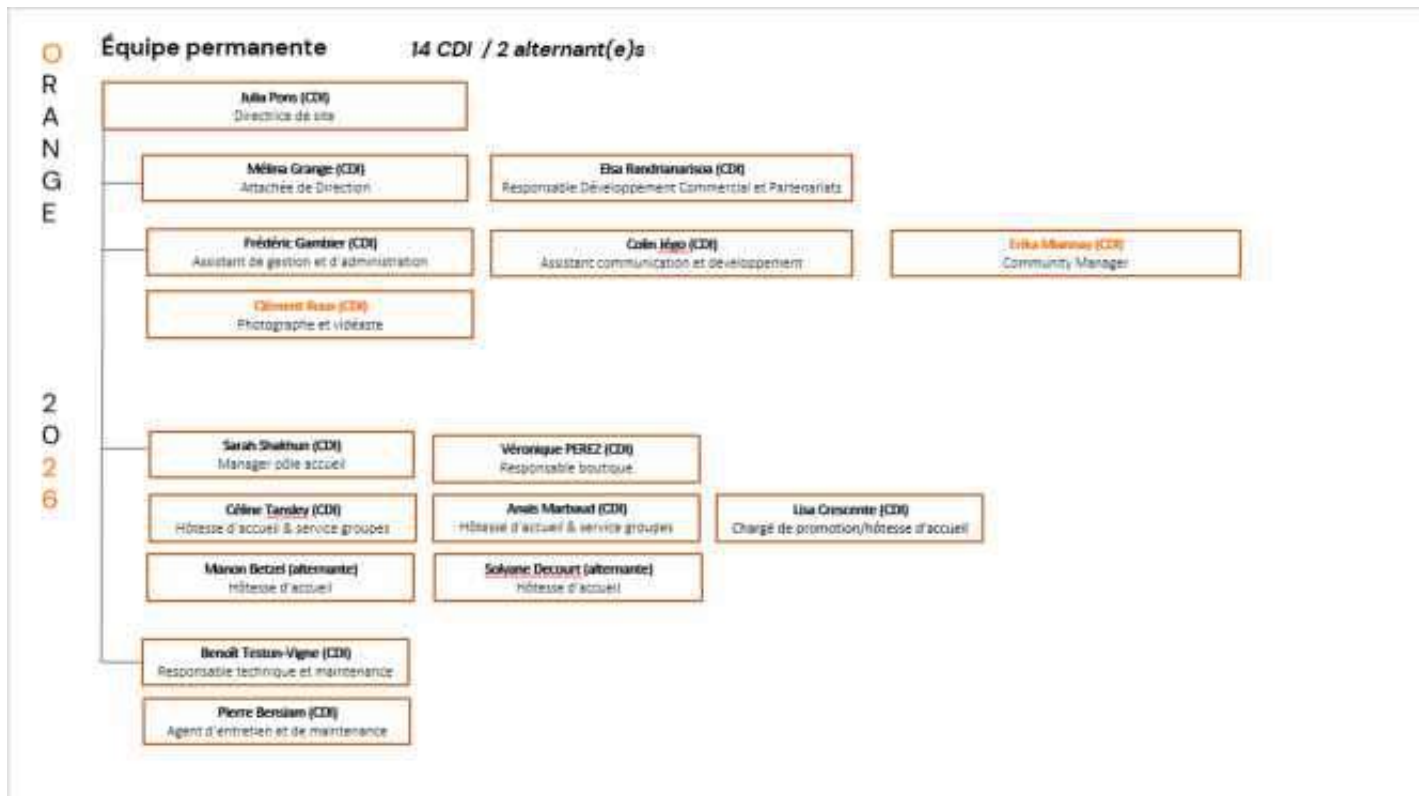
Deux organigrammes sont présentés ci-dessous, le premier correspondant à la moitié de l'année, de janvier à juin, le second correspondant au reste de l'année.

La modification de l'organigramme en cours d'année est particulièrement liée au départ de la précédente directrice, Mathilde Moure et de la nomination de Julia Pons, anciennement directrice adjointe, à son poste.



Modifications apportées

- Départ de Mathilde Moure qui a quitté ses fonctions le 4 juillet 2025 ;
- Départ de Claudia Vildieu le 16 mai 2025 après une demande de rupture anticipée de son CDD faisant suite à une embauche en CDI ;
- Départ de Guillaume Lafrance le 23 juillet 2025 ;
- Fin de stage de Paul Delaunay (3 février – 31 juillet) ;
- Fin de stage de Maëlle Pivet le 22 août.



Nouvelle organisation

À la suite du départ au début du mois de juillet de Mathilde Moure, présente au Théâtre antique depuis 2015, d'abord sur un poste de responsable d'exploitation puis de directrice de site, une réorganisation de l'équipe a été réalisée avec plusieurs évolutions internes, et le recrutement d'un nouveau membre de l'équipe.

L'organigramme ci-dessus permet une visualisation claire de cette nouvelle organisation, effective depuis le 1^{er} juillet :

- Julia Pons, présente depuis 2018 et jusqu'alors directrice adjointe a pris le poste de directrice de site ;
- Mélina Grange, précédemment manager du pôle accueil et responsable de la billetterie depuis 2024, est devenue attachée de direction, afin de suppléer Julia Pons sur l'exploitation, la gestion administrative et la gestion des ressources humaines ;
- Elsa Randrianarisoa, présente dans les effectifs depuis 2011, et ayant occupé plusieurs postes (hôtesse d'accueil, chargée des réservations de groupes, assistante commerciale et de gestion) est devenue responsable du développement commercial et des partenariats, afin de répondre aux besoins du site ;
- Sarah Shakhun, en poste depuis 2018 en tant qu'hôtesse d'accueil, a pris le poste initialement occupé par Mélina Grange, en tant que manager du pôle accueil et responsable de la billetterie ;

- Benoît Teston-Vigne, agent de maintenance depuis 2024, est devenu responsable maintenance et technique, répondant à un besoin d'exploitation et de présence sur le terrain ;
- Pierre Bensiam, jusque-là agent d'entretien à temps partiel depuis 2024, a évolué à temps plein en tant qu'agent de maintenance et d'entretien, afin d'aider Benoît Teston-Vigne dans ses missions liées à la maintenance, tout en conservant la gestion de l'entretien du site.

Cette réorganisation a ainsi permis l'embauche en CDI de Lisa Crescente, sur une fonction hybride entre l'accueil et la promotion, à compter du 1^{er} septembre 2025.

5. Données comptables

5.1 Compte de résultat pour l'exploitation

Le compte de résultat 2025 détaillé (pour la période du 1^{er} janvier au 31 décembre) de l'exploitation des monuments est à retrouver en **Annexe 2** du présent rapport. Toutefois, afin de faciliter l'analyse du résultat 2025, un compte de résultat simplifié est établi ci-dessous.

Les règles et méthodes comptables détaillées sont à retrouver en **Annexe 4**.

5.1.1 Compte de résultat simplifié

Aura Monuments d'Orange Gestion du Théâtre antique d'Orange 2025

		Période : janvier 2025 > décembre 2025			
	Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2024
REVENUS					
REVENUS BILLETÉRIE	1 091 222	1 932 450	(841 228)	-43,5%	1 789 391
REVENUS BOUTIQUE	240 610	320 000	(79 390)	-24,8%	125 435
REVENUS D'EXPLOITATION	1 826 575	2 372 450	(545 875)	-23,0%	2 192 834
CHARGES					
REDEVANCES VERSEES VILLE D'ORANGE	573 793	570 000	3 793	0,7%	570 420
ACHATS	159 696	234 000	(74 304)	-31,8%	167 165
SERVICES EXTERIEURS	810 164	815 000	(4 836)	2,6%	877 462
AUTRES SERVICES EXTERIEURS	508 813	1 001 600	(492 787)	-51,8%	688 785
IMPOTS ET TAXES	22 747	25 000	(2 253)	-23,5%	28 411
FRAIS DE PERSONNEL	791 549	767 828	23 721	-87,4%	736 913
CHARGES D'EXPLOITATION	2 866 762	3 413 428	(546 666)	-16,0%	3 069 157
EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION	(1 040 188)	(1 040 978)	791	-0,1%	(876 323)
DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS (-)	644 318	552 541	91 777	16,6%	476 440
RESULTAT D'EXPLOITATION	(1 684 506)	(1 593 519)	(90 986)	5,7%	(1 352 764)
PRODUITS FINANCIERS(+)	5 806	0	5 806		727
CHARGES FINANCIERES (-)	190 215	225 000	(34 785)	-15,5%	208 165
RESULTAT FINANCIER	(184 409)	(225 000)	40 591	-18,0%	(207 438)
RESULTAT COURANT AVANT IS	(1 868 915)	(1 818 519)	(50 396)	2,8%	(1 560 202)
PRODUITS EXCEPTIONNELS(+)	1 679	0	1 679		0
CHARGES EXCEPTIONNELLES (-)	0	0	0		0
RESULTAT EXCEPTIONNEL	1 679	0	1 679		0
RESULTAT AVANT IMPOT	(1 867 236)	(1 818 519)	(48 717)	2,7%	(1 560 202)
RESULTAT NET	(1 867 236)	(1 818 519)	(48 717)	2,7%	(1 560 202)

5.1.2 Analyse des recettes de l'exploitation

Aura Monuments d'Orange

Gestion du Théâtre antique d'Orange 2025

Période : janvier 2025 > décembre 2025

Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2024
1 277 165	1 457 600	(180 435)	-12,4%	1 131 852
52 014	254 850	(202 836)	-79,6%	236 721
0	0	0		0
(476 568)	220 000	(696 568)	-316,6%	208 668
6 910	0	6 910		7 237
231 701	0	231 701		203 034
0	0	0		1 880
1 091 222	1 932 450	(841 228)	-43,5%	1 789 391
240 610	320 000	(79 390)	-24,8%	125 435
494 743	50 000	444 743	889,5%	278 008
1 826 575	2 372 450	(545 875)	-23,0%	2 192 834

REVENUS

Billets parcours de jours
Billets parcours de nuit
Billets spectacle "La Voix de Pierres"
Billets spectacles "Festival août"
Visites guidées et animations
Billets groupes
Billets combinés

REVENUS BILLETTERIE

REVENUS BOUTIQUE

Produits d'exploitation divers

REVENUS D'EXPLOITATION

Contexte de fréquentation et de chiffre d'affaires pour la partie billetterie :

Le chiffre d'affaires budgété à hauteur de 1 457 600€ a été dépassé puisque l'addition des billets parcours de jour, visites guidées et animations, et billets groupes, permet d'atteindre un montant de 1 515 776€, soit une augmentation de 4%. Cette augmentation, liée à l'augmentation de la fréquentation peut s'expliquer par différents facteurs tels que ceux listés ci-dessous :

- La fin des travaux de restauration au sein du monument ;
- La reconstruction d'un nouvel espace d'accueil
- Le développement de nouvelles gammes de produits pour la boutique ;
- La poursuite de campagnes de communication et d'actions commerciales nationales et internationales.

En revanche, le chiffre d'affaires du parcours de nuit (Odyssée Sonore) est très inférieur aux prévisions initiales. La difficulté de positionnement du spectacle durant la saison estivale, qui représente un fort potentiel de fréquentation, explique cet écart important. En effet, la programmation de l'Odyssée Sonore n'est pas optimisée en raison des périodes d'occupation du monument par d'autres opérateurs événementiels (Chorégies, Ville, Positiv, etc.).

En 2025, l'Odyssée Sonore a bénéficié de 16 soirées de moins qu'en 2024 sur la période la plus propice (juin, juillet, août). Ainsi, le niveau de recettes est insuffisant pour ce spectacle nocturne avec une moyenne de fréquentation en 2025 de 127 spectateurs par soir, contre 145 en 2024, 184 en 2023 et 710 dans le CEP d'origine.

Contexte des ventes de la boutique :

Le chiffre d'affaires recontre une hausse de près de 50% par rapport à 2024, année durant laquelle la boutique ne se trouvait plus sur le parcours de visite en raison des travaux de restauration. En revanche, malgré cette forte progression, les objectifs budgétaires ne sont pas atteints.

Les produits d'exploitation divers correspondent à des facturations externes : refacturation des consommations électriques extrinsèques à l'exploitation, privatisations du site et du système de vidéoprojections, aides de l'État pour l'embauche d'apprentis, etc.

5.1.3 Analyse des charges

Charges – redevances versées au délégant

Aura Monuments d'Orange

Gestion du Théâtre antique d'Orange 2025

CHARGES

Redevance fixe
 Redevance variable
 Redevance de contrôle

REDEVANCES VERSEES VILLE D'ORANGE

Période : janvier 2025 > décembre 2025

Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2024
550 000	550 000	0	0,0%	550 420
0	0	0		0
23 793	20 000	3 793	19,0%	20 000
573 793	570 000	3 793	0,7%	570 420

Charges – achats

Aura Monuments d'Orange

Gestion du Théâtre antique d'Orange 2025

CHARGES

Coût d'achat des marchandises vendues
 Eau, énergie
 Petits équipements, produits d'entretien
 Fournitures de bureau
 Vêtements de travail

ACHATS

Période : janvier 2025 > décembre 2025

Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2024
79 293	144 000	(64 707)	-44,9%	59 489
56 546	60 000	(3 454)	-5,8%	76 881
18 503	20 000	(1 497)	-7,5%	17 225
2 568	5 000	(2 432)	-48,6%	6 727
2 785	5 000	(2 215)	-44,3%	6 843
159 696	234 000	(74 304)	-31,8%	167 165

La diminution des **coûts d'achats des marchandises vendues** est en corrélation avec la situation 2024 de la boutique. Les ventes ayant fortement diminué, une partie des stocks n'avait pas été vendue. Par ailleurs, les nouvelles gammes de produits dérivés ont été commandées sur le dernier trimestre 2024, afin d'avoir la marchandise nécessaire à l'ouverture du nouvel espace de vente en janvier 2025.

Charges – services extérieurs

Aura Monuments d'Orange

Gestion du Théâtre antique d'Orange 2025

Période : janvier 2025 > décembre 2025

CHARGES

Sous-traitance (générale, réception)
 Locations (mobilière, photocopieur, terminaux,...)
 Location de véhicule
 Télésurveillance
 Audioguides
 Location Arius / BNP solution
 Entretien des biens immobiliers
 Entretien des biens mobiliers
 Maintenance générale
 Maintenance sécurité et incendie
 Maintenance système informatique
 Maintenance (Spectacle immersif)
 Assurances
 Honoraires et commissions
 Commissaire aux comptes
 Frais de déplacement et de réception
 Frais postaux et de télécommunication
 Frais bancaires

SERVICES EXTERIEURS

Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2024
87 966	40 000	47 966	119,9%	49 584
562 677	545 000	17 677	3,2%	577 361
8 978	5 000	3 978	79,6%	11 174
0	0	0		0
40 851	40 000	851	2,1%	40 200
0	0	0		0
0	20 000	(20 000)	-100,0%	3 747
13 877	35 000	(21 123)	-60,4%	28 572
2 743	5 000	(2 257)	-45,1%	24 979
5 843	5 000	843	16,9%	3 281
338	10 000	(9 663)	-96,6%	996
0	0	0		0
29 461	30 000	(539)	-1,8%	27 350
0	10 000	(10 000)	-100,0%	3 098
1 866	2 000	(134)	-6,7%	1 150
10 978	20 000	(9 022)	-45,1%	65 650
21 112	20 000	1 112	5,6%	21 129
23 474	28 000	(4 526)	-16,2%	19 191
810 164	815 000	(4 836)	2,6%	877 462

L'augmentation de la **sous-traitance** est liée aux charges d'exploitation de L'Odyssée Sonore. Le technicien en charge de ces interventions ayant quitté l'entreprise lors de la reprise du spectacle en mai 2025, une société externe est intervenue.

Les **locations mobilières** comprennent les mensualités du prêt bancaire de L'Odyssée Sonore, ainsi que divers contrats de type copieurs, terminaux bancaires, logiciel de gestion du temps et des activités, livre d'or numérique, etc.

La **location de véhicule** a augmenté à la suite du changement du véhicule du Théâtre.

L'**entretien des biens immobiliers** n'a pas lieu d'être, le périmètre de la délégation de service public s'arrêtant aux biens mobiliers.

La diminution de l'**entretien des biens mobiliers et la maintenance générale** correspond à des dépenses qui ont été affectées en sous-traitance, correspondant davantage à ce type de charges.

La **maintenance des systèmes informatiques** est moins nécessaire qu'au début de la délégation de service public, les installations étant stabilisées.

Les **honoraires et commissions** sont inexistantes en 2025, celles-ci concernant exclusivement la partie communication, et donc présents dans les autres services extérieurs.

Les **frais de déplacement et de réception** ont été surévalués au regard du plan d'actions commerciales mené en 2025.

Charges – autres services extérieurs

Aura Monuments d'Orange

Gestion du Théâtre antique d'Orange 2025

CHARGES

La voix des Pierres
Parade de rue
Mapping lasers JMJ
Festival d'août (spectacles innovants)
Murmures (Déambulation dans la ville d'Orange)
Redevances radio, SACEM et SPRE
Honoraires social média, marketing d'influence et presse
Affichage publicitaire, annonces et insertions
Salons, expositions et relations publiques
Gestion du site internet
Billetterie
Production des animations
Frais de gestion

AUTRES SERVICES EXTERIEURS

Période : janvier 2025 > décembre 2025				
Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2024
0	0	0		0
0	0	0		0
0	0	0		0
0	0	0		0
0	0	0		0
2 731	0	2 731		1 000
148 622	465 000	(316 378)	-68,0%	365 554
68 162	243 000	(174 838)	-72,0%	35 746
26 938	30 000	(3 062)	-10,2%	30 904
8 516	10 000	(1 484)	-14,8%	2 766
34 972	38 600	(3 628)	-9,4%	37 208
0	10 000	(10 000)	-100,0%	0
218 872	205 000	13 872	6,8%	215 607
508 813	1 001 600	(492 787)	-51,8%	688 785

Les parties liées aux actions de communication et commerciales (**honoraires social média, affichage publicitaire, salons et gestion du site internet**) ont été moindres en 2025, atteignant les 252 238€ au lieu des 748 000€ initialement budgétés. Le plan de communication a été limité en 2025, bien que les actions nécessaires aient été maintenues.

La **production des animations** correspond au matériel, costumes et fournitures liés aux animations estivales. De nombreuses acquisitions ont été faites en 2024, n'ayant pas nécessité d'achats en 2025 (des locations de costumes et accessoires ont en revanche été effectuées auprès d'associations).

Charges – impôts et taxes

Aura Monuments d'Orange

Gestion du Théâtre antique d'Orange 2025

CHARGES

Impôts et taxes sur rémunérations
Contribution Economique et Territoriale (CET)
Taxe foncière
C3S (Organic)
Autres impôts et taxes

IMPOTS ET TAXES

Période : janvier 2025 > décembre 2025				
Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2024
10 283	10 000	283	2,8%	14 546
2 791	3 000	(209)	-7,0%	1 830
0	0	0		0
0	0	0		0
9 674	12 000	(2 326)	-19,4%	12 036
22 747	25 000	(2 253)	-23,5%	28 411

Charges – frais de personnel

Aura Monuments d'Orange

Gestion du Théâtre antique d'Orange 2025

CHARGES

Rémunération du personnel
 Indemnités versées au personnel et stagiaires
 Charges de sécurité sociales et de prévoyance
 Autres charges salariales

FRAIS DE PERSONNEL

Période : janvier 2025 > décembre 2025				
Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2024
618 450	549 051	69 399	12,6%	558 295
7 995	15 000	(7 005)	-46,7%	10 357
157 355	191 777	(34 422)	-17,9%	141 255
7 750	12 000	(4 250)	-35,4%	27 006
791 549	767 828	23 721	-87,4%	736 913

5.2 Situation des biens et immobilisations

La liste des immobilisations est présentée en **Annexe 3**.

Les éléments sont présentés selon les catégories et dénominations suivantes :

EN 2022 – 2023

- Installations et aménagements divers : étude scénographique et réalisation des aménagements relatifs à la création du parcours de visite « Du génie romain au génie moderne », le parcours-spectacle nocturne de l'Odyssée Sonore, le parcours de stations sonores de l'Arc de triomphe, la nouvelle expérience historique en réalité virtuelle ;
- Matériel de bureau : concerne le rachat de matériel à Culturespaces (mobilier, visite virtuelle et escape game) ;
- Matériel informatique : tous les équipements liés à la gestion administrative et opérationnelle (billetterie).

EN 2024

- Installations et aménagements divers : étude d'amélioration de l'Odyssée Sonore, aménagements relatifs à la nouvelle expérience historique en réalité virtuelle « Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu », la réalisation des tournages pour l'expérience immersive VR MUSIC LIVE pour le parcours « Les légendes du Théâtre », la création du parcours Principauté du Musée d'art et d'histoire.

EN 2025

- Parcours scénographique sur la magie des spectacles dans les alcôves du Théâtre antique « Les légendes du Théâtre » ;
- Reconstruction de la billetterie-boutique dans la *Basilica* ouest, incluant la refonte de la charte graphique et le développement de nouvelles gammes de produits dérivés ;

- Renouvellement du spectacle de l'Odyssée Sonore ;
- Matériel informatique : achats d'équipements liés à l'Odyssée Sonore et au service administratif.

5.3 Suivi du programme d'investissements

La prise effective de délégation est intervenue au 1^{er} avril 2022.

Les investissements réalisés depuis ont permis en 2022 :

- La relance immédiate de l'exploitation avec un nouveau système opérationnel dès le 5 avril, permettant ainsi d'assurer la continuité d'un service de qualité, pour l'accueil des groupes et de la clientèle individuelle ;
- Le maintien de l'activité de la salle de réalité virtuelle et de l'escape game ;
- La création du parcours « Du génie romain au génie moderne » au Théâtre antique ;
- La production de l'Odyssée Sonore (étude technique, création des contenus, commande du système de vidéoprojection).

Mais aussi le lancement des études pour la création du parcours sonore de l'Arc de triomphe.

Les investissements réalisés en 2023 ont permis :

- De réaliser :
L'ODYSSÉE SONORE, le premier parcours-spectacle nocturne du Théâtre antique d'Orange récompensé lors du Consumer Electronics Show de Las Vegas !

Les **STATIONS SONORES** de l'Arc de triomphe, un parcours découverte innovant pour la valorisation de l'histoire et de l'architecture du monument.

Le lancement de la production de la nouvelle expérience historique en réalité virtuelle « **LES SECRETS DU THÉÂTRE, UN VOYAGE INATTENDU** ».
- De commencer les études de faisabilité technique et artistique pour :
Le parcours LES LÉGENDES DU THÉÂTRE (anciennement « salon de musique »).
Réalisation 2024-2025.

Les investissements réalisés en 2024 ont permis :

- De réaliser :
« LES SECRETS DU THEATRE, UN VOYAGE INATTENDU », la nouvelle expérience historique en réalité virtuelle du Théâtre antique ;

« VR MUSIC LIVE » les captations des concerts en 360° de Toto et Charlotte de Witte en vue de l'installation du parcours LES LÉGENDES DU THÉÂTRE ;

Le parcours Principauté du Musée d'art et d'histoire ;

- De commencer les études de faisabilité technique et artistique pour :
La reconstruction de la billetterie – boutique et la création d'un nouveau parcours de visite dans la *Basilica* ouest (début de la construction en septembre 2024) ;

La production de la nouvelle version de **l'Odyssée Sonore – Quand les Dieux s'en mêlent** avec Cosmo AV et Narrative (phase d'étude artistique de septembre à décembre 2024). Réalisation 2024-2025.

Le parcours LES LÉGENDES DU THÉÂTRE ; Réalisation 2025.

Les investissements réalisés en 2025 ont permis :

- De réaliser :
Un nouvel espace de vente (accueil, billetterie et boutique) de plain-pied, révélant aux visiteurs toute la monumentalité de la *Basilica* ouest récemment restaurée (espace non accessible au public dans l'ancienne configuration) ;
Un nouvel espace de médiation dès le début de la visite, dédié à l'âge d'or du monument ;
De nouvelles gammes de produits dérivés, plus en adéquation avec le monument, avec pour ambition de faire de cette boutique un véritable commerce du centre-ville orangeois ;
Une nouvelle charte graphique, moderne et ancrée dans le monument, mais également corrélé aux nouvelles gammes de la boutique ;
Un parcours de visite dédié à la magie des spectacles qui ont rythmé l'histoire du monument, **Les légendes du Théâtre ;**
Le renouvellement du spectacle de l'Odyssée Sonore – Quand les Dieux s'en mêlent, pour un nouveau chapitre plus narratif, invitant véritablement le spectateur à un voyage immersif au cœur de la mythologie ;
La captation du concert de Will Smith à 360° en vue d'enrichir « VR MUSIC LIVE » à l'avenir, une partie du parcours Les légendes du Théâtre.

Il semble important de préciser que **tous les projets** de valorisation et d'aménagements sont **soumis** à l'instruction des **services de la Direction Régionale des Affaires Culturelles**.

Les **délais d'instruction** peuvent aller de **6 à 8 mois**.

5.4 Autres éléments financiers liés à la délégation

5.4.1 Liasse fiscale

La liasse fiscale de l'année 2024 est présentée en **Annexe 5** du présent rapport.

5.4.2 Créances

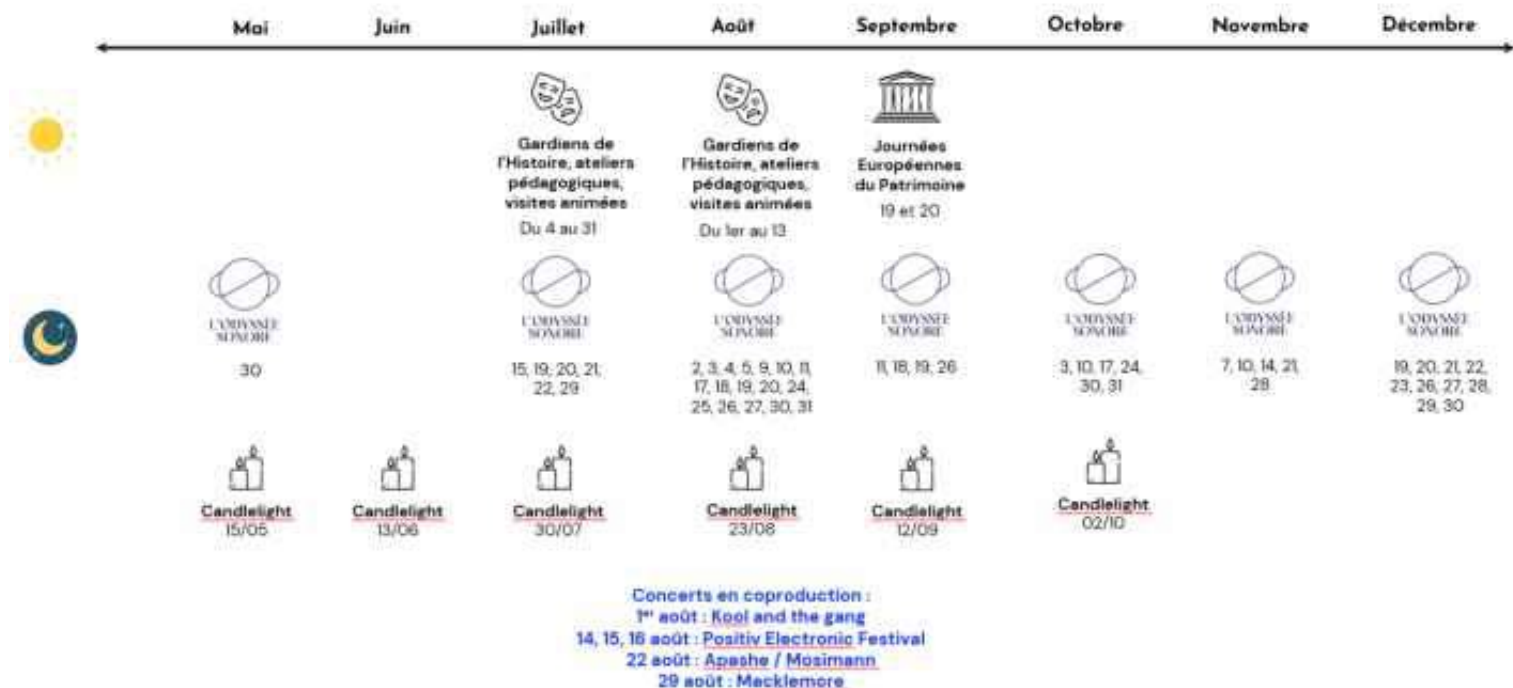
En 2025, Aura Monuments d'Orange n'enregistre aucune créance.

6. Perspectives 2026

En 2026, Aura poursuivra son action en faveur du développement et de l'attractivité du patrimoine orangeois avec la poursuite de projets culturels, notamment en collaboration avec l'Institut de Recherche sur l'Architecture Antique (IRAA) afin de bénéficier des éléments suivants suite aux travaux de restauration de ces dernières années. Nous poursuivrons également la mise en place d'événements et d'animations tout au long de l'année :

- **L'Odyssée Sonore - Quand les Dieux s'en mêlent** : 49 soirées de mai à décembre ;
- **Positiv Festival** - Quand le passé résonne avec le futur : coproduction de concerts de musiques pop-rock et électronique en juillet & août ;
- **Candlelight** : 6 soirées de concerts intimes à la lueur des bougies, mettant en scène des musiciens talentueux interprétant des œuvres classiques ou contemporaines ;
- **Les Gardiens de l'Histoire et ateliers pédagogiques**, accompagnés de **visites animées** sur la période estivale, pour une animation vivante au sein du monument.

Timeline 2026



Toute l'équipe d'Aura Monuments d'Orange vous remercie pour la lecture de ce rapport d'activité 2025.

7. Annexes

Annexe 1 – Plan marketing détaillé

Annexe 2 – Compte de résultat 2025

Annexe 3 – Compte d’immobilisations à fin 2025

Annexe 4 – Règles et méthodes comptables

Annexe 5 – Liasse fiscale

Annexe 6 – Attestations d’assurance

Annexe 7 – Tableau de suivi des obligations contractuelles

Annexe 8 – Liste des biens

Annexe 9 – Flash infos de janvier à décembre 2025

Annexe 10 – Règlement intérieur avec annexes (code de conduite, charte éthique, charte d’utilisation du système d’information et de communication, charte déplacements professionnels)

Annexe 11 – Gestion des accès contractuels (gratuités Ville d’Orange et préventes Office de Tourisme)

Annexe 12 – Grille tarifaire

PLAN MARKETING DÉTAILLÉ 2025

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



Les actions marketing en faveur du développement

Dans le cadre de sa délégation, Aura déploie pour la mise en valeur du patrimoine de la ville d'Orange une stratégie de communication transversale. Cette politique de communication est mise en place avec l'aide et le support du service communication central du groupe Aura et ses partenaires et vise à renforcer la notoriété du patrimoine Orangeois, et à en faire un vecteur d'attraction incontournable pour la Ville d'Orange.

Sommaire – Plan marketing détaillé

1. La force du groupe Aura
2. Revue de presse
3. Insertions & réseaux
4. Tournages et shootings photo
5. Campagnes d’affichage
6. Partenariats médias
7. Réseaux sociaux
8. Actions commerciales
9. Marketing digital
- 10, 11, 12. Données des observatoires départemental, régional et national

1. LA FORCE DU GROUPE AURA

Gestionnaire de sites patrimoniaux d'exception, Aura Culture inscrit son action dans le cadre de délégations de service public aux côtés des collectivités territoriales. Leur gestion s'appuie sur une vision partagée avec les territoires, fondée sur la confiance et l'engagement à long terme.

À travers l'ensemble de ses engagements, Aura Culture poursuit une ambition claire : faire du patrimoine un levier d'impact culturel et social durable. Les projets qu'elle développe contribuent à protéger des savoir-faire, à faire vivre des lieux de mémoire, à concevoir des contenus innovants, physiques et digitaux, et à élargir l'accès à la culture à tous les publics. Chaque initiative s'inscrit dans une dynamique de transmission intergénérationnelle, où la mémoire collective nourrit la création contemporaine.

Partenaire engagé des territoires, Aura Culture conjugue excellence patrimoniale et performance opérationnelle pour assurer la préservation de ces sites d'exception, renforcer leur attractivité, et les ancrer durablement dans la dynamique économique, culturelle et sociale des territoires.

Aura Culture défend ainsi une conception engagée et partenariale de la gestion patrimoniale, où l'excellence culturelle se met au service du bien commun et du développement local, créant un dialogue vivant entre passé, présent et avenir.

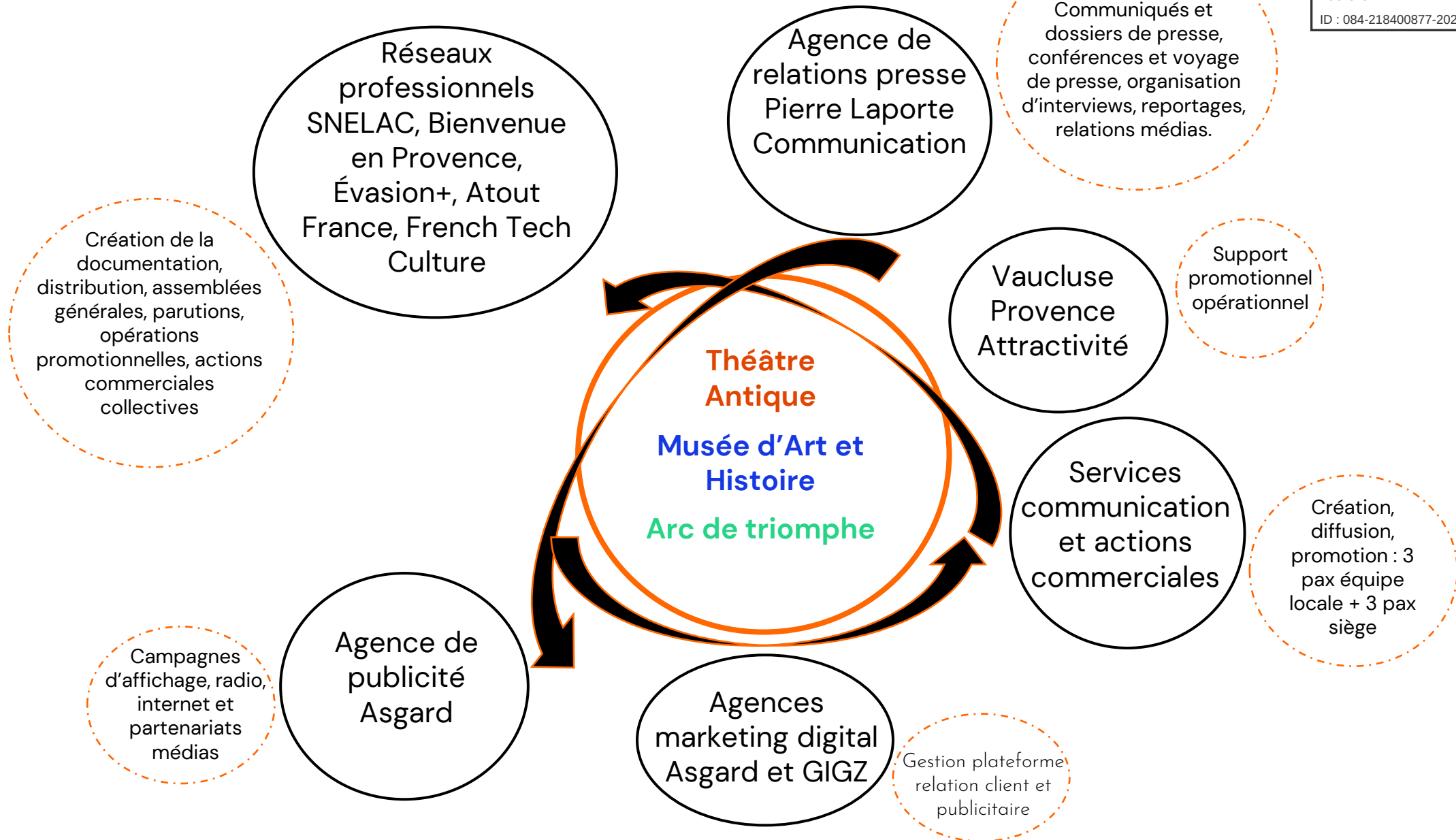
1. LA FORCE DU GROUPE AURA

LES SITES
TOURISTIQUES
& CULTURELS
DU RÉSEAU AURA

1,4M de visiteurs par an !



Schéma de l'organisation marketing du groupe :



2. REVUE DE PRESSE & MÉDIAS

Revue de presse complète disponible sur ce lien :

https://drive.google.com/drive/folders/1Br-OC0UsQ9neUeDnJtSF13Z6YbdRoj6w?usp=drive_link

Orange

Théâtre antique: l'Odyssée sonore fait écho à la mythologie

Le spectacle l'Odyssée sonore revient au théâtre antique d'Orange, pour un deuxième chapitre, avec une cinquantaine de soirées prévues jusqu'en décembre 2025.

« Du génie romain au génie moderne, » La phrase d'introduction de Mathilde Moore, la directrice du théâtre antique d'Orange résume parfaitement l'investissement d'Edes, la société qui gère ce monument vieux de plus de 2 000 ans. En 2023 et 2024, 30 000 spectateurs ont assisté au premier chapitre de l'Odyssée sonore. Un défi technique qui a permis d'ouvrir le théâtre en soirée avec « le désir de redonner au théâtre sa vocation et son prestige d'autan ». Constatant que ce premier chapitre manquait d'une narration, « on a commencé, dès le départ un travail de restructuration et de refonte de ce spectacle avec 20 % de la partie visuelle qui a été modifiée et avec un remodelage total des images déjà utilisées », confie Julia Pons, la directrice adjointe du théâtre. Pour cette réalisation, Edes s'est entouré de deux entreprises, Cosmo AV, spécialiste de l'image et du mapping et Narrative, spécialiste des expériences sonores

innovantes. Avec 25 vidéo-projecteurs installés dans le théâtre et équipés d'un casque de la marque Pocal qui permet la restitution d'un son spatialisé à 360 degrés et équipés d'un smartphone qui rend possible une géolocalisation très pointue et permet des interactions sonores d'une grande précision, les visiteurs sont en totale immersion.

« Quand les dieux s'en mêlent », un nouveau chapitre

Dès ce mercredi 7 mai et jusqu'à la fin de l'année 2025, les visiteurs pourront découvrir, sur les 5 000 m² de surface, un nouveau chapitre, intitulé « Quand les dieux s'en mêlent ». Avec un renouvellement de 100 % de la partie sonore, c'est une fiction interactive avec des sons environnementaux que l'on n'a pas l'habitude d'écouter, des fonds marins et certains même venus de l'espace qui s'offrent aux visiteurs. Un parcours multi-sensoriel où le spectateur enveloppé par le son et l'image devient acteur d'une quête mythologique, philosophique même. Une vraie histoire d'une quarantaine de minutes qui, entre une acoustique exceptionnelle et une immer-



50 soirées sont proposées jusqu'au 30 décembre 2025 (Photo Le DL/Pascal Turc)

sion visuelle quasi hypnotique, nous plonge dans un combat entre Terra, la déesse de la terre et le chaos qui menent à détruire le monde. Les enjeux environnementaux sont au centre de ce conflit qui se terminera, sans rien trop dévoiler, par une voix céleste qui résonnera dans les esprits, via les casques des visiteurs. « En tant que mortels, vous comprenez mieux que quiconque, ce que veut dire, être en vie ».

■ Pascal Turc

Tarif : à partir de 16 euros, Dès 7 ans.

Un nouvel espace avec trois étapes

Jouant résolument la carte de la modernité et « n'ayant pas de limite à la créativité », le théâtre antique inaugure « un nouvel espace immersif aménagé dans ses alcôves », indiquent les responsables du lieu. Un parcours en trois étapes où un retour sur le spectacle vivant rend grâce à la technologie. VR Music Live transporte, via un casque de réalité virtuelle, le visiteur dans les grands concerts qui ont forgé la

notoriété du lieu. Autre salle, autre ambiance, c'est à l'aide de panneaux graphiques que sont expliquées des scènes marquantes de ces dernières années. Troisième salle, dans l'ombre des projecteurs où l'opéra Carmen de 2023 et le Positiv Festival de 2024 dévoilent leurs coulisses. Puis, les secrets du théâtre : un voyage de 13 min dans le passé en réalité virtuelle avec un projet des sièges tournants et une salle à 360 degrés.

ORANGE

L'accueil et la boutique du Théâtre antique ont rouvert

Cette réouverture après plusieurs mois de travaux marque une étape importante pour le monument orangeois, qui propose désormais un tout nouveau parcours de visite.

Après plusieurs mois de travaux dans les deux parascènes du Théâtre antique, l'accueil et la boutique du célèbre monument orangeois ont rouvert leurs portes. Exit donc les chalets provisoires extérieurs assurant la billetterie pendant les travaux. Cette réouverture marque une étape importante pour le site, avec un tout nouveau parcours de visite, notamment pour les élèves à l'étape, qui offrent désormais une expérience enrichie aux visiteurs. À l'accueil, deux bénévoles, Sarah et Marie, accueillent chaleureusement le public, répondent aux questions et tiennent la boutique. Elles sont prêtes à accompagner les visiteurs dès l'ouverture et à leur fournir toutes les informations nécessaires sur ce monument exceptionnel.

Un site qui continue à attirer un large public

Cette période est particulièrement animée pour le Théâtre Antique, qui reçoit de nombreux groupes scolaires en visite. Ce 20 mars, le site a accueilli des élèves de 4^e et 3^e du collège Joliot-Curie de Wittenheim, près de Mulhouse. Grâce



Ce 20 mars, le site a accueilli des élèves de 4^e et 3^e du collège Joliot-Curie de Wittenheim, près de Mulhouse. / PHOTOLIF

à leur professeur de latin, Madame Hauglet, ils ont pu découvrir ce lieu emblématique du patrimoine antique. Un autre groupe important était également présent : des lycéens italiens du lycée linguistique Aproso, en voyage scolaire avec un groupe d'élèves venus

de Vintimille pour trois jours de découverte en Provence, incluant la visite du Théâtre Antique. Elèves et professeurs ont exprimé leur enthousiasme face à cette opportunité unique d'explorer l'histoire et l'architecture de l'édifice. L'équipe du Théâtre Antique

se réjouit d'accueillir de nouveaux visiteurs dans ses tout nouveaux locaux en ce début de saison touristique. Ce site remarquable continue d'attirer un large public, contribuant ainsi à la valorisation du patrimoine culturel de la région.

FR et LR

2. REVUE DE PRESSE & MÉDIAS

Communiqué de presse été 2025

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LOW



Le Théâtre antique d'Orange dévoile une programmation estivale exceptionnelle et audacieuse, orchestrée par Edois, gestionnaire de l'exploitation culturelle du site. Cet été, une offre variée attend tous les publics : familles, jeunes, seniors, amateurs éclairés ou simples curieux. Chacun pourra vivre une expérience inoubliable au cœur de ce monument chargé d'histoire.

Les visiteurs pourront profiter d'événements et d'animations de médiation culturelle leur permettant de découvrir le monument de façon ludique, pédagogique, festive mais toujours unique !

Pour un véritable voyage dans le temps, où le passé résonne avec le futur, les Gardiens de l'Histoire, des comédiens qui incarnent des personnages marquants de l'histoire du monument, reprennent vie, accompagnés d'une nouvelle expérience historique en réalité virtuelle. Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu, un film d'animation innovant porté par les toutes dernières technologies.

Pour la nouvelle édition de l'Odyssée Sonore, le Théâtre antique se transforme en un univers immersif où son et image s'entrelacent pour faire surgir divinités, figures mythologiques et paysages fantastiques, à travers plus de 20 scènes programmées entre juillet et septembre.

Enfin, le Théâtre antique vibre au son des concerts du POSITIV Festival avec une programmation éclectique : coup d'essai le 29 juillet avec les concerts rock de Dream Theater et Extrema, le grand retour de Wot Smith les 31 juillet et 1^{er} août, puis la scène électro du 15 au 17 août.



UN NOUVEAU CHAPITRE POUR L'ODYSSÉE SONORE : QUAND LES DIEUX S'EN MÉLENT



Le Théâtre antique propose aux spectateurs un nouveau voyage, dans lequel ils sont enveloppés par le son et l'image, rencontrent une multitude de divinités et de personnages mythologiques et traversent des paysages merveilleux et fantastiques.

Après 2000 ans de sommeil, Terre, la déesse de la Terre, se réveille au Théâtre antique d'Orange, un lieu qu'elle connaît bien. Autour d'elle, avec les autres divinités, elle observe les humains depuis cet espace sacré, véritable pont entre le réel et l'imaginaire, le terrestre et le céleste. Mais tout a changé. Les dieux et les humains se sont désintégrés, et le Chaos menace de ressurgir. Pour éviter la catastrophe, Terre doit résoudre la grande énigme du monde (son). Seul problème : convaincre ses enfants, les autres dieux (Jupiter, Saturne, Vulcain, Sélicia, Cybèle). Face à cette tâche ardue, elle décide de faire appel aux spectateurs pour l'aider à rétablir l'harmonie entre les dieux et les hommes.

Une Expérience Immersive Online !

Les spectateurs sont invités à gérer leurs voix, à déclencher des sons et des images spectaculaires qui prennent vie sous leurs yeux. Le souffle du vent, le grondement de la terre, les vagues des océans : chaque sonnet réagit à la présence du public, dans l'immensité merveilleuse de ce Théâtre multiséculaire. Ici, le visiteur n'est pas un simple spectateur, mais un voyageur du temps, un acteur de cette quête mythologique, invité à aider Terre à rétablir l'harmonie entre les dieux et les hommes.

Quand ? Plus de 20 entrées au cours de l'été - 1 à 2 séances par soir.
Juillet : 10 et 15
Août : 2, 4, 6, 9, 12, 13, 16, 19, 20, 24, 25, 26, 27, 30
Septembre : 12, 13, 20, 25, 27

Programme en réservation en ligne sur www.odysee-sonore.com

Tarifs : Billet à partir de 10 €. Place famille et billet combiné à tarif préférentiel avec le parcours du jour (visite des monuments : Théâtre antique, Musée d'art et d'histoire, Arc de triomphe). Details des prix sur demande.



RENCONTRE AVEC LES GARDIENS DE L'HISTOIRE, MÉMOIRES VIVANTES DU THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE

Pour la quatrième année consécutive, le Théâtre antique propose à ses familles de rencontrer des personnages clés qui ont marqué les 2000 ans d'histoire du monument. Disponibles dans l'enceinte du Théâtre, ils viendront à la rencontre des visiteurs pour leur conter anecdotes et faits historiques du monument romain. Manlius, Sarah, Bernhard, Auguste, Carthage, Tiburge et bien d'autres personnages, qui ont façonné l'histoire du lieu font revivre les grands moments du Théâtre et de la ville d'Orange.

Un concept à la fois ludique, ludique et enrichissant qui permet à chacun de s'immerger dans ce passé comme s'ils y étaient.

Quand ? Tous les jours, du 5 juillet au 14 août de 10h à 18h
À découvrir également : les ateliers pédagogiques (Histoire, médiation, calligraphie, modelage en argile)

Tarifs : Plein tarif : 15 € | Tarif réduit : 8 € | Offre famille : 42 € | Gratuit pour les moins de 7 ans

Audioprogramme gratuits en 10 langues
Complémentaire Visite virtuelle : 5 €



2. REVUE DE PRESSE & MÉDIAS

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



Communiqué de presse bilan POSITIV

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

POSITIV Festival 2025 : 54 000 spectateurs et une édition entrée dans la légende

Orange, le 28 août 2025

La 7^e édition du **POSITIV Festival** restera gravée dans l'histoire : **54 000 spectateurs** se sont réunis au Théâtre Antique d'Orange, au POSITIV Camp et au Parc des Expositions pour vivre un mois d'août d'exception, marqué par des concerts inédits, une programmation éclectique et des scénographies spectaculaires.

Will Smith illumine le Théâtre Antique et une première date métal pour POSITIV

Le 29 juillet, POSITIV osait pour la première fois produire une soirée métal au Théâtre Antique, réunissant **Dream Theater**, **Extreme** et **The Last Internationale** devant 3 500 spectateurs.

Quelques jours plus tard, l'événement sensationnel de la saison se jouait sur cette même scène : **Will Smith** a réuni **12 500 spectateurs en deux soirs** (31 juillet et 1^{er} août).

L'acteur et rappeur américain a marqué l'histoire en brandissant son **Oscar**, faisant entrer le Théâtre Antique dans une nouvelle dimension : c'était la **première fois qu'une telle récompense fouillait la scène bimillénaire**.

La presse et le public retiendront aussi la participation de **46 danseurs vauclusiens** sur **Mén in Black**, et les mots de l'artiste, qualifiant Orange de « meilleure date de sa tournée ».

« Sans hésiter, le moment marquant de 2025 restera son arrivée pour les balances. Son aura, son charisme et sa proximité avec le public comme avec les touristes présents ce jour-là resteront gravés en nous. Ce week-end-là, le temps s'est arrêté pour la team POSITIV. » – Julien Gaona

Trois jours de communion électronique

Du 15 au 17 août, le **POSITIV Electronic Festival** a réuni près de **30 000 festivaliers**. Le Théâtre Antique s'est mué en véritable cathédrale électronique, avec deux soirées et un after complets.

Parmi les temps forts :

- Le live conceptuel d'**Irène Driessel**, parfaitement accordé à l'écrit du Théâtre.
- Le set hypnotique d'**Amelie Lens**, empreint de force et d'émotion.
- L'énergie incandescente de **Nico Moreno & Sara Landry**.
- Les shows techniques de **James Hype** et **KA:ST B2B Space 92**.
- **Argy**, qui a enrichi son set d'un mapping spécialement conçu pour le Théâtre Antique.
- Et le final grandiose de **Paul Kalkbrenner**, unanimement salué par la critique.

Au-delà de la programmation, les festivaliers ont été éblouis par une **création inédite signée POSITIV Prod** : un vidéomapping monumental sur le mur antique, explorant les thèmes de l'Antiquité et du monde aquatique, en résonance avec l'univers visuel de cette édition 2025.

Les **performers visuels et circassiens** ont également rythmé les soirées, créant des interludes suspendus et poétiques, applaudis par le public.

« Une Saison qui restera dans les annales autant par sa fréquentation, que sa programmation et son évolution scénique. Nous sommes très satisfaits de l'impact qu'a pu avoir cette édition : les retours sont exceptionnels et encourageants. » – Julien Gaona

Deux soirées pour conclure en beauté

Les 22 et 23 août, POSITIV a conclu sa saison avec deux événements exceptionnels :

- **Solomon**, qui a marqué les esprits avec un B2B inédit aux côtés de **Jamie xx** et **Four Tet**.
- **Adriatique**, qui a transformé le Théâtre en scène futuriste grâce à son projet audiovisuel X et son écran monumental de 15 mètres.

Un festival engagé et inclusif

La saison 2025 a franchi un cap en matière de responsabilité et d'inclusion.

- Durant le week-end du PEF, l'association **Aremacs** a organisé le **tri sélectif** sur l'ensemble des sites (Théâtre, POSITIV Camp, After), avec mise en place de supports de tri, collectes dédiées et sur-tri des déchets.

- La **brigade verte** était présente chaque soir pour maintenir les lieux propres et soulager les services de nettoyage de la Ville d'Orange.
- Le dispositif **Safer**, destiné à lutter contre les violences sexistes et sexuelles, a rassuré et marqué positivement le public.
- POSITIV a également collaboré avec l'**ESAT Le Royal** : sept jeunes résidents en situation de handicap ont participé activement à la collecte des gobelets consignés. Cette démarche inclusive, saluée par le Vaucluse Matin, a permis de valoriser leurs capacités, de renforcer leur intégration et de donner encore plus de sens au mot « collectif » dans l'aventure POSITIV.

Vers 2026

La saison 2025 a mobilisé près de **800 personnes** pour le POSITIV Electronic Festival et environ **600** sur les autres dates.

Julien Gaona conclut :

« POSITIV doit et va surprendre, d'abord par sa programmation, avec de nouveaux styles musicaux pour toujours continuer à s'ouvrir et permettre à de nouveaux festivaliers de nous découvrir et de connaître le Théâtre Antique. De continuer à proposer une expérience et une immersion sur nos week-ends électro avec un esprit scénique toujours de plus en plus aiguisé, toujours cette motivation de proposer des performers, un design light vertical pour permettre à nos festivaliers de continuer à lever la tête pour admirer ce bijou que nous avons la chance de mettre en lumière : le Théâtre Antique d'Orange. »

 Rendez-vous est déjà pris pour la prochaine édition : **14, 15 et 16 août 2026**. Les **Pass Confiance** 3 jours sont disponibles dès maintenant à partir de **99 €**.

 <https://positivfestival.fr/billetterie-pef/>

Remerciements

L'organisation du POSITIV Festival tient à remercier chaleureusement :

- **Edels**, gestionnaire du Théâtre Antique, pour sa collaboration et son soutien indéfectible,
- La **Ville d'Orange** et l'ensemble de ses services (techniques, sécurité, propreté, culture, communication) pour leur accompagnement et leur aide précieuse,
- Les équipes, bénévoles, prestataires et partenaires sans lesquels rien n'aurait été possible.

3. INSERTIONS, RÉSEAUX & DISTRIBUTION

Insertions presse nationale et médias spécialisés

Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



*Affiche du Théâtre antique
au camping du Lavandin
à Orange*



*Affiche de l'Odyssée Sonore au centre
commercial Orange les Vignes*



*Insertion du Théâtre antique dans
le programme des Chorégies 2025*

3. INSERTIONS, RÉSEAUX & DISTRIBUTION

Insertions Le Messenger et La Provence

Deux campagnes d'insertions ont été menées, avec des formats différents et des résultats probants.

Le Messenger

- Native Ad : 1955 lectures, 5 minutes 44 secondes de temps de lecture moyen.
- Display Premium - Extension d'audience : 116 678 impressions et 0,10% de taux de clics (114 clics)
- Campagne vidéo : 4500 vues, 14,3 secondes de temps de visionnage moyen et 0,58% de taux de clics (112 clics)

La Provence

- Bandeau sur la une + article dans l'édition du lundi 12 mai 2025
- ½ page web avec lien de redirection
- 1 publication web
- 1 post Meta



Article du 12 mai 2025 dans La Provence

3. INSERTIONS, RÉSEAUX & DISTRIBUTION

Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

Tournées de prospection

Un salarié est dédié à cette mission depuis le mois de mars.

Distribution dépliants et affiches dans :

- 6 départements
- 80 communes
- 60 campings
- 240 structures d'hébergements
- 50 Offices de Tourisme
- 50 sites & monuments
- 10 bourses aux dépliants

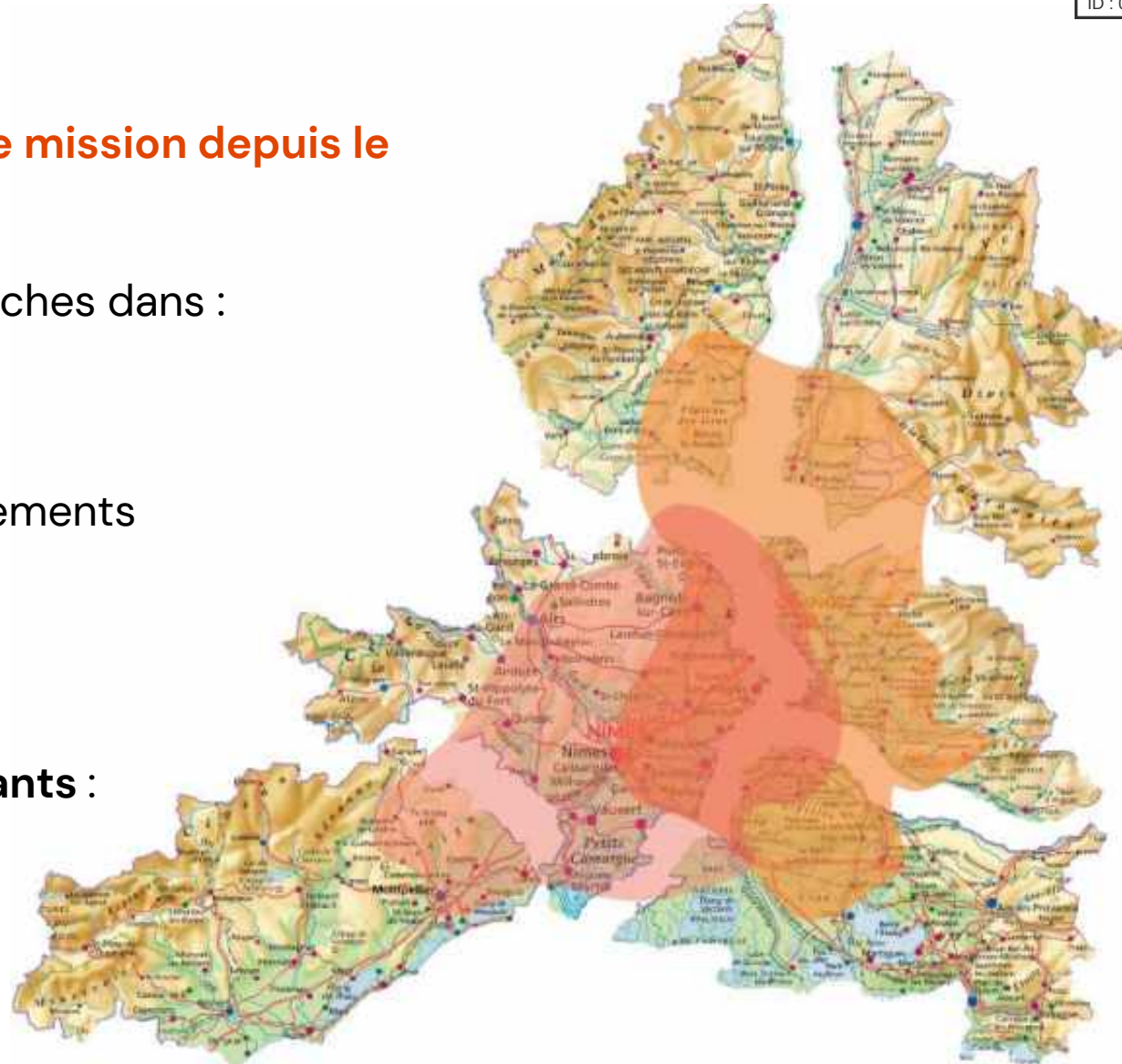
Distribution réseaux dépliants :

ÉVASION PLUS

TOTEM MÉDITERRANÉE

BIENVENUE EN PROVENCE

TOURING INFO SERVICE



Au total, plus
250 000
dépliants sur les
monuments
d'Orange
distribués !

4. TOURNAGES ET SHOOTING PHOTO

Plusieurs tournages ont eu lieu en 2025 au Théâtre antique d'Orange :

Le Théâtre antique d'Orange nous dévoile ses secrets (Beaux Arts Magazine) :
Tournage en avril, diffusion en juin 2025 ([Vidéo ICI](#))

Clip publicitaire de l'agence immobilière lyonnaise « Cesar et Brutus » :
Tournage en septembre, diffusion en octobre 2025 ([Vidéo ICI](#))

C'est Toujours Pas Sorcier :
Tournage en mai, diffusion en novembre 2025 ([Vidéo ICI](#))

100% immo :
Tournage en décembre, diffusion en janvier 2026 ([Vidéo ICI](#))



Tournage *C'est Toujours Pas Sorcier* en mai 2025

4. TOURNAGES ET SHOOTING PHOTO

Plusieurs shootings photos ont eu lieu en 2025 au Théâtre antique d'Orange

- Shooting réalisé par le photographe Thomas O'Brien en mars 2025. Prises de vue du nouvel espace d'accueil, des nouveaux produits boutique ainsi que des nouveaux espaces de visite Les légendes du Théâtre et de la salle Principauté du Musée.
- Shooting en drone réalisé par le photographe Gilles Lefrancq. Prises de vue du Théâtre antique et du temple vus du ciel.
- Shooting et tournage réalisés par le photographe Cyril Cortez et son équipe. Prises de vue de l'Odyssée Sonore en vue de la réalisation d'un teaser.



Photo issue du shooting drone de
Gilles Lefrancq

5. CAMPAGNES D’AFFICHAGE

Campagne affiche institutionnelle Asgard

- Plusieurs campagnes d’affichage d’une semaine sur plusieurs villes en Provence-Alpes-Côte d’Azur : Avignon, Nîmes et Orange en 2m², flancs gauches et droits de bus de plus de 220 faces.

	Villes	2m	FG	FD	Gares	Contacts	Audience	GRP	Dates de la campagne
Cityz	Avignon	65	-	-	-	1 793 646	166 392	432	22/10/2025 au 28/10/2025
	Nîmes	43	-	-	-	926 957	122 046	555	15/10/2025 au 21/10/2025
	Orange	50	-	-	-	767 450	75 274	185	22/10/2025 au 28/10/2025
Médiatransport	Nîmes, Avignon et Orange	-	-	-	21				16/10/2025 au 22/10/2025
	Avignon	-	25	-	-	2 682 440	186 068	696	14/10/2025 au 27/10/2025
	Nîmes	-	-	22	-	2 104 621	155 156	1 356	13/10/2025 au 19/10/2025
TOTAL		158	25	22	21	8 275 114	704 936	-	

- Bilan :
Cette campagne a eu une très large visibilité avec plus de 8,2 millions de contacts estimés avec une forte présence sur Avignon, Nîmes et Orange.

5. CAMPAGNES D’AFFICHAGE

Insertions presse nationale et médias spécialisés



Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LOW

5. CAMPAGNES D’AFFICHAGE

Campagne affiche institutionnelle COM AU SUD

En 2025, le Théâtre antique d’Orange a opté pour une communication avec COM AU SUD. Avec un seul format de 40x60cm, cette agence propose un affichage sur les vitrines de commerces partenaires. Plusieurs campagnes ont été menées :

- Avril 2025 : Nîmes, Vaison-la-Romaine, Arles, Orange, Avignon et Uzès
- Juin 2025 : Avignon
- Juillet 2025 : Orange, Vaison-la-Romaine, Arles et Uzès



5. CAMPAGNES D’AFFICHAGE

Campagne Odyssée Sonore Asgard

- Plusieurs campagnes d’affichage d’une semaine sur plusieurs villes en Provence-Alpes-Côte d’Azur : Aix-en-Provence, Avignon, Marseille, Montélimar, Nîmes, Orange et Valence en print 2m² et en DOOH de presque 240 faces.

	Villes	2m	DOOH	Contacts	Audience	GRP	Dates de la campagne
Cityz	Aix-en-Provence	42	-	2 475 815	230 135	170	17/12/2025 au 23/12/2025
		-	18	627 477	247 608	NC	15/12/2025 au 21/12/2025
	Avignon	26	-	1 502 397	92 134	362	17/12/2025 au 23/12/2025
	Montélimar	33	-	515 330	35 985	979	17/12/2025 au 23/12/2025
	Nîmes	45	-	1 223 645	124 528	733	17/12/2025 au 23/12/2025
		-	8	167 592	51 145	NC	15/12/2025 au 21/12/2025
	Orange	14	-	265 176	35 089	64	10/12/2025 au 16/12/2025
JC Decaux	Marseille	24	-	1 245 913	601 571	175	10/12/2025 au 16/12/2025
		-	15				10/12/2025 au 16/12/2025
	Valence	15	-	301 760	47 253	251	10/12/2025 au 16/12/2025
TOTAL		199	41	8 325 105	1 465 448	-	

• Bilan :

Cette campagne a eu une très large visibilité avec plus de 8,3 millions de contacts estimés avec une forte présence sur Aix-en-Provence, Avignon, Montélimar, Nîmes, Orange, Marseille et Valence.

5. CAMPAGNES D’AFFICHAGE

Campagne POSITIV FESTIVAL

Métrobus disponible sauf vente	MARSEILLE - C 30 (Flashes) 3à emplacements métro en 118x174cm	02/06 au 08/06/2025
	D-Marseille Commuters 64 DOOH en full time 10s Avignon centre - 5 écrans Aix en Provence TGV - 7 écrans Arles - 1 écran Aubagne - 1 écran Bandol - 2 écrans Gardanne - 1 écran Hyères - 1 écran Marseille Blancarde : 1 écran Marseille Saint Charles : 33 écrans Mirmams : 1 écran Saint cyr les Lecques - 1 écran Salon de Provence - 1 écran Toulon - 9 écrans	05/05 au 11/05/2025
	D-Montpellier Commuters 47 DOOH en full time 10s Montpellier Saint Roch - 20 écrans Montpellier sud de France - 11 écrans Nîmes - 3 écrans / Nîmes pt du Gard - 6 écrans Sète - 3 écrans Lunel - 1 écran Agde - 1 écran Alès - 1 écran Total	05/05 au 11/05/2025

Giraudy	MONTPELLIER - Réseau MUST XL 29 emplacements en 8m2	06/05 au 12/05/2025
Cityz	NIMES - SEDUCTION 8 31 emplacements en 8m2	07/05 au 13/05/2025
Decaux	ORANGE EVERGURE 8 6 emplacements en 8m2	07/05 au 13/05/2025
	Total	

6. PARTENARIATS MÉDIAS

Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le 
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



Interviews régulières tout au long de la saison + jeux-concours.

Interviews :

2 janvier : visite de jour du monument

6 mai, 20 mai et 29 mai : Odyssée Sonore

22 juin : Odyssée Sonore

2 et 30 août : Odyssée Sonore

22 et 27 octobre : Gardiens de l'Histoire et Réalité Virtuelle

le Bonbon

Mise en avant de l'Odyssée Sonore sur les réseaux sociaux.

marie claire

SUD
NLY

Publirédactionnels dans les magazines ainsi que sur le web, newsletter.



Offre de valorisation digitale sur leur site web et les réseaux sociaux.

6. PARTENARIATS MÉDIAS

BeauxArts

Agenda Vidéos Expos Insolite À la loupe Reportages Lifestyle **UNICITY** Les Clés de l'Art Conférences Le Magazine La Boutique

VISITE EN VIDÉO

En partenariat avec **Théâtre antique d'Orange**

 **THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE**

En vidéo : Plus que jamais contemporain, le Théâtre antique d'Orange nous dévoile ses secrets

Par **Catherine Aventurier** • le 25 juin 2025 à 14h09

Notre visite en vidéo du Théâtre antique d'Orange



THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE • MARIE CLAIRE DOD

THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE SCÈNE DES DIEUX

Monument emblématique du patrimoine romain, le Théâtre antique d'Orange nous plonge dans une expérience inédite. Entre parcours immersifs, concerts d'anthologie et divinités antiques révélées, il fait rimer mythologie et technologie pour un été spectaculaire.

Imaginez une nuit d'été antienne, la voûte céleste pour plafond, les parois romaines millénaires comme gradins et la voix des dieux résonnant dans votre canyon. Bienvenue au Théâtre antique d'Orange, lieu de l'UNESCO, théâtre romain le mieux conservé d'Europe et désormais scène au nom du futur. Car ici, l'histoire ne s'arrête pas, elle se vit. Dans l'expérience immersive "Quand les dieux s'en mêlent", Terra, la déesse de la Terre, vous embarque dans une quête initiatique où chaque spectateur devient acteur, maître à révéler l'harmonie entre mythes et humanité. Et ce n'est qu'un début. En 2025, le Théâtre poursuit sa mise à jour et dévoile "Les légendes du Théâtre", un parcours sensoriel mêlant archives précieuses, réalité virtuelle et anecdotes de spectacles cultes. Plongez autour de Carmen au Grand Théâtre Festival, découvrez les rouages d'un réseau romain ou revivez les concerts dans une réalité virtuelle surannée grâce à VR Music Live. Le passé y ritte avec le présent, et l'innovation y crée l'éternel. Côté scène, les vibrations ne s'arrêtent jamais. De Wilco à Dream Theater, de la DJ Amelie Lens aux concerts Candlelight éclores à la bougie, l'été annonce électroant. Chaque performance, amplifiée par l'acoustique millénaire et unique du lieu, rend hommage à cette alchimie rare entre patrimoine et avant-garde. À Orange, l'art transcende les époques. Il palpitte dans les gradins de pierre, résonne dans l'air, s'écrit sur les murs. Car ici, vous ressentez et respirez son souffle éternel.

Théâtre antique d'Orange,
Rue Madeleine Rock,
84000 Orange
04 90 51 17 90
theatre-antique.com
@theatreantiquedorange
officiel
f Théâtre antique d'Orange

Un été 2025 à Orange :

- Les Légendes du Théâtre, Parcours permanent
- Les secrets du Théâtre, Parcours permanent
- Cd'opéra Seniors, du 7 mai au 30 décembre 2025
- Quand les dieux s'en mêlent, Expérience immersive
- Scène Festal, avec Grand Théâtre & Colonne, 28 juillet
- Concerts de Wilco, 31 juillet et 1^{er} août
- Festival Electrocinéma Festival, 25, 26 et 27 août
- Concerts Candlelight, 8 juin, 8 août, 28 septembre
- Les Gardiens de l'Histoire, du 11 juillet au 16 août
- du 22 au 25 octobre
- du 28 octobre au 1^{er} novembre

Rapport annuel 2025 – Théâtre antique, Arc de triomphe et Musée d'art et d'histoire d'Orange
© AURA 2025. Tous droits réservés. Confidentiel.

30

6. PARTENARIATS MÉDIAS

BeauxArts^{Magazine}

Pages de publicités sur les supports Beaux-Arts Magazine, Quotidien de l'Art et Grande Galerie ainsi que le tournage et la diffusion d'une vidéo de 100 secondes pour présenter l'offre complète proposée par le Théâtre antique.

POSITIV FESTIVAL

Échange dans le cadre de la co-production.

FOCAL[®]

Échange de visibilité pour mise en valeur du matériel de l'Odyssée Sonore.

5. PARTENARIATS MÉDIAS

Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le 
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

Autres interviews radio

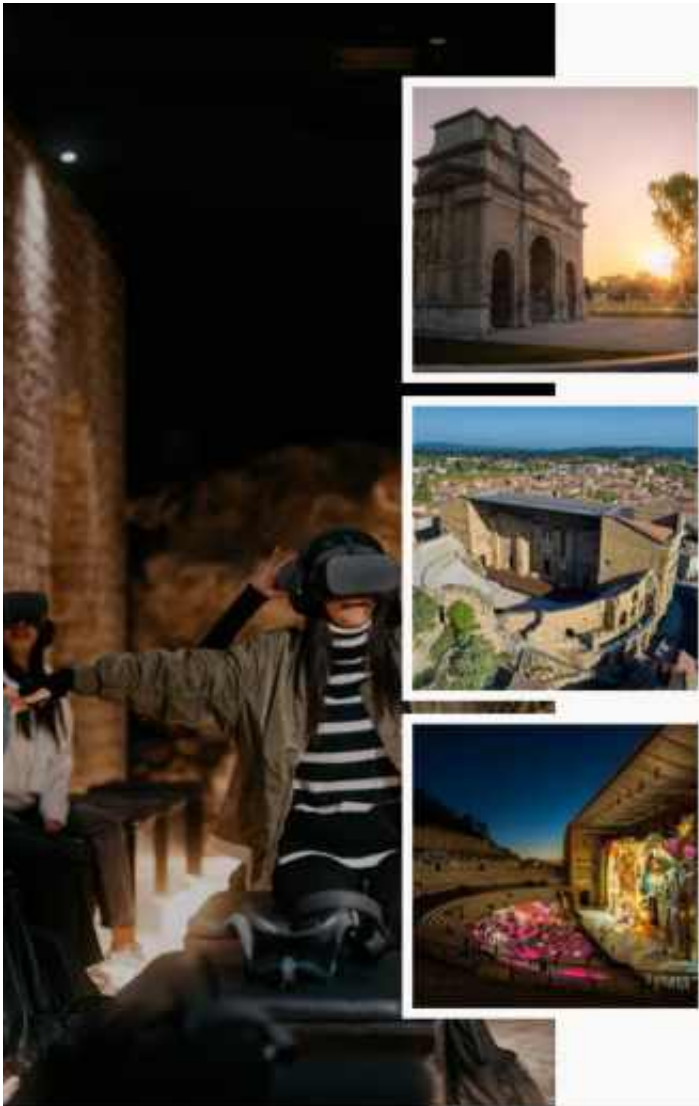
Interview Repulik Event le 5 mai : Odyssée Sonore

Interview France Inter le 17 juin : Odyssée Sonore

Radio Vinci Autoroute en août, rediffusion d'une interview de 2024 : Odyssée Sonore

Interview RTS en octobre : offre de visite du monument

7. RÉSEAUX SOCIAUX



LE THEATRE SUR LES RESEAUX

INSTAGRAM



- Création avril 2022
- Stratégie axée sur les vidéos, développer les Trend
- En moyenne 4 stories par jour et 4 posts par semaine, privilégier les carrousels
- Stories à la une et crsoss post pour partager les actualités

FACEBOOK



- Création avril 2022
- Stratégie infos culturels, partage des articles de presse, reportages.
- 4 posts par semaine.
- Post culture, archives des photos du Théâtre, comparaison des Théâtres dans le monde.

LINKEDIN



- Création avril 2023
- Stratégie : Présence dans les salons, networking, nouveautés du Théâtre.

TIK TOK



- Création avril 2023
- Reportage des réels IG

FOLLOWERS



RESEAUX	Followers	AUGMENTATION	POURCENTAGE
Facebook	18 872	2079	10 %
Instagram	12 600	2428	19.27 %

Statistiques



Age groupe

45-54 FB

35-45 IG

Femmes

66% FB 57% IG

Hommes

34% FB 43% IG

Top

localisations

France, Etats-
unis, Italie.

Ville : Orange 7%,
Marseille 2.6,
Avignon 2.5%



Audience



Heures auxquelles nos
followers sont actifs : 18h



Dimanche 6K , 5.8 les
autres jours.

TOP 3 PUBLICATIONS

1

Vidéo d'Orange et du Théâtre
Couverture 64 000 et 1396 likes

2

Octobre Rose à l'Arc de
triomphe. Couverture 35 000 et
1326 likes

3

Vidéo de Louise Ebel
Couverture 35 000 et 1139 likes



Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

S²LOW

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

BENCHMARK



> **VILLE D'ORANGE**
8076 IG / 33 000 FB

> **PAYS D'ORANGE**
3658 IG / 13 000 FB

> **CHOREGIES**
7529 IG / 17 000 FB

> **TAO**
13 100 IG / 21 000 FB

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



MARKETING INFLUENCE

louiseebelpandora 

Louise Ebel

6 925 publications · 104 k followers · 3 494 suivi(e)s

Création digitale

🌟 Art - Culture - Voyage - Histoire(s) 🌟 Un cœur au JP [@louiseoujapon](#)

[youtu.be/r_j8lQblYCM?si=G1lgwwH97zd1V9g8](#) et 1 de plus

[louiseebelpandora](#)

mesblondinets 

Gaëlle

2 689 publications

Création digitale

Maman de 4 louloues

🏠 AutoConstruction

📍 Dans le Sud de la France 🇫🇷

#outfit #viedefamille #maison #lifestyle... plus

[fb.watch/9DzkN8kKlo](#)

Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

jen_et_sa_clique 

jen_et_sa_clique

541 publications · 6 214 followers · 338 suivi(e)s

Photographe

Maman de 4 🍷🍷🍷🍷

Je partage mon quotidien au feeling 🍷

Lifestyle - Look - Famille

📍 Provence - Orange - Arles - Nîmes

[www.les3moussaillesphotographie.com/blog/oscet-et-sa-seance-mama...](#)

[jen_et_sa_clique](#)

leblogcashpistache 

Vanessa Martin

1 693 publications · 60,8 k followers · 889 suivi(e)s

📁 Créatrice de contenus / blog voyage

🌿 Passion road trips & itinéraires tout-terrain

📖 Guides pratiques + bons plans

... plus

[leblogcashpistache.fr](#) et 4 de plus

En 2025, l'accueil d'influenceurs tels que Louise Ebel, Cash Pistache, Jen et sa clique et Mes Blondinets a permis de renforcer la visibilité du Théâtre antique d'Orange auprès de communautés engagées et complémentaires. Leurs contenus ont contribué à valoriser l'expérience du lieu à travers des formats incarnés et immersifs, générant de la portée et de l'engagement sur les réseaux sociaux. Cette stratégie d'influence a participé à toucher des publics affinitaires, notamment familiaux, lifestyle et culturels

PERSPECTIVES



- **Créer des publications engageantes**
- **Stratégie vidéos impactantes**
- **Développer la stratégie de Marketing d'influence**
- **Continuer de s'appuyer sur les partenariats**



8. ACTIONS COMMERCIALES

Salon des voyages Clermont-Ferrand 11 et 12 janvier

- Opération mutualisée avec Aura Romanité pour les monuments romains de Nîmes (Arènes, Maison Carrée, et Tour Magne) et le Petit Train de la Mure en Isère
- Stand de 12m²
- Salon festif avec une touche peps de festival
- Salon familial avec la famille comme cible principale, les femmes responsables des achats, 30-50 ans
- Salon connecté avec un relais digital et des blogueurs voyage
- Salon central , idéalement situé pour conquérir un public nouveau
- 126 exposants, 5000 visiteurs à entrées payantes
- 63% des visiteurs sont restés de 4h à 6h sur place et 23% la journée complète
- 89,9% déclarent avoir trouvé une idée de vacances sur place

Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



8. ACTIONS COMMERCIALES

Roadshow pro presse

USA CANADA

Du 12 au 19 janvier

- Aux côtés du Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes- Côte-d'Azur, en collaboration avec Atout France.
- Les USA se situent à la 4ème place de nos marchés internationaux, 1er marché hors Europe.
- Quant au Canada, bien que le volume de fréquentation ne soit pas encore aussi élevé, il s'agit d'une clientèle qualitative. Elle s'apparente à la clientèle américaine en termes d'attentes et de pouvoir d'achat.
- Une délégation de 30 partenaires aux côtés du CRT PACA et plus de 400 tour-opérateurs, agences de voyages et journalistes ont répondu présents.
- Vancouver, Seattle, Phoenix et Austin: nous avons eu la chance de développer de nouveaux liens avec les tour-opérateurs, agences de voyages et médias.
- À noter la nouvelle ligne directe Phoenix vers l'aéroport de Paris Charles de Gaulle, ainsi que les lignes arrivant à Nice et Marseille sont de véritables leviers pour ce public à forts potentiels, séduits par notre territoire loin des itinéraires habituels prisés par les Américains.



Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

S²LOW

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

8. ACTIONS COMMERCIALES

Roadshow pro presse USA CANADA Du 12 au 19 janvier

Chaque jour, des rencontres commerciales ponctuées de :

- Activités, présentation, workshop, point presse
- Teambuilding, animations autour de senteurs et saveurs, pétanque
- Communication sur les réseaux, notamment des posts LinkedIn

VANCOUVER

Une soixantaine d'agents de voyage (haut de gamme, loisirs et MICE) et une dizaine de contacts presse média

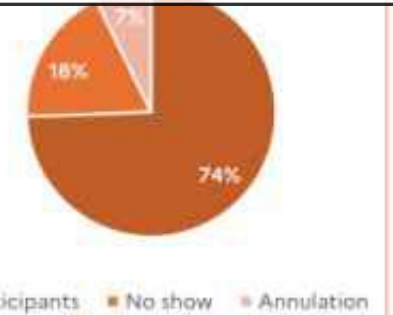
61
Participants

Enquête post événement



Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LO



8. ACTIONS COMMERCIALES

Roadshow pro presse
USA CANADA
Du 12 au 19 janvier

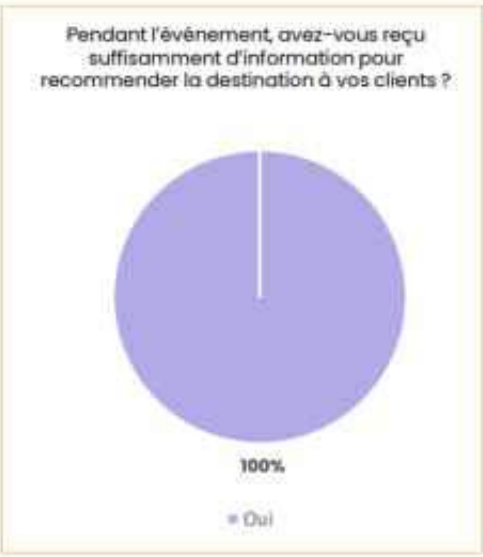
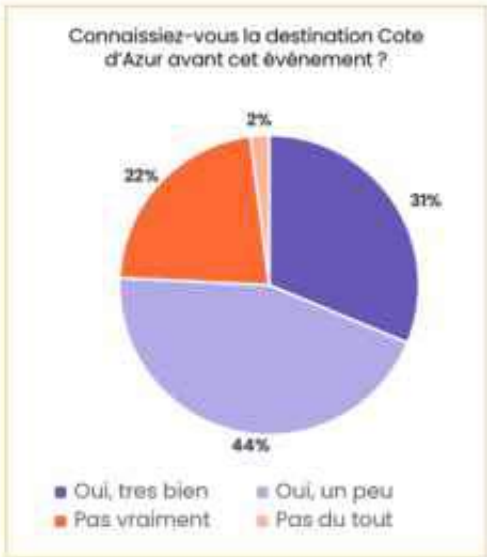
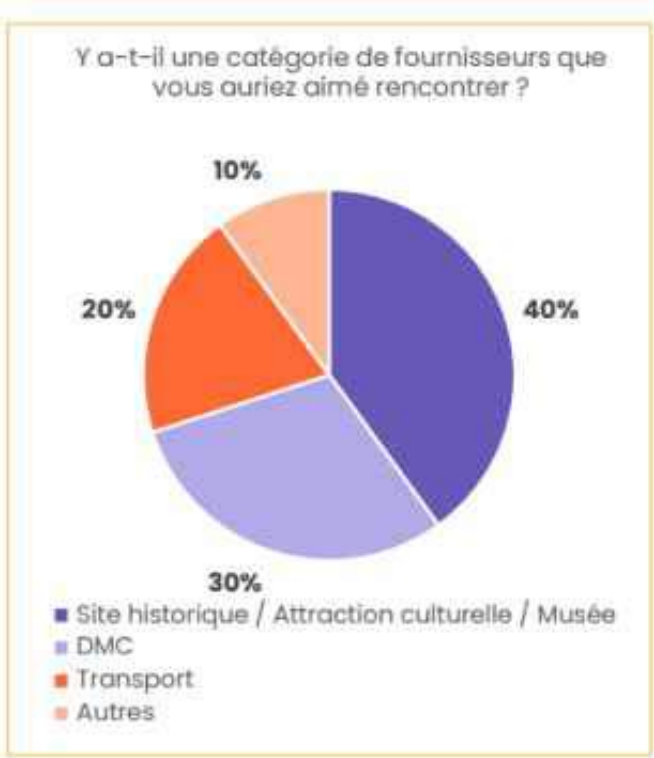
SEATTLE
57
Participants



PHOENIX
50
Participants



AUSTIN
72
Participants



8. ACTIONS COMMERCIALES

Roadshow pro presse USA CANADA du 12 au 19 janvier



Volet CANADA

100%

Pensent avoir assez
d'information pour
recommander la
destination à leurs
clients

100%

Pensent qu'ils pourront
vendre la destination mieux
ou à plus de clients après
l'évènement

Volet USA

31%

Connaissance de la
destination
avant l'évènement

100%

Satisfaction de
l'information reçue

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LOW

8. ACTIONS COMMERCIALES

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



Nîmes Urban Trail 15 février

- Avec Aura Romanité, nous étions présents sur le village des animations alors que les coureurs venaient chercher leurs dossards.
- Avec plus de 10 000 participants attendus, nous avons pu présenter nos ateliers de fabrication de fibule, et le jeu de marelle.
- Nous avons également séduit nos voisins gardois en leur faisant profiter d'un extrait de l'expérience en réalité virtuelle "Les secrets du théâtre, un voyage inattendu".
- L'objectif est de leur faire (re)découvrir le Théâtre antique d'Orange.

8. ACTIONS COMMERCIALES

F.re.e Munich

Du 19 au 23 février

- Freizeit, Reisen, Erholung, Erlebnis pour Loisirs, Voyages, Détente, Expérience.
- C'est le plus grand salon B2C de la Bavière et l'événement de référence pour les professionnels du loisir et du tourisme.
- Nous étions présents sur le stand régional aux côtés d'institutionnels, de campings pour une offre encore plus riche de notre destination.
- Près de 150 000 visiteurs accueillis par 1015 exposants venus de 50 pays.



8. ACTIONS COMMERCIALES

Salon Mondial du Tourisme à Paris

Du 13 au 16 mars

- En collaboration avec le Pays d'Orange en Provence Tourisme, nous avons participé à ce rendez-vous annuel des passionnés franciliens de voyages, à la recherche d'idées et de conseils pour les prochaines vacances.
- Plus de 800 personnes ont été accueillies sur notre stand pendant les 4 jours du salon.
- La démonstration avec le casque de réalité virtuelle a été un véritable succès auprès des visiteurs, et un jeu concours a été mis en place sur le stand pour faire gagner un séjour sur notre territoire, comprenant hébergement, restauration, activités et découvertes.



Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LO



8. ACTIONS COMMERCIALES

Salon Mondial du Tourisme à Paris Du 13 au 16 mars

- 2 conférences ont également été programmées, l'une le jeudi et une autre le vendredi.
- Thématique : la valorisation du patrimoine par l'opérateur Aura Culture.

Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



8. ACTIONS COMMERCIALES

Id Week-end à Nice Du 28 au 30 mars

- 26 640 visiteurs sur 3 jours (18 000 en 2024)
- 350 rendez-vous professionnels co-organisés avec La Place Business de la CCI Nice Côte-d'Azur

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LO



8. ACTIONS COMMERCIALES

Rendez-vous en France à Lyon Les 1er et 2 avril

Le Rendez-vous incontournable organisé par Atout France. Près de 1000 professionnels du tourisme se rencontrent pour des rendez-vous d'affaires, à travers lesquels nous avons mis en avant toute la diversité de nos offres. Le concept du passé qui résonne avec le futur séduit complètement les opérateurs étrangers. À noter que la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur a été la plus représentée avec plus de 110 exposants, suivi de la région Auvergne-Rhône Alpes. En 2026, le salon sera accueilli à Nice. Des pré-tours sont prévus pour faire découvrir la région aux organisateurs de voyages venus du monde entier.



8. ACTIONS COMMERCIALES

Salons PRO/CSE Cinémas CGR

Rencontre avec les élus et représentants de CSE de la région et ses alentours. Tous sont séduits par la diversité de nos activités et souhaitent la mise en place de codes promotionnels pour éviter la gestion d'une billetterie.

Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



8. ACTIONS COMMERCIALES

Accueil presse Pays-Bas Les 9 et 10 avril

Dans le cadre d'un voyage de presse, nous avons eu le plaisir d'accueillir un groupe de journalistes néerlandais venus explorer les richesses patrimoniales de notre région. Le thème de la Provence romaine s'est naturellement imposé, tant il reflète l'exceptionnelle concentration de monuments antiques emblématiques : les majestueuses Arènes de Nîmes, le Pont du Gard, ainsi que le Théâtre antique et l'Arc de triomphe d'Orange. Une immersion captivante au cœur de l'histoire, entre culture, architecture et paysages provençaux.

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

S²LOW

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



8. ACTIONS COMMERCIALES

Forum des Pionniers à Marseille Workshop destination 23 mai

Au-delà de (re)découvrir les expériences de visite que nous proposons au Théâtre antique d'Orange, les pionniers sont surtout intéressés par la privatisation du site dans le cadre de soirée d'entreprise, de séminaire, ou encore de soirée privée.

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LOW



8. ACTIONS COMMERCIALES

Journée des CSE au Parc Spirou à Monteux 17 juin

Cette journée exclusivement dédiée aux CSE, amicales et collectivités situés dans le triangle Lyon – Nice – Narbonne a été une des plus réussies.

Plus d'une trentaine de CSE se sont renseignés et sont bien décidés à proposer l'expérience de visite au Théâtre antique d'Orange, tant sous le soleil que sous les étoiles.

La mise en place de codes promotionnels reste la solution la plus adaptée pour attirer le plus grand nombre.



8. ACTIONS COMMERCIALES

Alternative France à Londres 17 juin

- Networking avec tous types de medias à l'issue d'une présentation du site au micro
- La dégustation de vin rouge du Domaine Bouachon Châteauneuf-du-Pape a parfaitement illustré l'alliance entre culture et art de vivre, valeurs fortes du territoire



8. ACTIONS COMMERCIALES

TTG Travel Experience à Rimini Du 8 au 10 octobre

- Salon international B2B de tourisme
- Mutualisation portée par NIMOTEL avec le Pont du Gard, les Arènes de Nîmes, le Musée de la Romanité et le Théâtre antique d'Orange
- 160 contacts rencontrés sur le stand
- 1 éducteur sur notre territoire en novembre 2025 puis 1 autre en mars 2026 avec 40 agences à chaque fois



8. ACTIONS COMMERCIALES

Marché des voyages de groupes Auvergne-Rhône-Alpes à Vaulx-en-Velin Du 4 au 6 novembre

Mise en relation directe avec les autocaristes
prescripteurs de voyages de groupes du bassin
Auvergne-Rhône-Alpes

Jour 1 : Voyages Migratour

Jour 2 : Voyages Buchet – Voyages Courriers des
Dombes – Traces et Découvertes

Jour 3 : Voyages Chabannes – Publitour Voyages



Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LO

8. ACTIONS COMMERCIALES



Les bourses aux dépliant

- Le 21 mars à la Bambouseraie, organisée par Gîtes de France Gard
- Le 1er avril à Velleron, traditionnellement organisée par Vaucluse Provence Attractivité
- Le 3 avril au Parc des Expositions à Alès, organisée par Tourisme Gard (*nos dépliant ont rencontré un grand succès auprès des participants, le stand a été pris d'assaut*)
- Le 8 avril au Palais des Congrès à Montélimar, organisée par l'Office de Tourisme Drôme Provençale

8. ACTIONS COMMERCIALES

Les tournées de prospection

Alors que les bourses aux dépliant ont eu lieu en mars et avril, avant l'arrivée des beaux jours et des premiers touristes, notre chargée de promotion a sillonné les routes du département et des départements voisins pour distribuer nos dépliant dans les offices de tourisme, les commerces, les établissements hôteliers...

Haut Vaucluse, Bas Vaucluse, Sud Ardèche, Drôme, Bas Gard, Haut Gard, Bouches du Rhône : affiches et près de 17 200 dépliant ont été distribués, en plus de la Gazette du Théâtre antique d'Orange, distribuée à plus de 15 000 exemplaires.



Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



8. ACTIONS COMMERCIALES

Les pots d'accueil dans les campings

Les pots d'accueil permettent de présenter les activités possibles autour du camping : des clubs de canoë, locations de quads, grottes à visiter. L'occasion pour nous de faire une démonstration de l'expérience en réalité virtuelle en montrant un extrait du film *Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu*.

- Camping UNIVERSAL à Rochemonde (Drôme). Pot d'accueil pour les nouveaux arrivants le dimanche en début de soirée.
- Camping le GARRIGON à Grillon (Vaucluse). Pot d'accueil pour les nouveaux arrivants le lundi en début de soirée.
- Camping CAPFUN LES FUMADES à Allègre-les-Fumades (Gard). Pot d'accueil le dimanche soir, camping très fréquenté mais loin du Théâtre antique d'Orange.



Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LOW



9. MARKETING DIGITAL

Sites internet

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL-588_2026-DE



Étude du trafic sur le site

www.odyssee-sonore.com

Provenances des visiteurs:

11 972 visites par recherche sur un navigateur

12 847 visites via le site internet
www.theatre-antique.com

5609 visites via les campagnes digitales

2174 visites via les réseaux sociaux

Trafic total :

39 799 visiteurs en 2025



9. MARKETING DIGITAL

Sites internet

Pays		Visites
 France		31 950
 Allemagne		1 678
 États-Unis		1 076
 Belgique		819
 Royaume-Uni		680
 Pays-Bas		670
 Suisse		533
 Espagne		432
 Canada		295
 Italie		300

région		Visites
 Île-de-France, France		11 681
 Inconnu		7 855
 Auvergne-Rhône-Alpes, France		4 121
 Occitanie, France		3 461
 Grand-Est, France		1 160
 Nouvelle-Aquitaine, France		1 031
 England, Royaume-Uni		611
 Hauts-de-France, France		571
 Pays-de-la-Loire, France		551
 Hesse, Allemagne		480

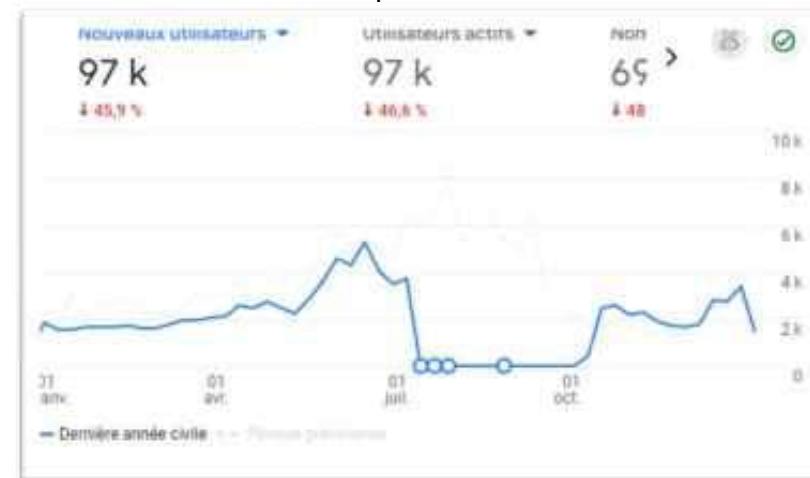
9. MARKETING DIGITAL

Sites internet

Étude du trafic sur le site www.theatre-antique.com

Il est important de noter que suite à une refonte du site internet, les données d'analyse ont été supprimées de début juillet au début octobre 2025

Évolution de la fréquentation des visiteurs



Canaux principaux

Sessions par Groupe de canaux		
GROUPE DE CANAUX	SESSIONS	
Organic Search	91 k	↓ 49,5 %
Direct	25 k	↓ 44,4 %
Referral	4,1 k	↓ 37,3 %
Organic Social	1,9 k	↓ 61,2 %
Paid Social	2,1 k	-
Unassigned	669	↑ 170,9 %
Display	217	-

Provenance par pays

1	France	68 499 (70,26 %)
2	Germany	5 241 (5,38 %)
3	United States	4 111 (4,22 %)
4	Belgium	2 461 (2,52 %)
5	United Kingdom	2 247 (2,3 %)
6	China	2 135 (2,19 %)
7	Netherlands	1 657 (1,7 %)
8	Switzerland	1 636 (1,68 %)
9	Spain	1 598 (1,64 %)
10	Canada	982 (1,01 %)

Provenance par région

1	Provence-Alpes-Côte d'Azur	17 637 (18,09 %)
2	Ile-de-France	15 520 (15,92 %)
3	Auvergne-Rhône-Alpes	14 614 (14,99 %)
4	Occitanie	9 140 (9,38 %)
5	(not set)	7 321 (7,51 %)
6	Nouvelle-Aquitaine	2 507 (2,57 %)
7	Grand Est	2 304 (2,36 %)
8	England	2 076 (2,13 %)
9	Gansu	1 914 (1,96 %)
10	Hauts-de-France	1 886 (1,93 %)

Provenance par ville

1	(not set)	19 043 (19,53 %)
2	Paris	12 479 (12,8 %)
3	Lyon	6 418 (6,58 %)
4	Marseille	3 931 (4,03 %)
5	Toulouse	2 422 (2,48 %)
6	Lanzhou	1 913 (1,96 %)
7	Orange	1 910 (1,96 %)
8	Nice	1 759 (1,8 %)
9	Grenoble	1 437 (1,47 %)
10	Avignon	1 341 (1,38 %)

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



9. MARKETING DIGITAL

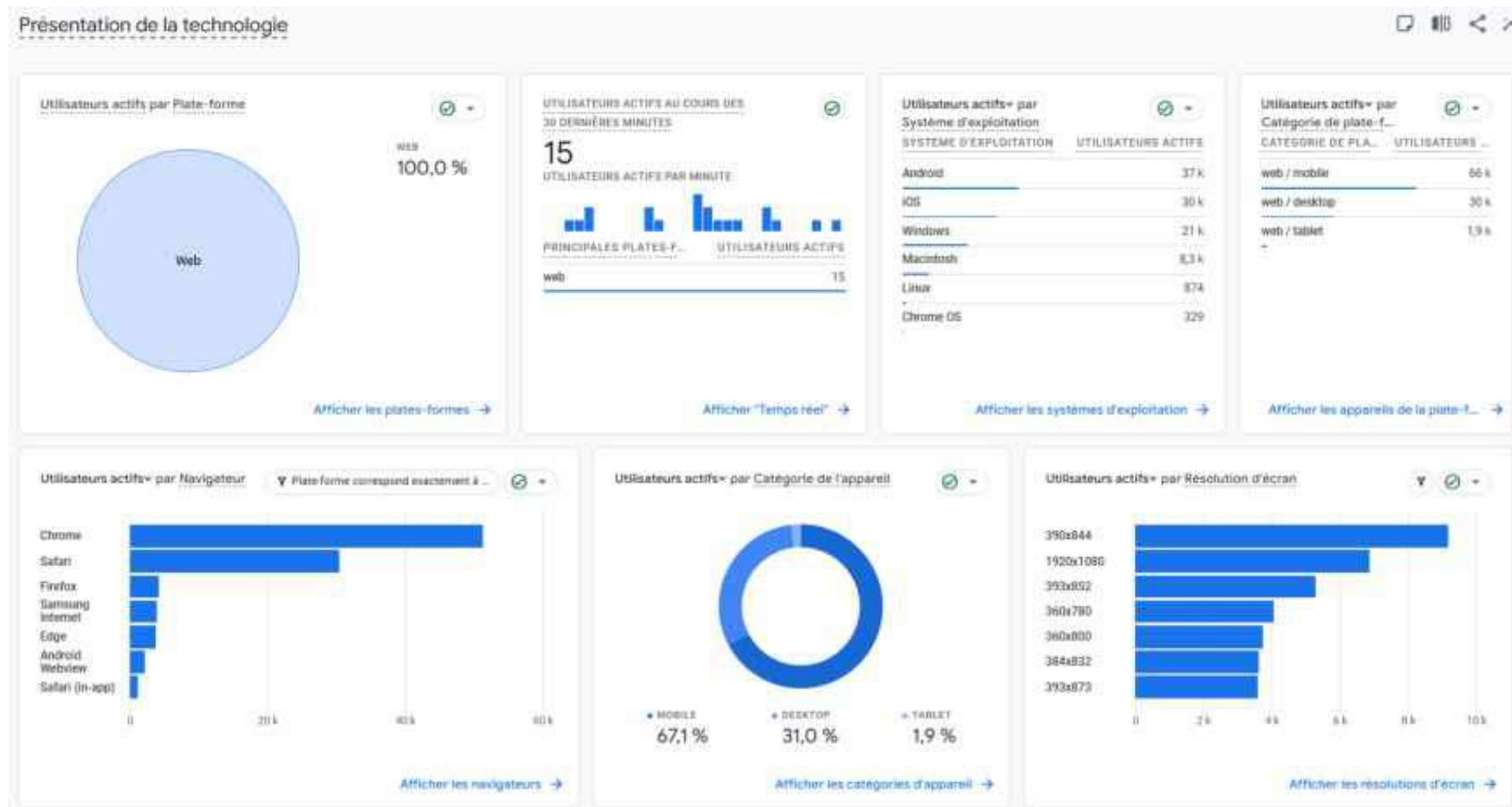
Sites internet

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



Étude du trafic VUE MOBILE
www.theatre-antique.com

9. MARKETING DIGITAL

Sites internet

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

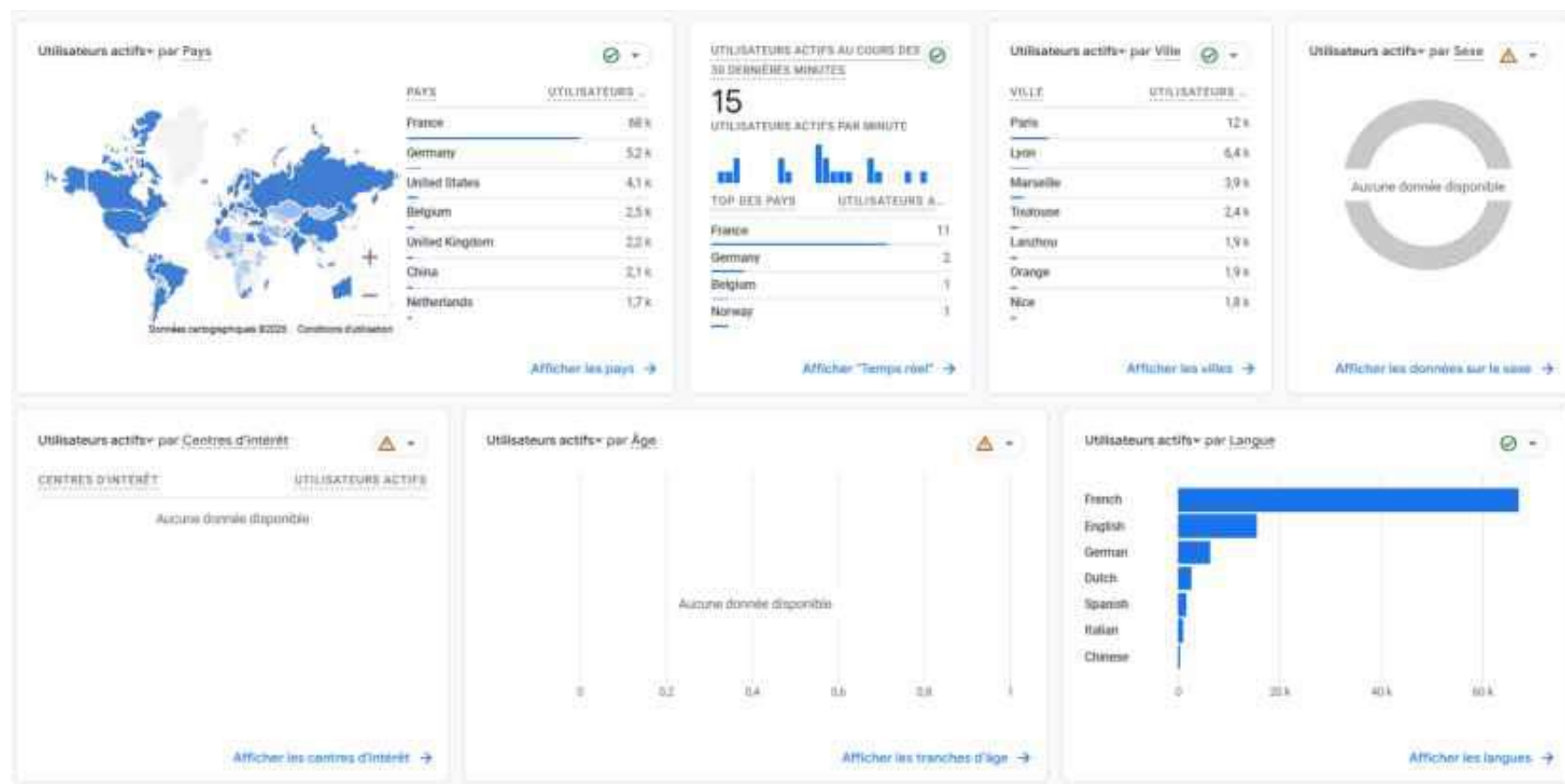
Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

S²LOW

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

Étude du trafic PROVENANCE
www.theatre-antique.com



9. MARKETING DIGITAL

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



ASGARD utilise un outil de marketing digital intelligent permettant de centraliser les données, automatiser les campagnes et optimiser les performances marketing grâce à une gestion unifiée des leviers digitaux.

ASGARD est une plateforme de marketing digital pilotée par la donnée qui réunit les outils essentiels pour analyser les comportements clients, personnaliser les actions marketing, améliorer l'acquisition de leads et mesurer précisément l'impact des campagnes sur le ROI.

9. MARKETING DIGITAL

• Statistiques

Lancement de la campagne : 22 juillet jusqu'au 28 décembre 2025

Budget total : 2400€

Couverture : 513 958

Impressions : 1 690 651

Clics sur le lien : 12 511

Conversions : 251

Coût par conversion : 9,56€

Valeur des résultats : 49 887€

ROAS : 19,60

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LOW



feverup.com

**L'Odyssée Sonore : une
expérience immersive**

En savoir plus

👍❤️😱 261 33 commentaires 32 partages

👍 J'aime

💬 Commenter

➦ Partager

9. MARKETING DIGITAL

Performances des campagnes

Marque :

Vidéo YouTube : 5 286 Imp / 29 Clics
2400 x 3000 : 17 Imp / 0 Clics
3000 x 1570 : 13 650 Imp / 447 Clics
3000 x 3000 : 960 Imp / 22 Clics
Logo 906 x 906 : 19 883 Imp / 498 Clics

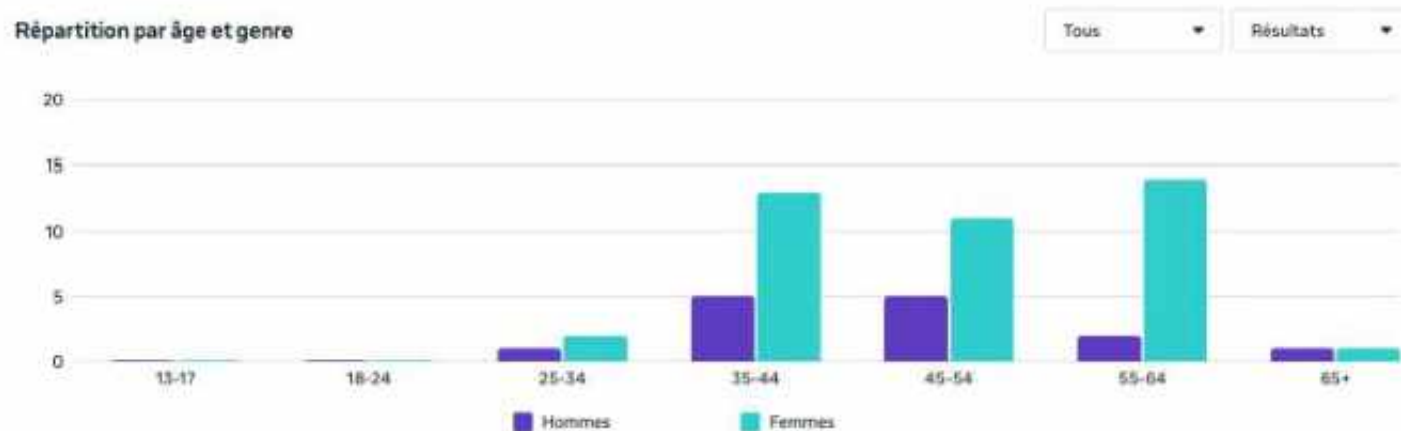
Hors marque :

Vidéo YouTube : 54 363 Imp / 158 Clics
2400 x 3000 : 25 Imp / 0 Clics
3000 x 1570 : 8 111 Imp / 279 Clics
3000 x 3000 : 894 Imp / 19 Clics
Logo 906 x 906 : 63 386 Imp / 456 Clics



*Post le plus performant des campagnes
menées*

9. MARKETING DIGITAL



• Interprétation :

Les résultats de cette campagne de conversion sont très positifs. Avec un ROAS de 19,6, la campagne démontre une excellente rentabilité, chaque euro investi ayant généré une valeur significative. Le coût par conversion, inférieur à 10 €, confirme l'efficacité de la stratégie de ciblage et des messages, tandis que le volume de conversions reste cohérent avec le budget engagé. Globalement, la campagne atteint largement ses objectifs et constitue une activation performante et maîtrisée.

10. DONNÉES OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL

Observatoire du Tourisme

Source : Vaucluse Provence Attractivité :

<https://vacluseprovence-attractivite.com/observatoires/observation-touristique/>

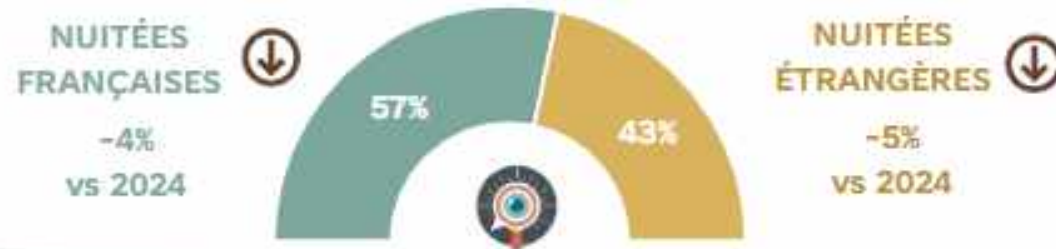


10. DONNÉES OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL

FRÉQUENTATION GLOBALE EN 2025

21,3 millions de nuitées touristiques en 2025 : la fréquentation touristique vaclusienne connaît une légère érosion -4% comparée à 2024, une fréquentation touristique avec des ailes de saison moins performantes qu'en 2024 mais un solide cœur de saison. Pour rappel, 2024 était une année exceptionnelle en termes de fréquentation.

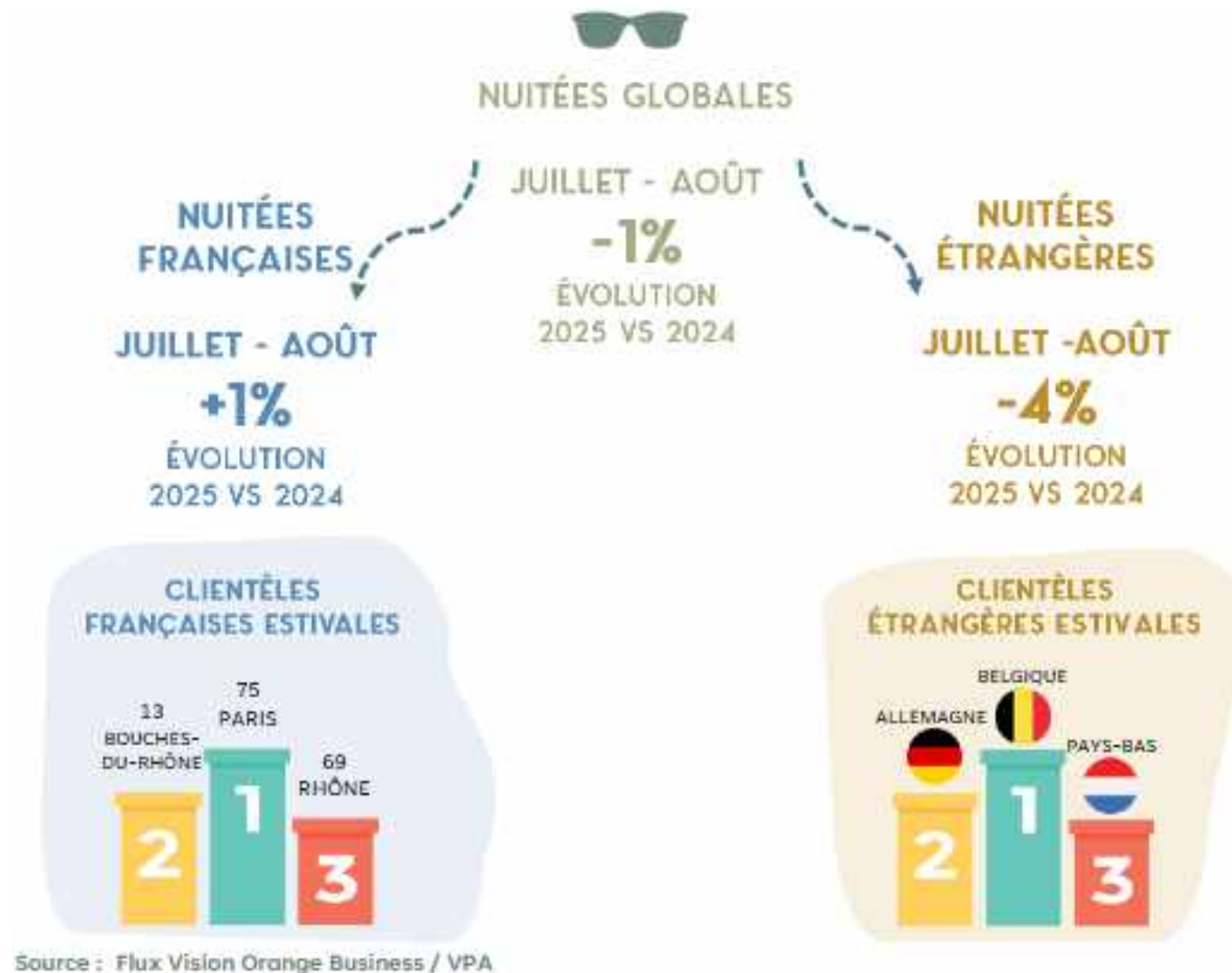
La part de la clientèle étrangère s'établit à 43%, tout comme en 2024. Nuitées françaises et étrangères sont en léger recul en Vaucluse et affichent les mêmes parts respectives qu'en 2024.



57% des nuitées globales sont françaises en Vaucluse. On observe cette année une légère baisse du volume (12,2 millions). Le bilan est mitigé côté clientèles françaises malgré un calendrier scolaire pourtant favorable (Pâques à la croisée des 3 zones, ponts de mai tombant des jeudis). La météo au printemps et la conjoncture économique et internationale ont pesé. Relevons toutefois le succès de nos événements structurants tels que le Tour de France et les festivals.

La tendance 2025 est également à la baisse pour les clientèles étrangères, notamment d'Europe du Nord. Malgré ce recul, le volume de nuitées étrangères reste élevé, représentant 43% des nuitées globales effectuées en Vaucluse et reste dans les standards de 2019 avec un volume de 9,1 millions de nuitées.

10. DONNÉES OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL



10. DONNÉES OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL



MONUMENTS HISTORIQUES ET ASSIMILÉS

Avec plus de 3 millions d'entrées, le tourisme patrimonial affiche cette année une progression de +5% vs 2024.
La fréquentation du Palais des Papes et du Pont Saint-Bénézet est stable vs 2024.

ÉTABLISSEMENT	COMMUNE	TOTAL 2025	EVOL VS 2024
PALAIS DES PAPES	AVIGNON	699 411	→
PONT SAINT-BÉNÉZET	AVIGNON	636 396	↗
THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE	ORANGE	163 504	↗
FONDATEUR VILLA DATRIS (GRATUIT)	L'ISLE SUR LA SORGUE	72 591	↗
FORT SAINT-ANDRÉ	VILLENEUVE LES AVIGNON	41 484	↗
ABBAYE SAINT-ANDRÉ ET SES JARDINS*	VILLENEUVE LES AVIGNON	33 080	↗
CHARTREUSE DE VILLENEUVE LES AVIGNON	VILLENEUVE LES AVIGNON	30 748	↗
FORTERESSE	MORNAS	29 630	↘
PALAIS DU ROURE (GRATUIT)	AVIGNON	24 034	↘
COLLÉGIALE NOTRE DAME	VILLENEUVE LES AVIGNON	21 603	↘
CATHÉDRALE NOTRE-DAME-ET-SAINT-VÉRAN (OUVERTURE DE MARS À DÉCEMBRE)	CAVAILLON	14 650	↔
TOUR PHILIPPE LE BEL	VILLENEUVE LES AVIGNON	12 046	↘
CHÂTEAU DE THÉZAN (OUVERTURE DU 1ER MAI AU 31 OCTOBRE)	SAINT-DIDIER	10 089	↗
SYNAGOGUE/MUSÉE JUIF COMTADIN (D'AVRIL À DÉCEMBRE)	CAVAILLON	4 300	↗
BAPTISTÈRE DE VENASQUE (FERMETURE OCT NOV DÉC ET WEEK-ENDS)	VENASQUE	3 848	↘
CHAPELLE SAINT-JACQUES * (DE JUILLET À SEPT)	CAVAILLON	1 377	↗

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



10. DONNÉES OBSERVATOIRE



FESTIVALS, MANIFESTATIONS ET ÉVÈNEMENTS

Au vu des chiffres communiqués, la tendance de fréquentation des festivals vauclusiens est plutôt à la hausse.

ÉVÈNEMENT	COMMUNE	DATES	2025	Evol. Vs 2024
AVIGNON FESTIVAL OFF (TICKETS VENDUS)	AVIGNON	ÉTÉ	290 000	↗
NOËL INSOLITES	CARPENTRAS	ÉTÉ	140 000	↗
FESTIVAL D'AVIGNON	AVIGNON	ÉTÉ	119 000	↗
FOIRE INTERNATIONALE BROCANTE & ANTIQUITÉS	ISLE SUR LA SORGUE	PRINTEMPS + ÉTÉ	80 000	↗
ÉVÈNEMENTS ESTIVAUX (Y COMPRIS LES CHORALIES, VAISON DANSES, ...)	VAISON LA ROMAINE	ÉTÉ	70 000	↗
FESTIVAL INSANE	APT	PRINTEMPS	45 000	↗
FÊTE DE LA VÉRAISON	CHATEAUNEUF-DU-PAPÉ	ÉTÉ	36 000	↗
VIKING FESTIVAL	ISLE SUR LA SORGUE	AUTOMNE	35 000	↗
LES CHORÉGIES D'ORANGE	ORANGE	ÉTÉ	34 000	=
LAVANDES EN FÊTE	SAULT	ÉTÉ	20 000	=
FESTIVAL VILLENEUVE EN SCÈNE	VILLENEUVE LES AVIGNON	ÉTÉ	18 000	↗
FESTIVAL YEAH!	LOURMARIN	PRINTEMPS	8 000	↗
GREEN FEST, FESTIVAL DE MUSIQUE ÉLECTRONIQUE	MONTEUX	PRINTEMPS	7 500	↗
FESTIVAL DU POLAR	VILLENEUVE LES AVIGNON	HIVER	6 700	↘
FESTIVAL "SOIRÉES D'ÉTÉ DE GORDES"	GORDES	ÉTÉ	2 500	nc
VILLENEUVE EN DANSE	VILLENEUVE LES AVIGNON	PRINTEMPS	755	↗



MUSÉES ET JARDINS

Comparé à 2024, les musées et jardins affichent plus de 440 000 visiteurs, avec une progression des entrées vs 2024 sur l'ensemble des répondants à l'enquête.

ÉTABLISSEMENT	COMMUNE	TOTAL 2025	EVOL VS 2024
MUSÉE DU PETIT PALAIS (GRATUIT)	AVIGNON	70 164	↗
MUSÉE ARCHÉOLOGIQUE ET SITES ANTIQUES DE VAISON LA ROMAINE	VAISON LA ROMAINE	60 469	↘
MUSEUM REGAREN (GRATUIT)	AVIGNON	30 351	↗
MAISON JEAN VILAR (GRATUIT)	AVIGNON	30 219	↗
L'ENQUIMRENTINE À L'HÔTEL-DIEU	CARPENTRAS	23 868	↘
NATUROPTÈRE	SÉRIGNAN DU COMTAT	19 745	↗
MAISON DORA MAAR	MÈNERBES	8 500	↗
MUSÉE D'HISTOIRE JEAN GARCIN	FONTAINE-DC-VAUCLUSE	6 239	-
MAISON DU COSTUME COMTADIN (GRATUIT)	PERNES LES FONTAINES	6 145	↘
MUSÉE D'APT (CX AVENTURE INDUSTRIELLE)	APT	6 050	↗
MUSÉE COMTADIN DU CYCLE (GRATUIT ET SUR L'ÉTÉ SEULEMENT)	PERNES LES FONTAINES	4 688	↗
MUSÉE FRANÇOIS PETRAIRQUE (GRATUIT)	FONTAINE-DE-VAUCLUSE	3 941	↘
MUSÉE DE LA RÉSTANCE (GRATUIT)	PERNES LES FONTAINES	3 966	-
MUSÉE DU CARTONNAGE ET DE L'IMPRIMERIE	VALRÉAS	2 904	↘
MICRO-FOLIE (GRATUIT)	MONTEUX	2 196	↗
MAISON FLÉCHIER - MUSÉE DES TRADITIONS COMTADINES (GRATUIT)	PERNES LES FONTAINES	2 138	↘
MUSÉE ARCHÉOLOGIQUE DE L'HÔTEL DIEU	CAVAILLON	1 570	↗
MUSÉE ESPACE ARCHÉOLOGIQUE ET GÉOLOGIQUE	BEAUMES-DE-VENISE	794	↗
MUSÉE DE LA VIEILLE ÉCOLE (GRATUIT)	PERNES LES FONTAINES	183	↘

10. DONNÉES OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL

Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

Sites de visite : une fréquentation stable

Des attentes en évolution

Les sites de visite dépassent les 2 millions d'entrées à l'échelle départementale. Les visites patrimoniales (musée, monument historique) et d'espaces naturels, agrémentées par une offre en parcs de loisirs confirment leur pouvoir d'attraction.

Top 3 (parmi les répondants à l'enquête de satisfaction pilotée par VPA auprès des professionnels du tourisme) : Avec près de 700 000 entrées, la fréquentation du Palais-des-Papes, plus grand palais gothique d'Occident classé au patrimoine de l'UNESCO, est stable à Avignon, tandis que le Pont Saint Bénézet a attiré plus de visiteurs (536 586) que l'an passé.

La fréquentation du théâtre antique d'Orange est aussi en progression avec 163 504 visites sur 2025.



11. DONNÉES OBSERVATOIRE RÉGIONAL

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

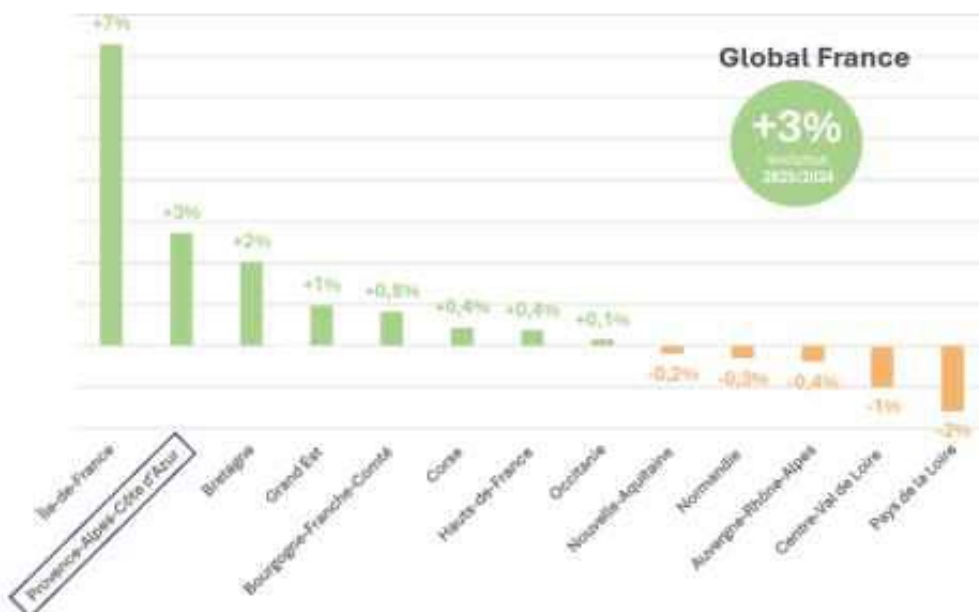


HÔTELLERIE

FRANCE



Benchmark : taux d'occupation de la saison par région



Source : Insee, en partenariat avec les comités régionaux du tourisme (CRT) ; enquête de fréquentation dans les hébergements touristiques.

FRÉQUENTATION

RÉGION SUD



Dynamiques 2025/2024 des nuitées touristiques par marque



Nuitées françaises
+3%

Nuitées internationales
-2%



Nuitées françaises
-2%

Nuitées internationales
0%



Nuitées françaises
-5%

Nuitées internationales
-2%

Source : Orange Flux Vision Tourisme

La dynamique de progression au niveau national est principalement portée par la nette progression de la fréquentation en Ile-de-France (+7%) profitant de l'attractivité de la destination après les JO 2024. Notre région réalise la deuxième performance. Dans la grande majorité des autres régions, la fréquentation est globalement stable. Pour rappel, l'an dernier, la fréquentation avait progressé uniquement dans notre région et la Corse.



11. DONNÉES OBSERVATOIRE RÉGIONAL

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



HÔTELLERIE URBAINE

RÉGION SUD



Taux d'occupation mensuels et taux de réservations à date



Source : MKQ Consulting

Taux d'occupation



Sur l'ensemble de l'année, le **taux d'occupation est de 67%, en hausse d'un point** par rapport à l'année dernière.

Cette progression est principalement portée par la **bonne dynamique observée entre juin et octobre**.

Les taux d'occupation oscillent entre 46% en janvier et 85% en août.

La progression conjuguée de l'occupation et des prix permet d'avoir des chiffres d'affaires en progression de 6% en un an.



HÔTELLERIE

FRANCE

Répartition par région des nuitées dans l'hôtellerie en France en 2025



11. DONNÉES OBSERVATOIRE RÉGIONAL

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

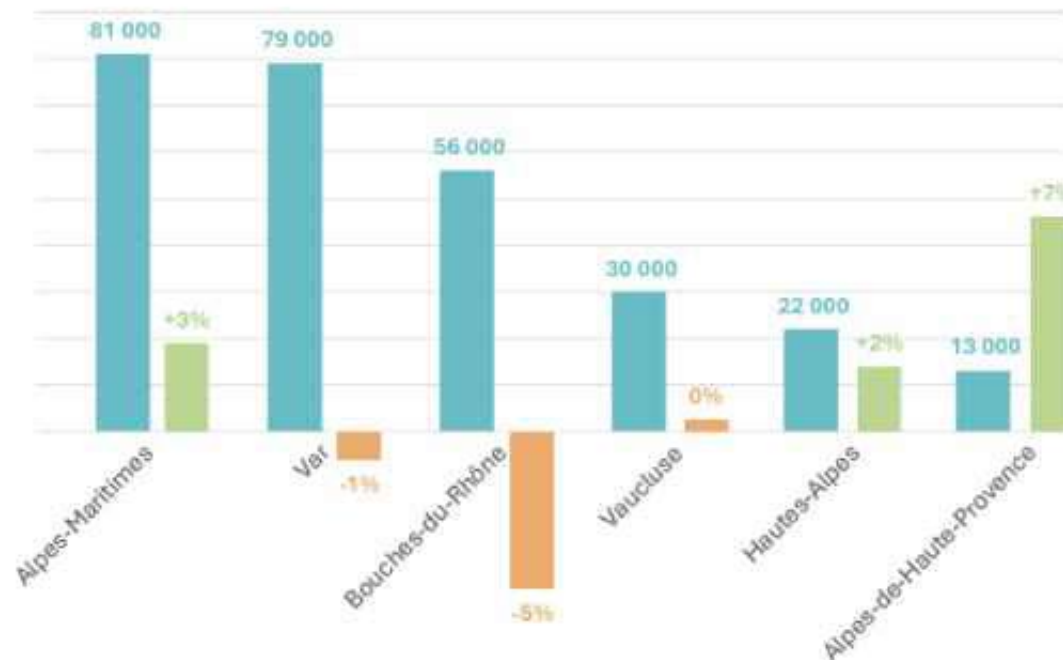
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



LOCATIONS SAISONNIÈRES

RÉGION SUD

Répartition de l'offre par département en 2025 évolution 2025/2024



Source : Lighthouse



Près de 80 % de l'offre régionale se concentre sur les trois départements littoraux, dont environ 60 % pour les seuls Alpes-Maritimes et Var.

Les deux départements alpins représentent un peu plus d'un logement sur dix à l'échelle régionale, mais affichent une dynamique de croissance nettement plus soutenue que le reste du territoire, depuis 2019

À l'inverse, dans les autres départements, la progression sur six ans est plus modérée : autour de 20 % dans le Var, les Bouches-du-Rhône et le Vaucluse, et inférieure à 10 % dans les Alpes-Maritimes.



11. DONNÉES OBSERVATOIRE RÉGIONAL

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



HÔTELLERIE DE PLEIN AIR

RÉGION SUD



Performances par département et évolutions 2025/2024

	Nombre de nuitées saison 2025 en millions	Nuitées totales	Nuitées françaises	Nuitées internationales	Part nuitées internationales
Var	9,4	+1%	+3%	-1%	38%
Alpes-de- Haute-Provence	2,3	+4%	+5%	+4%	34%
Bouches-du-Rhône	2	+7%	+7%	+6%	37%
Vaucluse	1,8	-6%	-1%	-12%	41%
Hautes-Alpes	1,5	+7%	+4%	+14%	39%
Alpes-Maritimes	0,8	0%	0%	-1%	37%



Les campings du Var représentent la moitié de la fréquentation régionale avec plus de 9 millions de nuitées sur l'ensemble de la saison, suivis de ceux des Alpes-de-Haute-Provence, des Bouches-du-Rhône et du Vaucluse.

La progression régionale est principalement portée par la hausse de la fréquentation dans les Bouches-du-Rhône et les deux départements alpins.

On observe néanmoins une baisse dans les campings du Vaucluse (notamment due au net retrait des clientèles internationales) alors que la fréquentation dans le Var et les Alpes-Maritimes est stable

Source : Insee, CRT et partenaires départementaux



11. DONNÉES OBSERVATOIRE RÉGIONAL

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



ARRIVÉES AÉRIENNES INTERNATIONALES

RÉGION SUD



Top 10 des marchés internationaux en 2025

		Évolution 2025/2024	Poids (en %)
	1. Royaume-Uni	+0%	17%
	2. Allemagne	+18%	10%
	3. États-Unis	+13%	8%
	4. Suisse	+11%	6%
	5. Belgique	+8%	3%
	6. Pays-Bas	-19%	3%
	7. Danemark	+10%	3%
	8. Italie	-12%	3%
	9. Suède	+17%	2%
	10. Espagne	-22%	2%
	Global international	+8%	100%

En 2025, les arrivées aériennes de la plupart des marchés internationaux progressent par rapport à 2024. Les plus fortes dynamiques de progression sont pour l'Allemagne, les États-Unis, le Danemark et la Suède.

On note néanmoins une stabilité des arrivées aériennes en provenance du Royaume-Uni et une forte baisse pour les Pays-Bas, l'Italie et l'Espagne (des pays où le transport aérien ne représente pas le mode de transport principal pour se rendre dans la région).

Les 5 premières clientèles internationales représentent près de 50% des arrivées aériennes dans les aéroports de notre région.

FRÉQUENTATION DES TOURISTES INTERNATIONAUX

RÉGION SUD

Evolution 2025/2024



Fréquentation estivale du top 10 des clientèles internationales

		Vacances d'été évolution 25/24	Depuis le début de l'année
	1. Allemagne	-3%	-3%
	2. Italie	-9%	-6%
	3. Royaume-Uni	-2%	0%
	4. Pays-Bas	-13%	-11%
	5. Belgique	-3%	-10%
	6. États-Unis	-11%	-1%
	7. Suisse	+0%	+2%
	8. Espagne	-5%	+5%
	9. Suède	+0%	-7%
	10. Chine	+137%	+140%
	Europe	-3%	-2%
	Hors-Europe	0%	+5%
	Global international	+4%	0%

Sur la période des vacances d'été, les principales clientèles internationales enregistrent des retraits par rapport à l'an dernier à l'exception de la Suisse et de la Chine.

Parmi les marchés lointains, on note une progression du Canada, du Moyen-Orient et de Corée du Sud.

Depuis le début de l'année, la fréquentation internationale est stable même si on note un net retrait des Pays-Bas et de la Belgique.

Source : Pourvoyeurs certifiés arrivées internationales à destination des aéroports de la région Sud



Source : Orange Flux Visitor Tracking

11. DONNÉES OBSERVATOIRE RÉGIONAL

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

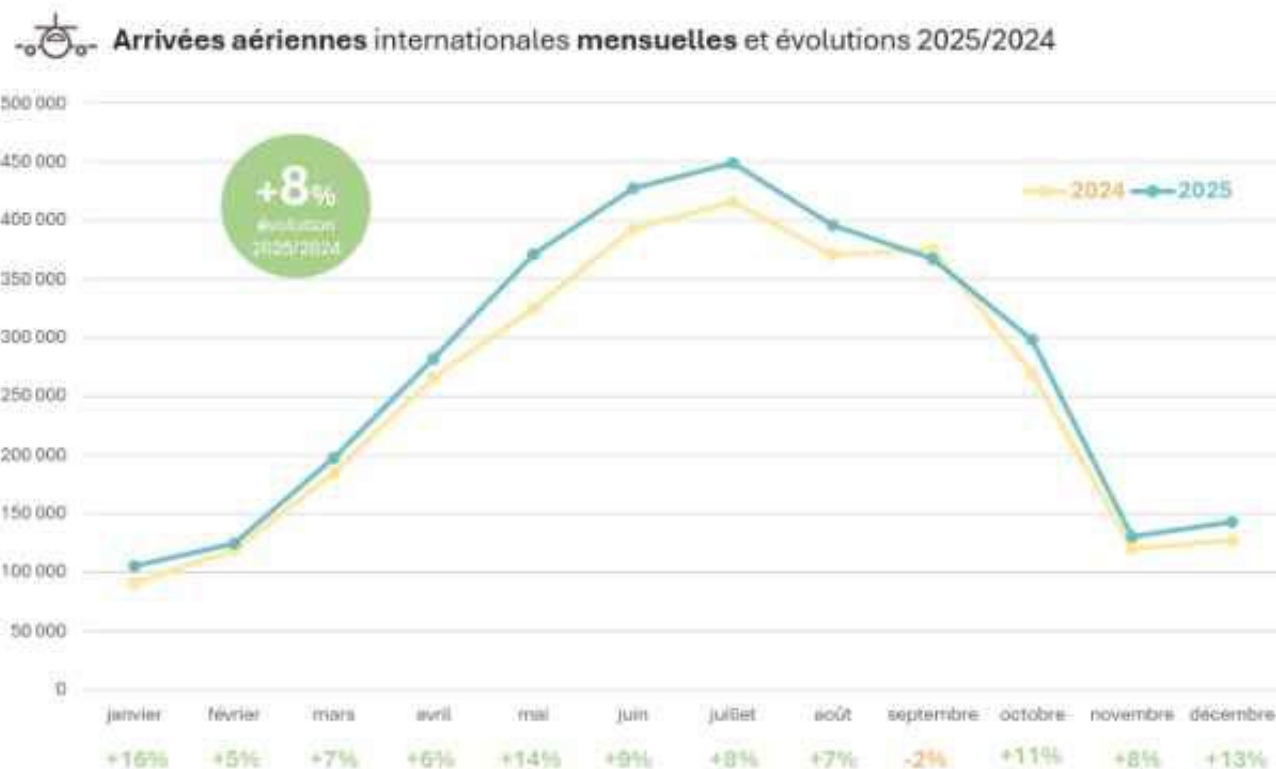
Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



ARRIVÉES AÉRIENNES INTERNATIONALES

RÉGION SUD



Source : Forwardkeys arrivées aériennes internationales à destination des aéroports de la région Sud

Sur l'ensemble de l'année 2025, les arrivées aériennes internationales progressent de 8% comparativement à 2024.

Seul le mois de septembre enregistre une baisse des arrivées alors que les plus fortes progressions se font en janvier, mai et décembre.

La dynamique est également forte en cœur d'été dans la moyenne de la tendance annuelle.



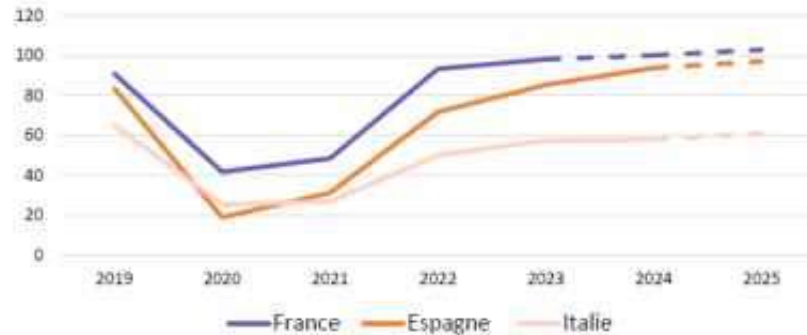
12. DONNÉES OBSERVATOIRE NATIONAL

Source : [Présentation PowerPoint \(atout-france.fr\)](https://atout-france.fr)

Les arrivées internationales devraient atteindre les 102 millions environ en 2025



Evolution des arrivées internationales en France, en Espagne et en Italie



Entre 102 et 103 millions d'arrivées en 2025, soit +13% vs 2019 et +3% vs 2024



Entre 96 et 97 millions d'arrivées en 2025, soit +16% vs 2019 et +3% vs 2024



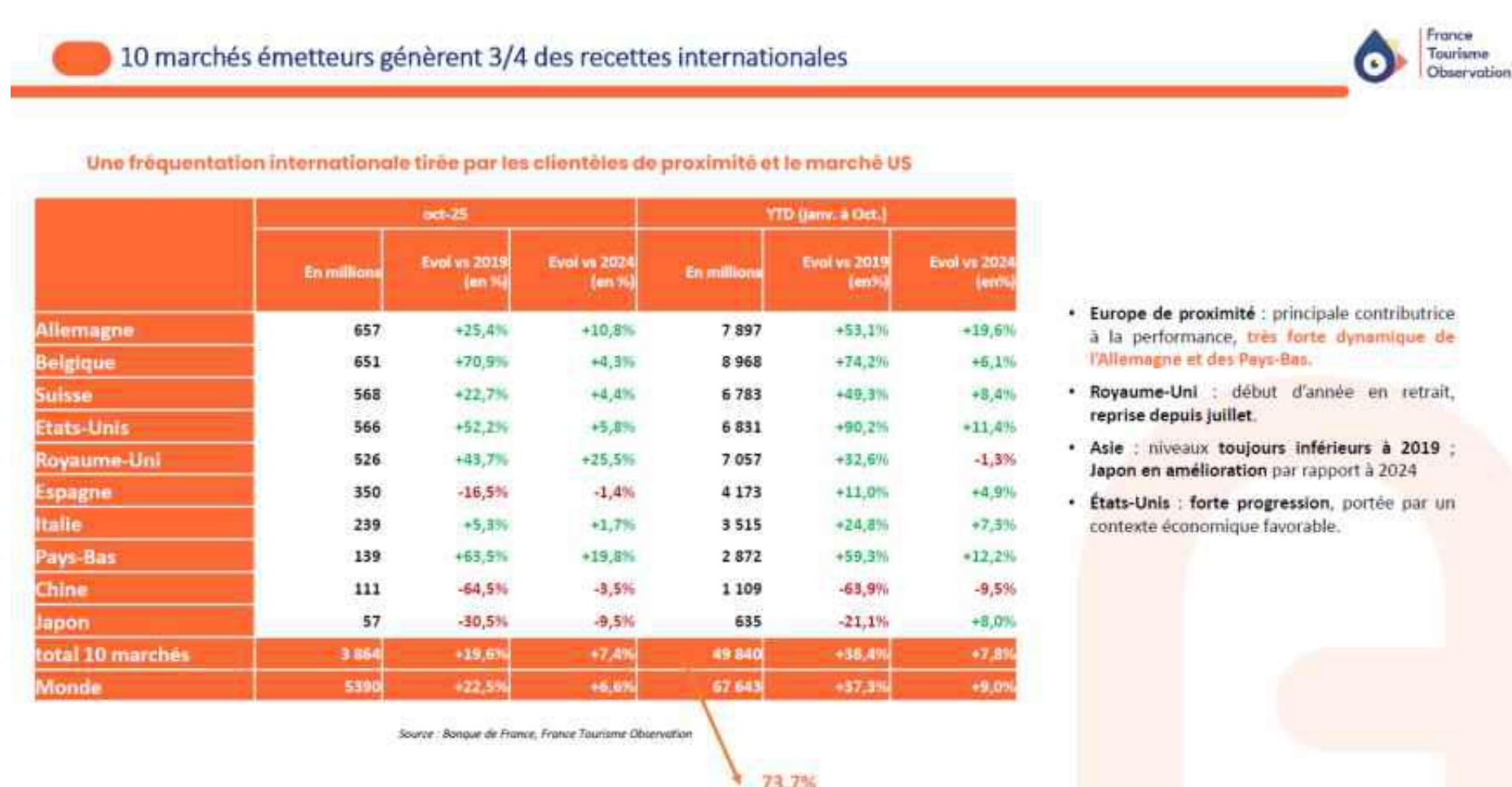
Entre 60 et 61 millions d'arrivées en 2025, soit -6 % vs 2019 et +6 % vs 2024

- En 2025, la fréquentation internationale devrait atteindre entre **102 et 103 millions d'arrivées**, d'après une estimation d'Atout France, soit une hausse de +13% vs 2019 et de +3% vs 2024. *NB : L'ONU a communiqué 102 millions d'arrivées internationales en 2024*
- La France dépasse l'Espagne qui devrait atteindre entre 96 et 97 millions d'arrivées internationales.

Source : Frontur, Banque de France, INSEE, ISTAT

12. DONNÉES OBSERVATOIRE NATIONAL

Source : [Présentation PowerPoint \(atout-france.fr\)](https://atout-france.fr)

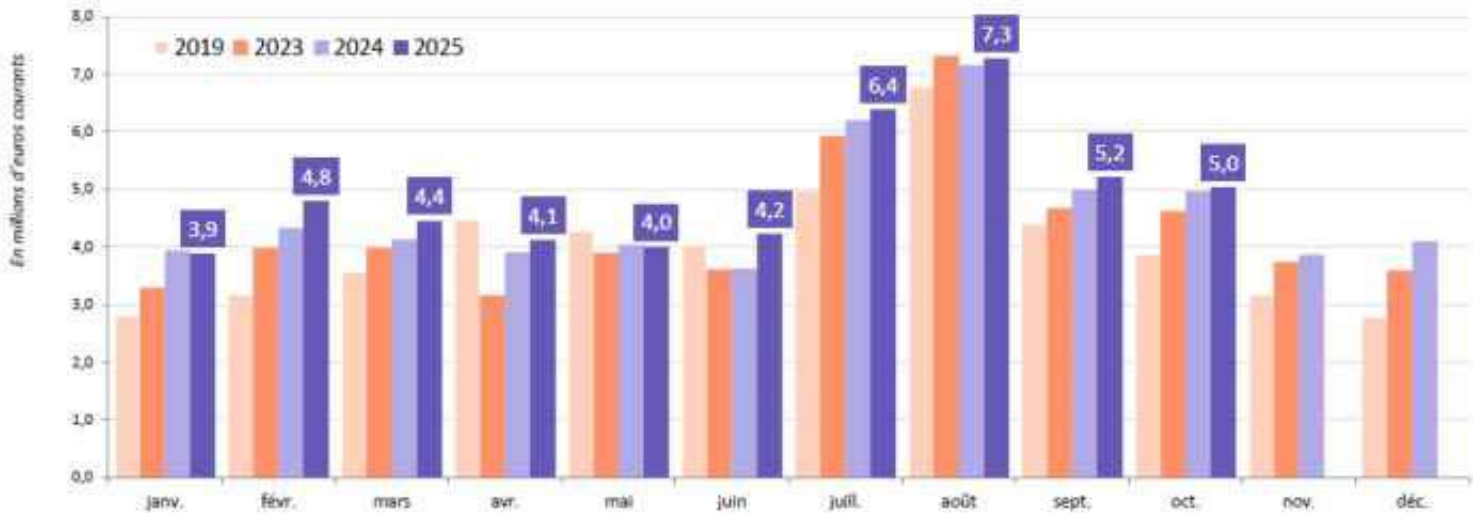


12. DONNÉES OBSERVATOIRE NATIONAL

 Les dépenses des Français à l'étranger repartent à la hausse



Dépenses globales mensuelles des Français à l'étranger



- 49,4 Md€ de dépenses à fin octobre 2025, soit :
 - +5 % vs 2024
 - +17 % vs 2019
- Si la tendance se confirme, la France devrait atteindre entre 57 et 58 Md€ de dépenses à fin décembre 2025 :
 - 48,3 Md€ en 2019
 - 55,2 Md€ en 2024

Top 10 des dépenses de janvier à octobre 2025

	Dépenses de janv. à oct. 25	Evolution vs 2019	Evolution vs 2024
Espagne	6 599	+7,2%	+2,7%
Italie	4 802	+44,0%	+2,3%
Allemagne	2 948	-8,6%	+4,5%
Belgique	2 389	+18,7%	-2,9%
Suisse	2 321	+40,0%	-0,1%
Portugal	1 955	+11,8%	+0,6%
Luxembourg	1 582	+40,2%	+5,3%
Grèce	1 579	+27,0%	-0,5%
Royaume-Uni	1 556	-48,7%	+9,8%
Etats-Unis	497	-75,8%	-4,2%
total 10 marchés	26 228	+2,4%	+2,1%
Monde	49 376	+16,7%	+4,5%

Source : Banque de France - France Tourisme Observation

12. DONNÉES OBSERVATOIRE NATIONAL

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LOW



Une saison estivale en question ?



France
Tourisme
Observation

Evolution mensuelle des recettes internationales en Base 100 = 2019



- Depuis la reprise après le covid, les recettes du tourisme international en France ont davantage progressé en avril, mai et juin que durant la saison estivale.

Nuitées des Français en France métropolitaine et DROM



- Depuis la reprise après Covid le nombre de nuitées des Français en France baisse en sur la saison estivale (question de pouvoir d'achat ?)

Sources : Banque de France et SDT INSEE

12. DONNÉES OBSERVATOIRE NATIONAL

 Consommation touristique intérieure – estimation Atout France pour 2024 et 2025



Estimation d'Atout France de la CTI pour 2024 et 2025 – à prix courants

(en milliards d'euros)	2019	2020	2021	2022	2023	2024*	2025*	Evol 25 vs 24	Evol 25 vs 23	Evol 25 vs 19
Total	187,9	123,9	143,2	193,5	211,0	216,8	221,9	+2,4%	5,2%	+18,1%
Domestiques	122,4	90,3	103,1	127,0	134,6	134,2	131,8	-1,8%	-2,1%	+7,7%
Internationaux	65,5	33,6	40,1	66,5	76,4	82,5	90,1	+9,2%	17,9%	+37,6%

* Estimation de la CTI de la clientèle domestique basée sur l'évolution des nuitées (en France et dans les Droms) du SOT (INSEE) et tenant compte de l'inflation.
* Estimation de la CTI de la clientèle internationale basée sur l'évolution en valeur des recettes du poste Voyage de la balance des paiements.

- Selon les estimations d' Atout France en 2025 la CTI, pourraient atteindre 222 Md€ à prix courants, en hausse de +5 % vs 2023 et de +2 % vs 2024.
- Hausse de la CTI des non-résidents 2025 vs 2024 et vs 2023
- Baisse de la CTI des résidents par rapport à 2023 et 2024

Estimation d'Atout France de la CTI pour 2024 et 2025 – à prix constants (base 2019)

(en milliards d'euros)	2019	2020	2021	2022	2023	2024*	2025*	Evol 25 vs 24	Evol 25 vs 23	Evol 25 vs 19
Total	185,6	123,3	140,2	180,1	187,3	188,6	191,3	+1,5%	2,2%	+3,1%
Domestiques	120,0	89,9	101,0	118,2	119,5	116,8	113,6	-2,7%	-4,9%	-5,3%
Internationaux	65,6	33,4	39,3	61,9	67,8	71,8	77,7	+8,2%	14,6%	+18,4%

Sources : INSEE, Banque de France, estimation Atout France

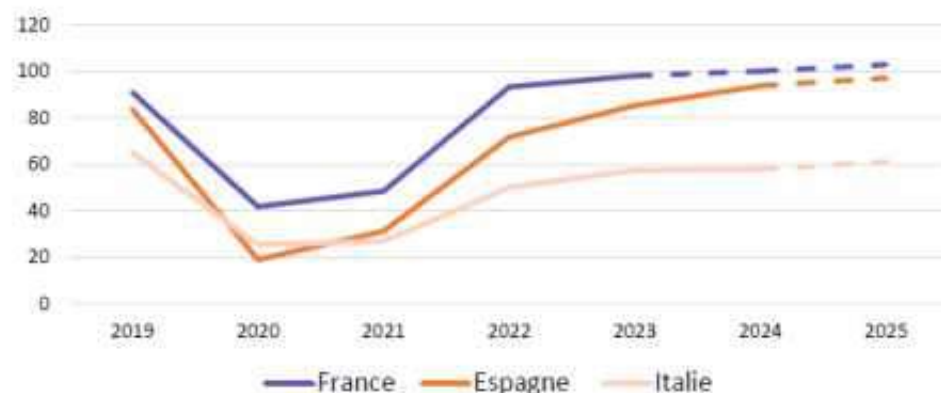
12. DONNÉES OBSERVATOIRE NATIONAL

Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



 Les arrivées internationales devraient atteindre les 102 millions environ en 2025

Evolution des arrivées internationales en France, en Espagne et en Italie



Entre 102 et 103 millions d'arrivées en 2025, soit +13% vs 2019 et +3% vs 2024



Entre 96 et 97 millions d'arrivées en 2025, soit +16% vs 2019 et +3% vs 2024



Entre 60 et 61 millions d'arrivées en 2025, soit -6 % vs 2019 et +6 % vs 2024

- En 2025, la fréquentation internationale devrait atteindre entre **102 et 103 millions d'arrivées**, d'après une estimation d'Atout France, soit une hausse de +13% vs 2019 et de +3% vs 2024. *NB : L'ONU a communiqué 102 millions d'arrivées internationales en 2024*
- La France dépasse l'Espagne qui devrait atteindre entre 96 et 97 millions d'arrivées internationales.

Source : Frontur, Banque de France, INSEE, ISTAT

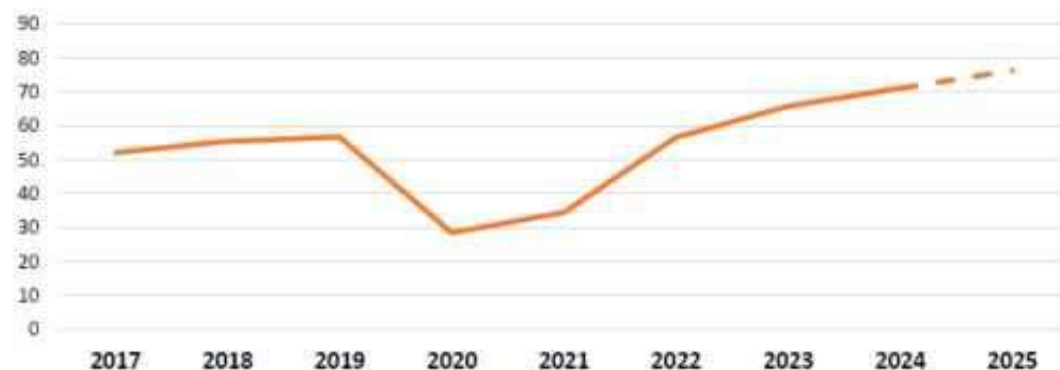
12. DONNÉES OBSERVATOIRE NATIONAL

Envoyé en préfecture le 15/09/2026
Reçu en préfecture le 15/09/2026
Publié le
ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



Avec plus de 75 Mds€, la France va atteindre un nouveau record de recettes en 2025, l'écart avec l'Espagne se réduit par rapport à 2024

Evolution 2017 – 2025 des recettes internationales en France



Prévisions de recettes 2025 pour les principaux pays concurrents



Entre 104 Md€ et 105 Md€ à fin décembre 2025, soit +48 % vs 2019 et +7 % vs 2024



Entre 56 Md€ et 57 Md€ à fin décembre 2025, soit +29 % vs 2019 et +6 % vs 2024

Source : Banque de France, France Tourisme Observation, estimations Atout France

Entre 76 et 77
Mds€
De recettes
internationales à
fin décembre
2025*

+9%
par rapport à 2024
et
37%
par rapport à 2019

- 67,6 Md€ de recettes à fin octobre 2025, soit :
 - +9 % vs 2024
 - +37 % vs 2019
- Si la tendance se confirme, la France devrait atteindre **plus de 75 Md€ de recettes en 2025, un nouveau record historique** :
 - 56,7 Md€ en 2019
 - 71,1 Md€ en 2024
- L'Espagne devrait atteindre **105 Md€ de recettes en 2025 (27 Md€ de plus que la France). Mais l'écart se réduit vs 2024 (38 % en 24 et 36 % en 25)**
- Le solde du Poste Voyages de la Balance des paiements devrait aussi atteindre un record, **autour de 20 Md€ fin 2025.**

Page 12 sur 14

12. DONNÉES OBSERVATOIRE NATIONAL



La hausse des recettes du tourisme international est plus importante au premier semestre



Evolution mensuelle des recettes internationales vs N-1 et 2019

	oct-24	nov-24	déc-24	janv-25	févr-25	mars-25	avr-25	mai-25	juin-25	juil-25	août-25	sept-25	oct-25
volume mensuel en Md€	5,1	3,9	5,1	5,1	4,5	5,0	6,9	7,3	8,6	9,0	9,0	7,0	5,4
Evol. en % versus n-1	2,9%	10,5%	12,2%	12,2%	2,8%	6,7%	12,4%	3,9%	13,7%	11,5%	9,1%	7,9%	6,6%
Evol. en % versus 2019	15,0%	13,3%	28,2%	51,6%	54,7%	42,5%	48,6%	67,7%	57,5%	16,9%	24,3%	20,6%	22,5%
volume cumulé de janv à date en Md€	62,1	66,0	71,1	5,1	9,5	14,5	21,4	28,7	37,3	46,3	55,3	62,3	67,6
Evol. en % versus n-1	7,5%	7,7%	8,0%	12,2%	7,6%	7,2%	8,8%	7,5%	8,9%	9,4%	9,4%	9,2%	9,0%
Evol. en % versus 2019	26,0%	25,1%	25,3%	51,6%	53,1%	49,3%	49,0%	53,4%	54,3%	45,3%	41,4%	38,7%	37,3%

Source : Banque de France, France Tourisme Observation

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le



Période : jan ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

Aura Monuments d'Orange

Gestion du Théâtre antique d'Orange 2025

REVENUS

Billets parcours de jours
Billets parcours de nuit
Billets spectacle "La Voix de Pierres"
Billets spectacles "Festival août"
Visites guidées et animations
Billets groupes
Billets combinés

REVENUS BILLETERIE

Ventes de la boutique

REVENUS BOUTIQUE

Commissions sur réceptions
Produits d'exploitation divers
Location de la régie technique
Location de salle de spectacle
Locations commerciales
Locations d'espaces et produits divers

CHIFFRE D'AFFAIRES

Subvention d'exploitation Mapping lasers JMJ
Subvention d'exploitation Murmures 50%

REVENUS D'EXPLOITATION

CHARGES

Redevance fixe
Redevance variable
Redevance de contrôle

REDEVANCES VERSEES VILLE D'ORANGE

Coût d'achat des marchandises vendues
Eau, énergie
Petits équipements, produits d'entretien
Fournitures de bureau
Vêtements de travail

ACHATS

Sous-traitance (générale, réception)
Locations (mobilière, photocopieur, terminaux,...)
Location de véhicule
Télésurveillance
Audioguides
Location Arius / BNP solution
Entretien des biens immobiliers
Entretien des biens mobiliers
Maintenance générale
Maintenance sécurité et incendie
Maintenance système informatique
Maintenance (Spectacle immersif)
Assurances
Honoraires et commissions
Commissaire aux comptes
Frais de déplacement et de réception
Frais postaux et de télécommunication
Frais bancaires

SERVICES EXTERIEURS

La voix des Pierres
Parade de rue
Mapping lasers JMJ
Festival d'août (spectacles innovants)
Murmures (Déambulation dans la ville d'Orange)
Redevances radio, SACEM et SPRE
Honoraires social média, marketing d'influence et presse
Affichage publicitaire, annonces et insertions

Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2024
----------------	------------------	-----------------------	-------	-----------

1 277 165	1 457 600	(180 435)	-12,4%	1 131 852
52 014	254 850	(202 836)	-79,6%	236 721
0	0	0		0
(476 568)	220 000	(696 568)	-316,6%	208 668
6 910	0	6 910		7 237
231 701	0	231 701		203 034
0	0	0		1 880
1 091 222	1 932 450	(841 228)	-43,5%	1 789 391
240 610	320 000	(79 390)	-24,8%	125 435
240 610	320 000	(79 390)	-24,8%	125 435
0	0	0		0
494 743	50 000	444 743	889,5%	278 008
0	20 000	(20 000)	-100,0%	0
0	50 000	(50 000)	-100,0%	0
0	0	0		0
0	0	0		0
1 826 575	2 372 450	(545 875)	-23,0%	2 192 834
0	0	0		0
0	0	0		0
1 826 575	2 372 450	(545 875)	-23,0%	2 192 834

550 000	550 000	0	0,0%	550 420
0	0	0		0
23 793	20 000	3 793	19,0%	20 000
573 793	570 000	3 793	0,7%	570 420
79 293	144 000	(64 707)	-44,9%	59 489
56 546	60 000	(3 454)	-5,8%	76 881
18 503	20 000	(1 497)	-7,5%	17 225
2 568	5 000	(2 432)	-48,6%	6 727
2 785	5 000	(2 215)	-44,3%	6 843
159 696	234 000	(74 304)	-31,8%	167 165
87 966	40 000	47 966	119,9%	49 584
562 677	545 000	17 677	3,2%	577 361
8 978	5 000	3 978	79,6%	11 174
0	0	0		0
40 851	40 000	851	2,1%	40 200
0	0	0		0
0	20 000	(20 000)	-100,0%	3 747
13 877	35 000	(21 123)	-60,4%	28 572
2 743	5 000	(2 257)	-45,1%	24 979
5 843	5 000	843	16,9%	3 281
338	10 000	(9 663)	-96,6%	996
0	0	0		0
29 461	30 000	(539)	-1,8%	27 350
0	10 000	(10 000)	-100,0%	3 098
1 866	2 000	(134)	-6,7%	1 150
10 978	20 000	(9 022)	-45,1%	65 650
21 112	20 000	1 112	5,6%	21 129
23 474	28 000	(4 526)	-16,2%	19 191
810 164	815 000	(4 836)	2,6%	877 462

0	0	0		0
0	0	0		0
0	0	0		0
0	0	0		0
0	0	0		0
2 731	0	2 731		1 000
148 622	465 000	(316 378)	-68,0%	365 554
68 162	243 000	(174 838)	-72,0%	35 746

Période : jan

Aura Monuments d'Orange

Gestion du Théâtre antique d'Orange 2025

Salons, expositions et relations publiques
Gestion du site internet
Billetterie
Production des animations
Frais de gestion

AUTRES SERVICES EXTERIEURS

Impôts et taxes sur rémunérations
Contribution Economique et Territoriale (CET)
Taxe foncière
C3S (Organic)
Autres impôts et taxes

IMPOTS ET TAXES

Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2024
26 938	30 000	(3 062)	-10,2%	30 904
8 516	10 000	(1 484)	-14,8%	2 766
34 972	38 600	(3 628)	-9,4%	37 208
0	10 000	(10 000)	-100,0%	0
218 872	205 000	13 872	6,8%	215 607
508 813	1 001 600	(492 787)	-51,8%	688 785

10 283	10 000	283	2,8%	14 546
2 791	3 000	(209)	-7,0%	1 830
0	0	0		0
0	0	0		0
9 674	12 000	(2 326)	-19,4%	12 036
22 747	25 000	(2 253)	-23,5%	28 411

Aura Monuments d'Orange

Gestion du Théâtre antique d'Orange 2025

Rémunération du personnel
Indemnités versées au personnel et stagiaires
Charges de sécurité sociales et de prévoyance
Autres charges salariales

FRAIS DE PERSONNEL
CHARGES D'EXPLOITATION
EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION
DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS(-)
RESULTAT D'EXPLOITATION
Produits financiers
PRODUITS FINANCIERS(+)
Charges financières (garantie 300k - Art 33)
Charges financières
CHARGES FINANCIERES(-)
RESULTAT FINANCIER
RESULTAT COURANT AVANT IS
Produits exceptionnels
PRODUITS EXCEPTIONNELS(+)
Charges exceptionnelles
CHARGES EXCEPTIONNELLES(-)
RESULTAT EXCEPTIONNEL
RESULTAT AVANT IMPOT
Impôts sur les sociétés
RESULTAT NET

Période : jan				
Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2024
618 450	549 051	69 399	12,6%	558 295
7 995	15 000	(7 005)	-46,7%	10 357
157 355	191 777	(34 422)	-17,9%	141 255
7 750	12 000	(4 250)	-35,4%	27 006
791 549	767 828	23 721	-87,4%	736 913
2 866 762	3 413 428	(546 666)	-16,0%	3 069 157
(1 040 188)	(1 040 978)	791	-0,1%	(876 323)
644 318	552 541	91 777	16,6%	476 440
(1 684 506)	(1 593 519)	(90 986)	5,7%	(1 352 764)
5 806	0	5 806		727
5 806	0	5 806		727
0	0	0		0
190 215	225 000	(34 785)	-15,5%	208 165
190 215	225 000	(34 785)	-15,5%	208 165
(184 409)	(225 000)	40 591	-18,0%	(207 438)
(1 868 915)	(1 818 519)	(50 396)	2,8%	(1 560 202)
1 679	0	1 679		0
1 679	0	1 679		0
0	0	0		0
0	0	0		0
1 679	0	1 679		0
(1 867 236)	(1 818 519)	(48 717)	2,7%	(1 560 202)
0	0	0		0
(1 867 236)	(1 818 519)	(48 717)	2,7%	(1 560 202)

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le



ID : 084-218400877-20260907-DL_588-2026-DE

COMPTE D'IMMOBILISATIONS							2022		2023		2024		2025	
Date	FOURNISSEUR	Description	N° de Pièce	Nouvelle base amortissement selon protocole signé	DUREE		Amortissements 2022	VNC fin 2022	Amortissements 2023	VNC fin 2023	Amortissements 2024	VNC fin 2024	Amortissements 2025	VNC fin 2025
203000 / 280300 - FRAIS RECHERCHE DEVELOPPEMENT CREATION														
BS-2025-024	30/01/2025	NARRATIVE	PROD RENOUVELLT BANDE SON	25025	25 500 €	6,92							3 392 €	22 108 €
BS-2025-025	31/03/2025	NARRATIVE	PROD RENOUVELLT BANDE SON	25035	25 500 €	6,75							2 857 €	22 643 €
BS-2025-026	30/04/2025	NARRATIVE	PROD RENOUVELLT BANDE SON	25042	34 000 €	6,67							3 436 €	30 564 €
BS-2025-034	14/08/2025	ANAMNESIA	OS INTEGRATION SON	01042025-1616	10 575 €	6,37							637 €	9 938 €
BS-2025-035	14/08/2025	ANAMNESIA	OS INTEGRATION SON	01042025-1617	10 575 €	6,37							637 €	9 938 €
TOTAL	203001			106 150,00 €	106 150 €		0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	10 958 €	95 192 €
205000 / 280500 - LICENCE														
BS-2024-002	01/01/2024	POSITIV PROD	Droit d entree 2024	2023-24-03	185 000 €	1 an						185 000 €	0 €	
BS-2025-033	01/01/2025	POSITIV PROD	Droit d entree 2025	2025-031	185 000 €	1 an							185 000 €	0 €
TOTAL	205000			370 000,00 €	370 000 €		0 €	0 €	0 €	0 €	185 000 €	0 €	185 000 €	0 €
215400 / 281540 - MATERIELET OUTILLAGE														
BS-2025-032	14/10/2025	AGP	5 CASQUES VR PICO G3 4K	2025-10-81	3 255 €	5 ans							108 €	3 147 €
TOTAL	215400			3 255,00 €	3 255 €		0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €	108 €	3 147 €
218100 / 281810 - INSTALLATIONS, AMENAGEMENTS DIVERS														
BS-2023-011	01/07/2023	EDEIS CONCESSIONS	Convention de financement		150 000 €	8,5 ans				8 896 €	141 104 €	17 647 €	123 457 €	17 647 €
BS-2022-001	01/10/2022	ANAMNESIA-MES-000C	St.1 Etude Sono Alcoves Theatre	19042022-1391+ 04072022-1	113 760 €	3 ans								
BS-2022-002	16/11/2022	ANAMNESIA	St2(sold)e)etude scenogr Alcoves Theatre	07112022-1439	27 240 €	3 ans	9 558 €	104 202 €	37 920 €	66 282 €	37 920 €	28 362 €	28 362 €	0 €
BS-2022-003	17/11/2022	ANAMNESIA	slit.2(sold)e)Fabr. Scenogr Alcoves Theatre	07112022-1438	143 400 €	3 ans	1 144 €	26 096 €	9 080 €	17 016 €	9 080 €	7 936 €	7 936 €	0 €
BS-2023-003	04/05/2023	ANAMNESIA	Complément Alcoves	19042023-1470	56 880 €	3 ans	5 893 €	137 507 €	47 800 €	89 707 €	47 800 €	41 907 €	41 907 €	0 €
BS-2023-007	02/05/2023		MES Arc de Triomphe - Parcours monument		48 444 €	8 ans				4 048 €	44 396 €	6 056 €	38 340 €	6 056 €
		FA ANAMNESIA 1904202: SIT1 Implant.Totem Audio Arc de Triomphe-Rayon		12 720,00 €										
		FA ANAMNESIA 0109202: SIT2 Implant.TOTEM Audio Arc de Triomphe		4 680,00 €										
		FA ANAMNESIA 1312202: SIT1 Arc de Triomphe Parcours de jour(40%) fab.n		31 044,00 €										
BS-2023-006	02/05/2023	ANAMNESIA	Totem arc de triomphe BC22-14 19/04/	19042023-1471	14 400 €	8 ans			1 203 €	13 197 €	1 800 €	11 397 €	1 800 €	9 597 €
BS-2023-005	02/05/2023	ANAMNESIA	Arc triomphe SIT2 02/05/23	2052023-1476	46 566 €	8 ans			3 891 €	42 675 €	5 821 €	36 854 €	5 821 €	31 033 €
BS-2023-004	02/05/2023	ANAMNESIA	Arc de triomphe theatre	02052023-1491	21 882 €	8 ans			1 828 €	20 054 €	2 735 €	17 318 €	2 735 €	14 583 €
BS-2024-007	09/10/2024		MISE EN SERVICE MUSEE SALLE PRINCIPAUTE		14 667 €	5						675 €	13 992 €	2 933 €
BS-2024-012	14/10/2024	ANAMNESIA	Fabrication musee sit2+3	14102024-1590 14/10/24	18 000 €	5						779 €	17 221 €	3 600 €
BS-2024-014	20/12/2024		MES Parcours de Jour/Salon musique/Alcoves/les légendes du		71 377 €	5						469 €	70 908 €	14 275 €
BS-2025-002	10/02/2025	ANAMNESIA	SALON MUSIQUE	F10022025-1605	45 477 €	5								8 049 €
BS-2025-022	13/01/2025	ANAMNESIA	FABRIC SALON MUSIQUE SIT 2 13/01	13012025-1601	22 738 €	5								4 398 €
BS-2025-007	07/02/2025	GAMBIER AURELIE	Signalétique Basilicae modification	014-2025	750 €	6,9166								95 €
BS-2025-008	09/06/2025	SOCOTEC	basilicae verif initial install electrique	2506000079	550 €	6,48								39 €
BS-2025-009	03/06/2025	TEAM AXESS	Tourniquet Basilicae	FA 52005930	23 560 €	6,35								1 291 €
BS-2025-012	07/02/2025	SOCOTEC	CONTROL TECH SIT 4	2502000013	1 592 €	6,91								207 €
BS-2025-013	22/04/2025	SOCOTEC	CONTROL TECH SIT 5	2504000119	245 €	6,65								26 €
BS-2025-014	10/02/2025	MUMA WORKS	SIT 4 CLOS COUVERT	FA10022025-06	226 474 €	6,88								29 310 €
BS-2025-015	19/05/2025	MUMA WORKS	SIT 5 BASILICAE	19052025-08	39 295 €	6,64								3 680 €
BS-2025-016	06/05/2025	FOURCADE	Illustration	2025F05-001	600 €	6,6								60 €
BS-2025-017	04/08/2025	SAUVAGE P RODUCTIO	Captation filmique concert w smith	4801	4 500 €	6,41								289 €
BS-2023-010	01/06/2023		MES Odyssee Sonore - Parcours de nuit		657 987 €	8,58 ans				44 963 €	613 025 €	76 689 €	536 336 €	76 689 €
BS-2023-009	02/11/2023	ANAMNESIA	OS Travaux complémentaires escalier e	14112023-1522 02/11/23	13 755 €	8,16 ans				277 €	13 478 €	1 686 €	11 793 €	1 686 €
BS-2023-008	10/11/2023	ANAMNESIA	Travaux os complit technique escalier e	10112023-1521 10/11/23	10 000 €	8,16 ans				175 €	9 825 €	1 225 €	8 600 €	1 225 €
BS-2024-008	01/10/2024	COSMO AV	OS Etude conceptualisation- phase 0 0	2410-31	3 080 €	7,3						106 €	2 974 €	422 €
BS-2024-009	30/10/2024	NARRATIVE	OS Etude amelioration spectacle	24097	5 000 €	7,2 ans						120 €	4 880 €	694 €
BS-2024-010	29/11/2024	NARRATIVE	OS Etude amelioration spectacle conce	25004	5 000 €	7						65 €	4 935 €	714 €
BS-2024-011	05/12/2024	COSMO AV	OS Etude conceptualisation- phase 0 0	2412-70	3 080 €	7						33 €	3 047 €	440 €

COMPTE D'IMMOBILISATIONS							2022		2023		2024		2025			
Date	FOURNISSEUR	Description	N° de Pièce	Nouvelle base amortissement selon protocole signé	DUREE		Amortissements 2022	VNC fin 2022	Amortissements 2023	VNC fin 2023	Amortissements 2024	VNC fin 2024	Amortissements 2025	VNC fin 2025		
BS2025-028 BS2025-029	30/04/2025 27/08/2025	VIDEMUS OS ENCODE WATCH OUT VIDEMUS CO PRODUCTION POSITIV	FA3772 FA3802	8 760 € 2 469 €	6,67 6,38	Mapping OS/Parcours nuit Mapping OS/Parcours nuit							885 € 179 €	7 875 € 2 289 €		
BS2025-001 BS2025-006 BS2025-023	07/01/2025 21/03/2025 09/05/2025	COSMO AV APPROFONDISSEMENT (2501-79 COSMO AV APPROFONDISSEMENT (2503-95 COSMO AV APPROGONDT EXPERIEI	2501-79 2503-95 2505-115	30 260 € 22 695 € 22 695 €	6,95 6,78 6,66	Mapping OS/Parcours nuit Mapping OS/Parcours nuit Mapping OS/Parcours nuit							4 068 € 2 623 € 2 213 €	26 192 € 20 072 € 20 482 €		
BS2024-005 BS2024-006 BS2024-004	30/05/2024 11/10/2024 24/07/2024	MISE EN SERVICE VR FA AGP 2024-10-152 10-10-24 FA SERIOUS PLAY	30/05/2024A Casques PICO VR 04724 24/07/24	216 880 € 3 293 € 8 765 €	7,45 7,2 7,45	VR VR VR					17 228 € 103 € 519 €	199 652 € 3 190 € 8 246 €	29 111 € 457 € 1 177 €	170 541 € 2 733 € 7 070 €		
BS2025-010 BS2025-011 BS2025-027	11/04/2025 29/12/2025 22/01/2025	INSECURITY INSECURITY TOURNERY	video billetterie INSECURITY Systeme alarme THOMAS FRESQUE MUI	f2216 f2278 F2500001	6,7 6 6,94	VR VR VR							519 € 5 € 151 €	4 273 € 3 602 € 961 €		
BS2025-018 BS2025-019 BS2025-020 BS2025-021	24/03/2025 27/01/2025 10/02/2025 04/03/2025	ATELIER FACE B CB MUJI CB RETIF CB RETIF	PANNEAUX PRESENTOIR ACCASTILLAGE ACCASTILLAGE ACCASTILLAGE	FB-2025-047 20052053 FA 0012179647 F1189955	2 577 € 125 € 90 € 66 €	6,77 6,96 6,89 6,83	BOUTIQUE BOUTIQUE BOUTIQUE BOUTIQUE						295 € 17 € 12 € 8 €	2 282 € 107 € 78 € 58 €		
BS2025-038	24/01/2025 24/01/2025	MES Parcours de jours/Basilica ouest MES Parcours de jours/Basilica ouest BOUTIQUE		821 099 € 1 157 €	6,9 6,9	Parcours de jours/Basilica ouest Parcours de jours/Basilica ouest							111 501 € 157 €	709 598 € 1 000 €		
TOTAL 218100							2 940 741,22 €	2 940 741 €	16 595 €	267 805 €	172 652 €	1 115 067 €	247 514 €	1 216 695 €	434 724 €	2 069 255 €
218300 / 281830 - MATERIEL DE BUREAU																
BS-2022-004 BS-2022-005	01/04/2022 01/04/2022	CULTESPORANG CULTESPORANG	Pack matériel (mobilier+escape Game+VR) Teaser salle realite Virtuelle	FV/SIE0622001-31/03/22 FV/SIE0622001-31/03/22	58 000 € 2 000 €	3 ans 3 ans	VNC a Reprendre VNC a Reprendre	14 566 € 502 €	43 434 € 1 498 €	19 333 € 667 €	24 100 € 831 €	19 333 € 667 €	4 767 € 164 €	4 767 € 164 €	0 € 0 €	
TOTAL 218300							60 000,00 €	60 000 €	15 068 €	44 932 €	20 000 €	24 932 €	20 000 €	4 932 €	4 932 €	0 €
218310 / 281831 - MATERIEL INFORMATIQUE																
BS-2022-006 BS-2022-007 BS-2022-008 BS-2022-009 BS-2022-010 BS-2023-001 BS-2023-002 BS-2024-003 BS-2025-003 BS-2025-004 BS-2025-005	06/05/2022 24/09/2022 30/12/2022 30/12/2022 30/12/2022 16/03/2023 30/08/2023 08/03/2024 13/02/2025 08/12/2025 08/12/2025	BECHTLE BECHTLE ED.CONCESSIONS ED.CONCESSIONS ED.CONCESSIONS ARROW ARROW BECHTLE BECHTLE BECHTLE BECHTLE	Ecran affichage dynamic Ordinateur J.PONS Ordinateur 1 Ordi+Ecran Ordinateur 6 ordi+onduleur Ordinateur 6 ordi Ordinateur 3 ordi Ordinateur 2 ordi Ordinateur ECHTLE DIRECT 2 LENOVO 5 PRO BECHTLE DIRECT 2 FIXATION IECHTLE DIRECT 2 CONVERTISSEUR	1064396380 1064418633 '022-045(BECHTLE 106438 '022-045(BECHTLE 106439 '022-045(BECHTLE 106439 311-SPH465914 311-SPH501701 1064556430 R1064636167 F1064707791 F1064708747	1 125 € 999 € 2 430 € 2 746 € 4 149 € 2 626 € 2 207 € 2 709 € 2 465 € 16 € 200 €	3 ans 3 ans 3 ans 3 ans 3 ans 3 ans 3 ans 3 ans 3 ans 3 ans 3 ans	MISE A NIVEAU IT MISE A NIVEAU IT MISE A NIVEAU IT MISE A NIVEAU IT MISE A NIVEAU IT MISE A NIVEAU IT MISE A NIVEAU IT MISE A NIVEAU IT MISE A NIVEAU IT MISE A NIVEAU IT MISE A NIVEAU IT	247 € 90 € 4 € 5 € 8 €	878 € 909 € 2 426 € 2 741 € 4 141 €	375 € 333 € 810 € 915 € 1 383 € 698 € 250 €	503 € 576 € 1 616 € 1 826 € 2 758 € 1 928 € 1 957 €	375 € 333 € 810 € 910 € 1 375 € 1 053 € 736 € 740 €	128 € 243 € 806 € 910 € 1 375 € 1 053 € 1 222 € 1 969 €	128 € 243 € 806 € 910 € 1 375 € 875 € 736 € 903 € 725 € 0 € 4 €	0 € 0 € 0 € 0 € 0 € 177 € 486 € 1 066 € 1 740 € 15 € 196 €	
TOTAL 218310							21 672,23 €	21 672 €	354 €	11 095 €	4 764 €	11 164 €	6 167 €	7 706 €	6 706 €	3 681 €
TOTAL GENERAL							3 501 818 €		32 018 €	323 831 €	197 416 €	1 151 163 €	458 682 €	1 229 332 €	642 427 €	2 171 275 €

ANNEXE 4

REGLES ET METHODES COMPTABLES

Les comptes annuels sont établis en conformité aux règles comptables définies dans le règlement ANC 2020-09 du 4 décembre 2020 modifiant le règlement ANC 2014-03.

Les conventions générales comptables ont été appliquées dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base :

- Continuité d'exploitation,
- Permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
- Indépendance des exercices,
- Régularité et sincérité
- Prudence
- Image fidèle

Et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels, actuellement en vigueur en France.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des biens inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

1. Changement de méthode comptable

Aucun changement de méthode n'est intervenu sur l'exercice.

2. Recours à des estimations comptables

La préparation des états financiers nécessite de la part de la Direction l'utilisation d'estimations et d'hypothèses jugées raisonnables, susceptibles d'avoir un impact sur l'application des méthodes comptables, sur les montants des actifs, des passifs, des produits et des charges figurant dans les états financiers ainsi que sur les informations figurant en notes annexes.

Ces estimations et hypothèses sont déterminées sur la base de la continuité de l'exploitation en fonction des informations disponibles à la date de leur établissement, de l'expérience passée et d'autres facteurs considérés comme raisonnables au vu des circonstances.

Les estimations et hypothèses retenues servent de base à l'exercice du jugement rendu nécessaire à la détermination des valeurs comptables d'actifs et de passifs qui ne peuvent être obtenues directement à partir d'autres sources. Les valeurs réelles peuvent être différentes des valeurs estimées.

A chaque clôture, ces hypothèses et estimations peuvent être révisées si les circonstances sur lesquelles elles étaient fondées ont évolué ou si de nouvelles informations sont à disposition des dirigeants

Les principaux postes des états financiers sur lesquels portent ces jugements, estimations et hypothèses sont les suivants :

- L'actualisation des managements fees de la période.
- Le montant des charges à payer et produits à recevoir.

3. Immobilisations Incorporelles Et Corporelles

Les immobilisations sont évaluées à leur coût d'acquisition (prix d'achat et frais accessoires).

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire en fonction de la durée de vie prévue. Les terrains ne sont pas amortis. Les durées d'utilité estimées sont les suivantes :

- Logiciel	linéaire 1 an
- Frais d'établissement	linéaire 1 an
- Nom de domaine	linéaire 1 an
- Agencements des constructions	linéaire 8 à 20 ans
- Matériel de transport	linéaire 5 ans
- Matériel et outillage	linéaire 5 à 10 ans
- Matériel de bureau informatique	linéaire 3 à 5 ans
- Mobilier	linéaire 5 à 10 ans
- Agencements divers	linéaire 5 à 10 ans

Les intérêts des emprunts spécifiques à l'acquisition des immobilisations ont été comptabilisés en charges.

4. Immobilisations Financières

Les immobilisations financières sont composées de dépôts de garantie qui sont évalués à leur coût d'acquisition.

5. Stocks

Des stocks ont été constatés à la clôture du 31 décembre 2022. Il s'agit des stocks de la librairie-boutique.

6. Créances Et Dettes

Les créances clients et comptes rattachés sont enregistrés à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation des créances est pratiquée lorsqu'un risque de non-recouvrement est identifié à la clôture de l'exercice.

7. Autres Créances

Les autres créances sont valorisées à leur valeur nominale.

8. Subvention d'investissement (Si Applicable)

NEANT

9. Provision Pour Risques Et Charges

Des provisions pour risques et charges sont constituées pour couvrir des risques et des charges nettement précisés quant à leur objet, que les événements survenus ou en-cours rendent probables.

Désignation de l'entreprise : **EURL ORANGE EDEIS**Adresse de l'entreprise : **Rue Madeleine Roch 84100 ORANGE**Numéro SIRET * **9 1 1 4 0 3 4 0 0 0 0 0 1 1**Néant ☐ *

					Exercice N, clos le, 31122025		N-1 31122024	
			Brut 1	Amortissements, provisions 2	Net 3	Net 4		
Capital souscrit non appelé (I)			AA					
ACTIF IMMOBILISE *	IMMOBILISATIONS INCORPORELLES	Frais d'établissement *	AB	AC				
		Frais de développement*	CX	106 150	CQ	10 958	95 192	
		Concessions, brevets et droits similaires	AF	370 000	AG	370 000		
		Fonds commercial	AH		AI			
		Autres immobilisations incorporelles ⁽¹⁾	AJ		AK			
		Immobilisations incorporelles en cours, avances et acomptes	AL		AM			
	IMMOBILISATIONS CORPORELLES	Terrains	AN		AO			
		Constructions	AP		AQ			
		Installations techniques, matériel et outillage industriels	AR	3 255	AS	108	3 147	
		Autres immobilisations corporelles	AT	3 022 413	AU	949 477	2 072 936	1 229 332
		Immobilisations corporelles en cours, avances et acomptes	AV		AW			793 392
		IMMOBILISATIONS FINANCIERES (2)	Participations	CS		CT		
	Titres immobilisés de l'activité de portefeuille		CU		CV			
	Créances rattachées à des participations		BB		BC			
	Autres titres immobilisés		BD		BE			
	Prêts		BF		BG			
		Autres immobilisations financières *	BH	2 976	BI		2 976	2 944
TOTAL (II)			BJ	3 504 794	BK	1 330 543	2 174 251	2 025 668
ACTIF CIRCULANT	STOCKS *	Matières premières, approvisionnements	BL		BM			
		En cours de production de biens	BN		BO			
		En cours de production de services	BP		BQ			
		Produits intermédiaires et finis	BR		BS			
		Marchandises	BT	85 275	BU		85 275	48 950
	CREANCES	Avances et acomptes versés sur commandes	BV	291 080	BW		291 080	49 399
		Clients et comptes rattachés (3) *	BX	173 984	BY		173 984	632 041
		Autres créances (3)	BZ	489 175	CA		489 175	803 127
		Capital souscrit et appelé, non versé	CB		CC			
	DIVERS	Valeurs mobilières de placement (dont actions propres :)	CD		CE			
Disponibilités		CF	59 339	CG		59 339	166 845	
Comptes de régularisation	Charges constatées d'avance (3) *	CH	25 650	CI		25 650	320 137	
	TOTAL (III)	CJ	1 124 503	CK		1 124 503	2 020 498	
	Frais d'émission d'emprunt (IV)	CW						
	Primes de remboursement des emprunts (V)	CM						
	Ecarts de conversion actif et différences d'évaluation * (VI)	CN						
	TOTAL GENERAL (I à VI)	CO	4 629 297	1A	1 330 543	3 298 754	4 046 166	
Renvois : (1) Dont droit au bail:			(2) Part à moins d'un an des immobilisations financières nettes :	CP		(3) Part à plus d'un an :	CR	
Clause de réserve de propriété: *	Immobilisations :		Stocks :			Créances :		

Désignation de l'entreprise		EURL ORANGE EDEIS		
		Exercice N	Exercice N-1	
CAPITAUX PROPRES	Capital social ou individuel (1) * (Dont versé : 150 000.....)	DA	150 000	150 000
	Primes d'émission, de fusion, d'apport, ...	DB		
	Ecarts de réévaluation (2) * (dont écart d'équivalence EK)	DC		
	Réserve légale (3)	DD		
	Réserves statutaires ou contractuelles	DE	283 598	
	Réserves réglementées (3)* (Dont réserve spéciale des provisions pour fluctuation des cours B1)	DF		
	Autres réserves (Dont réserve relative à l'achat d'oeuvres originales d'artistes vivants* EJ)	DG		
	Report à nouveau	DH		(1 920 660)
	RESULTAT DE L'EXERCICE (bénéfice ou perte)	DI	(1 867 612)	(1 795 742)
	Subventions d'investissement	DJ		
	Provisions réglementées *	DK		
	TOTAL (I)	DL	(1 434 015)	(3 566 402)
	Autres fonds propres	Produit des émissions de titres participatifs	DM	
Avances conditionnées		DN		
TOTAL (II)		DO		
Provisions pour risques et charges	Provisions pour risques	DP		
	Provisions pour charges	DQ		
	TOTAL (III)	DR		
DETTES (4)	Emprunts obligataires convertibles	DS		
	Autres emprunts obligataires	DT		
	Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit (5)	DU	2 046 717	2 445 001
	Emprunts et dettes financières divers (Dont emprunts participatifs EI)	DV	486 773	2 989 505
	Instruments financiers à terme	D1		
	Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	DW	(33 792)	20 113
	Dettes fournisseurs et comptes rattachés	DX	1 879 684	2 000 182
	Dettes fiscales et sociales	DY	80 717	136 926
	Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	DZ	272 670	19 716
	Autres dettes	EA		1 125
Compte régul.	Produits constatés d'avance (4)	EB		
TOTAL (IV)	EC	4 732 769	7 612 569	
Ecarts de conversion passif et différences d'évaluation* (V)	ED			
TOTAL GENERAL (I à V)	EE	3 298 754	4 046 166	
RENOIS	(1) Ecart de réévaluation incorporé au capital	1B		
	(2) Dont { Réserve spéciale de réévaluation (1959) Ecart de réévaluation libre Réserve de réévaluation (1976)	1C		
		1D		
		1E		
	(3) Dont réserve spéciale des plus-values à long terme *	EF		
	(4) Dettes et produits constatés d'avance à moins d'un an	EG	3 741 274	6 149 627
(5) Dont concours bancaires courants, et soldes créditeurs de banques et CCP	EH			

Désignation de l'entreprise : EURL ORANGE EDEIS		Exercice N		Exercice (N-1)	
		France	Exportations et livraisons intracommunautaires	Total	
PRODUITS D'EXPLOITATION	Ventes de marchandises *	FA	239 951	FB	122 507
	Production vendue $\left\{ \begin{array}{l} \text{biens}^* \\ \text{services}^* \end{array} \right.$	FD		FE	
		FG	2 082 422	FH	2 284 731
	Chiffres d'affaires nets*	FJ	2 322 374	FK	2 407 238
	Production stockée *			FM	
	Production immobilisée *			FN	
	Subventions d'exploitation			FO	
	Reprises sur amortissements et provisions *			FP	243 586
	Produits de cessions d'immobilisation incorporelles et corporelles			F1	1 679
	Autres produits (1) (11)			FQ	5 806
Total des produits d'exploitation (2) (I)			FR	2 329 859	2 651 552
CHARGES D'EXPLOITATION	Achats de marchandises (y compris droits de douane) *		FS	115 618	64 524
	Variation de stocks (marchandises) *		FT	(36 325)	6 965
	Achats de matières premières et autres approvisionnements (y compris droits de douane) *		FU	14	275
	Variation de stocks (matières premières et approvisionnements) *		FV		
	Autres achats et charges externes (3) (6 bis) *		FW	2 475 195	2 913 362
	Impôts, taxes et versements assimilés *		FX	22 150	28 068
	Salaires et traitements *		FY	618 450	596 632
	Cotisations sociales (10)		FZ	165 105	168 261
	DOTATIONS D'EXPLOITATION	Sur immobilisations $\left\{ \begin{array}{l} - \text{dotations aux amortissements}^* \text{ (14)} \\ - \text{dotations aux dépréciations} \end{array} \right.$	GA	642 427	458 682
		Sur actif circulant : dotations et dépréciations *	GB		
		Pour risques et charges : dotations aux provisions	GC		
	Valeurs comptables des immobilisations incorporelles et corporelles cédées		GD		
	Autres charges (12)		G1		
			GE	4 622	2 360
	Total des charges d'exploitation (4) (II)			GF	4 007 256
1 - RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)			GG	(1 677 397)	(1 587 577)
opérations en commun	Bénéfice attribué ou perte transférée * (III)		GH		
	Perte supportée ou bénéfice transféré * (IV)		GI		
PRODUITS FINANCIERS	Produits financiers de participations (5)		GJ		
	Produits des autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé (5)		GK		
	Autres intérêts et produits assimilés (5)		GL		
	Reprises sur dépréciations		GM		
	Différences positives de change		GN		
	Pdts nets sur cessions de valeurs mobilières de placement et d'instruments de trésorerie		GO		
	Produits des cessions d'immobilisations financières		G2		
	Total des produits financiers (V)			GP	
CHARGES FINANCIÈRES	Dotations financières aux amortissements et provisions *		GQ		
	Intérêts et charges assimilées (6)		GR	190 215	208 111
	Différences négatives de change		GS		
	Valeurs comptables des immobilisations financières cédées		G3		
	Chges nettes s/ cessions de valeurs mobilières de placement et d'instruments de trésorerie		GT		
	Total des charges financières (VI)			GU	190 215
2 - RESULTAT FINANCIER (V - VI)			GV	(190 215)	(208 111)
3 - RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS (I - II + III - IV + V - VI)			GW	(1 867 612)	(1 795 688)

4

COMPTE DE RESULTAT DE L'EXERCICE (Suite)

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

DGFIP N° 2053 2026

S2LOW

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

Désignation de l'entreprise EURL ORANGE EDEIS		Neant ☐	
		Exercice N	Exercice N-1
Produits exceptionnels (7) (VII)		HD	
Charges exceptionnelles (6 bis - 6 ter - 7) (VIII)		HH	54
4 - RESULTAT EXCEPTIONNEL (VII - VIII)		HI	(54)
Participation des salariés aux résultats de l'entreprise (IX)		HJ	
Impôts sur les bénéfices * (X)		HK	
TOTAL DES PRODUITS (I + III + V + VII)		HL	2 329 859
TOTAL DES CHARGES (II + IV + VI + VIII + IX + X)		HM	4 197 471
5 - BENEFICE OU PERTE (Total des produits - Total des charges)		HN	(1 867 612)
RENVois	(1) Dont produits nets partiels sur opérations à long terme	HO	
	(2) Dont { produits de locations immobilières produits d'exploitation afférents à des exercices antérieurs (à détailler au (8) ci-dessous)	HY	
		IG	
	(3) Dont { - Crédit-bail mobilier * - Crédit-bail immobilier	HP	525 769
		HQ	525 769
	(4) Dont charges d'exploitation afférentes à des exercices antérieurs (à détailler au (8) ci-dessous)	1H	
	(5) Dont produits concernant les entreprises liées	1J	
	(6) Dont intérêts concernant les entreprises liées	1K	82 268
	(6bis) Dont dons faits aux organismes d'intérêt général (art. 238 bis du C.G.I.)	HX	103 914
	(6ter) Dont amortissement des souscriptions dans des PME innovantes (art. 217 octies) Dont amortissement exceptionnel de 25% des constructions nouvelles (art. 39 quinquies D)	RC	
		RD	
	(10) Dont cotisations personnelles (dont montant des cotisations sociales obligatoires hors CSG/CRDS) A5	A2	
	(11) Dont redevances pour concessions de brevets, de licences (produits)	A3	
	(12) Dont redevances pour concessions de brevets, de licences (charges)	A4	2 731
(13) Dont primes et cotisations complémentaires personnelles	A8	1 000	
(14) Dont montant de l'amortissement du fonds de commerce (art. 39, 1-2°, al.3)	HS		
(7) Détail des produits et charges exceptionnels (Si le nombre de lignes est insuffisant, reproduire le cadre (7) et le joindre en annexe) :		Exercice N	
		Charges exceptionnelles	Produits exceptionnels
(8) Détail des produits et charges sur exercices antérieurs :		Exercice N	
		Charges antérieures	Produits antérieurs

* Des explications concernant cette rubrique sont données dans la notice n° 2032.

(Ne pas reporter le montant des centimes)*

Désignation de l'entreprise		EURL ORANGE EDEIS										
CADRE A		IMMOBILISATIONS		Valeur brute des immobilisations au début de l'exercice		Consecutives à une réévaluation pratiquée au cours de l'exercice ou résultant d'une mise en équivalence		Acquisitions, créations, apports et virements de poste à poste				
				1		2		3				
INCORP.	Frais d'établissement et de développement		TOTAL I		CZ		D8		D9	106 150		
	Autres postes d'immobilisations incorporelles		TOTAL II		KD	185 000	KE		KF	185 000		
CORPORELLES	Terrains				KG		KH		KI			
	Constructions	Sur sol propre	[Dont Composants	L9		KJ		KK		KL		
		Sur sol d'autrui	[Dont Composants	M1		KM		KN		KO		
		Installations générales, agencements * et aménagements des constructions		[Dont Com- posants	M2		KP		KQ		KR	
		Installations techniques, matériel et outillage industriels		[Dont Com- posants	M3		KS		KT		KU	3 255
	Autres immobilisations corporelles	Installations générales, agencements, aménagements divers *				KV	1 653 457	KW		KX	1 287 284	
		Matériel de transport *				KY		KZ		LA		
		Matériel de bureau et mobilier informatique				LB	78 991	LC		LD	2 681	
		Emballages récupérables et divers *				LE		LF		LG		
	Immobilisations corporelles en cours				LH	793 392	LI		LJ	8 050		
	Avances et acomptes				LK		LL		LM			
	TOTAL III				LN	2 525 840	LO		LP	1 301 271		
	FINANCIERES	Participations évaluées par mise en équivalence				8G		8M		8T		
Autres participations				8U		8V		8W				
Autres titres immobilisés				1P		1R		1S				
Prêts et autres immobilisations financières				1T	2 944	1U		1V	32			
TOTAL IV				LQ	2 944	LR		LS	32			
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)				ØG	2 713 784	ØH		ØJ	1 592 453			
CADRE B		IMMOBILISATIONS		Diminutions		Valeur brute des immobilisations à la fin de l'exercice		Réévaluation légale * ou évaluation par mise en équivalence				
				par virement de poste à poste		par cessions à des tiers ou mises hors service ou résultant d'une mise en équivalence		Valeur d'origine des immobilisations en fin d'exercice				
				1		2		3				
INCORP.	Frais d'établissement et de développement		TOTAL I		IN		CØ		DØ	106 150		
	Autres postes d'immobilisations incorporelles		TOTAL II		IO		LV		LW	370 000		
CORPORELLES	Terrains				IP		LX		LY			
	Constructions	Sur sol propre			IQ		MA		MB			
		Sur sol d'autrui			IR		MD		ME			
		Inst. gales, agencts et am. des constructions				IS		MG		MH		
		Installations techniques, matériel et outillage industriels				IT		MJ		MK	3 255	
	Autres immobilisations corporelles	Inst. gales, agencts, aménagements divers				IU		MM		MN	2 940 741	
		Matériel de transport				IV		MP		MQ		
		Matériel de bureau et informatique, mobilier				IW		MS		MT	81 672	
		Emballages récupérables et divers *				IX		MV		MW		
	Immobilisations corporelles en cours		801 442		MY		MZ		NA			
	Avances et acomptes				NC		ND		NE			
	TOTAL III		801 442		IY		NG		NH	3 025 668		
	FINANCIERES	Participations évaluées par mise en équivalence				IZ		ØU		M7		
Autres participations				IØ		ØX		ØY				
Autres titres immobilisés				I1		2B		2C				
Prêts et autres immobilisations financières				I2		2E		2F	2 976			
TOTAL IV				I3		NJ		NK	2 976			
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)		801 442		I4		ØK		ØL	3 504 794			

Exercice N clos le : 31 12 2025

Les entreprises ayant pratiqué la réévaluation légale de leurs immobilisations amortissables (art. 238 bis J du CGI) doivent joindre ce tableau à leur déclaration jusqu'à (et y compris) l'exercice au cours duquel la provision spéciale (col. 6) devient nulle.

Désignation de l'entreprise : EURL ORANGE EDEIS

Néant ☒ *

CADRE A	Détermination du montant des écarts (col. 1 - col. 2) (1)		Utilisation de la marge supplémentaire d'amortissement			Montant de la provision spéciale à la fin de l'exercice [(col.1 - col.2) - col.5 (5)]
	Augmentation du montant brut des immobilisations	Augmentation du montant des amortissements	Au cours de l'exercice		Montant cumulé à la fin de l'exercice (4)	
			Montant des suppléments d'amortissement (2) 3	Fraction résiduelle correspondant aux éléments cédés (3) 4		
	1	2			5	6
1 Concessions, brevets et droits similaires						
2 Fonds commercial						
3 Terrains						
4 Constructions						
5 Installations techniques mat. et out. industriels						
6 Autres immobilisations corporelles						
7 Immobilisations en cours						
8 Participations						
9 Autres titres immobilisés						
10 TOTAUX						

(1) Les augmentations du montant brut et des amortissements à inscrire respectivement aux colonnes 1 et 2 sont celles qui ont été apportées au montant des immobilisations amortissables réévaluées dans les conditions définies à l'article 238 bis J du code général des impôts et figurant à l'actif de l'entreprise au début de l'exercice. Le montant des écarts est obtenu en soustrayant des montants portés colonne 1, ceux portés colonne 2.

(2) Porter dans cette colonne le supplément de dotation de l'exercice aux comptes d'amortissement (compte de résultat) consécutif à la réévaluation.

(3) Cette colonne ne concerne que les immobilisations réévaluées cédées au cours de l'exercice. Il convient d'y reporter, l'année de la cession de l'élément, le solde non utilisé de la marge supplémentaire d'amortissement.

(4) Ce montant comprend :

a) le montant total des sommes portées aux colonnes 3 et 4;

b) le montant cumulé à la fin de l'exercice précédent, dans la mesure où ce montant correspond à des éléments figurant à l'actif de l'entreprise au début de l'exercice.

(5) Le montant total de la provision spéciale en fin d'exercice est à reporter au passif du bilan (tableau n° 2051) à la ligne "Provisions réglementées".

CADRE B

DEFICITS REPORTABLES AU 31 DECEMBRE 1976 IMPUTES SUR LA PROVISION SPECIALE AU POINT DE VUE FISCAL

1 - FRACTION INCLUSE DANS LA PROVISION SPECIALE AU DEBUT DE L'EXERCICE

2 - FRACTION RATTACHEE AU RESULTAT DE L'EXERCICE -

3 - FRACTION INCLUSE DANS LA PROVISION SPECIALE EN FIN D'EXERCICE =

Le cadre B est servi par les seules entreprises qui ont imputé leurs déficits fiscalement reportables au 31 décembre sur la provision spéciale.

Il est rappelé que cette imputation est purement fiscale et ne modifie pas les montants de la provision spéciale figurant au bilan: de même, les entreprises en cause continuent à réintégrer chaque année dans leur résultat comptable le supplément d'amortissement consécutif à la réévaluation.

Ligne 2, inscrire la partie de ce déficit incluse chaque année dans les montants portés aux colonnes 3 et 4 du cadre A. Cette partie est obtenue en multipliant les montants portés aux colonnes 3 et 4 par une fraction dont les éléments sont fixés au moment de l'imputation, le numérateur étant le montant du déficit imputé et le dénominateur celui de la provision.

Désignation de l'entreprise : **EURL ORANGE EDEIS**

CADRE A		SITUATIONS ET MOUVEMENTS DE L'EXERCICE DES AMORTISSEMENTS TECHNIQUES (OU VENANT EN DIMINUTION DE L'ACTIF) *									
IMMOBILISATIONS AMORTISSABLES		Montant des amortissements au début de l'exercice		Augmentations : dotations de l'exercice		Diminutions : amortissements afférents aux éléments sortis de l'actif reprises		Montant des amortissements à la fin de l'exercice			
Frais établissement et développement		CY		EL	10 958	EM		EN	10 958		
Fonds commercial		RE		RF		RI		RJ			
Autres immobilisations incorporelles		PE	185 000	PF	185 000	PG		PH	370 000		
TOTAL I		RK	185 000	RM	195 958	RN		RO	380 958		
Terrains		PI		PJ		PK		PL			
Constructions	Sur sol propre	PM		PN		PO		PQ			
	Sur sol d'autrui	PR		PS		PT		PU			
	Inst. générales, agencements et aménagement des constructions	PV		PW		PX		PY			
Installations techniques, matériel et outillage industriels		PZ		QA	108	QB		QC	108		
Autres immobilisations corporelles	Inst. générales, agencements, aménagement divers	QD	436 762	QE	434 724	QF		QG	871 486		
	Matériel de transport	QH		QI		QJ		QK			
	Matériel de bureau et informatique, mobilier	QL	66 354	QM	11 637	QN		QO	77 991		
	Emballages récupérables et divers	QP		QR		QS		QT			
TOTAL II		QU	503 116	QV	446 469	QW		QX	949 585		
TOTAL GENERAL (I + II)		ØN	688 116	ØP	642 427	ØQ		ØR	1 330 543		

CADRE B		VENTILATION DES MOUVEMENTS AFFECTANT LA PROVISION POUR AMORTISSEMENTS DEROGATOIRES														
Immobilisations amortissables		DOTATIONS						REPRISES						Mouvement net des amortissements à la fin de l'exercice		
		Colonne 1 Différentiel de durée et autres		Colonne 2 Mode dégressif		Colonne 3 Amortissement fiscal exceptionnel		Colonne 4 Différentiel de durée et autres		Colonne 5 Mode dégressif		Colonne 6 Amortissement fiscal exceptionnel				
Frais établissements		M9		N1		N2		N3		N4		N5		N6		
Fonds commercial		RP		RQ		RR		RS		RT		RU		RV		
Autres immob. incorporelles		N7		N8		P6		P7		P8		P9		Q1		
TOTAL I		RW		RX		RY		RZ		SB		SC		SD		
Terrains		Q2		Q3		Q4		Q5		Q6		Q7		Q8		
Constructions	Sur sol propre	Q9		R1		R2		R3		R4		R5		R6		
	Sur sol d'autrui	R7		R8		R9		S1		S2		S3		S4		
	Inst. gales, agenc et am. des const.	S5		S6		S7		S8		S9		T1		T2		
Inst. techniques mat. et outillage		T3		T4		T5		T6		T7		T8		T9		
Autres immob. corporelles	Inst. gales, agenc am. divers	U1		U2		U3		U4		U5		U6		U7		
	Matériel de transport	U8		U9		V1		V2		V3		V4		V5		
	Mat. bureau et inform. mobilier	V6		V7		V8		V9		W1		W2		W3		
	Emballages récup. et divers	W4		W5		W6		W7		W8		W9		X1		
TOTAL II		X2		X3		X4		X5		X6		X7		X8		
Frais d'acquisition de titres de participations TOTAL III		NL						NM						NO		
Total général (I + II + III)		NP		NQ		NR		NS		NT		NU		NV		
Total général non ventilé (NP + NQ + NR)		NW				Total général non ventilé (NS + NT + NU)		NY				Total général non ventilé (NW - NY)		NZ		

CADRE C		MOUVEMENTS DE L'EXERCICE AFFECTANT LES CHARGES REPARTIES SUR PLUSIEURS EXERCICES *				
		Montant net au début de l'exercice		Augmentations		Montant net à la fin de l'exercice
Frais d'émission d'emprunt à étaler						Z8
Primes de remboursement des obligations						SR

* Des explications concernant cette rubrique sont données dans la notice n° 2032.

Désignation de l'entreprise : **EURL ORANGE EDEIS**

Néant ☒ *

Nature des provisions		Montant au début de l'exercice 1	AUGMENTATIONS: Dotations de l'exercice 2	DIMINUTIONS: Reprises de l'exercice 3	Montant à la fin de l'exercice 4
Provisions réglementées	Provisions pour reconstitution des gisements miniers et pétroliers *	3T	TA	TB	TC
	Provisions pour investissement (art. 237 bis A-II) *	3U	TD	TE	TF
	Provisions pour hausse des prix (1) *	3V	TG	TH	TI
	Amortissements dérogatoires	3X	TM	TN	TO
	Dont majorations exceptionnelles de 30%	D3	D4	D5	D6
	Provisions pour prêts d'installation (art. 39 quinquiés H du CGI)	IJ	IK	IL	IM
	Autres provisions réglementées (1)	3Y	TP	TQ	TR
	TOTAL I	3Z	TS	TT	TU
Provisions pour risques et charges	Provisions pour litiges	4A	4B	4C	4D
	Provisions pour garanties données aux clients	4E	4F	4G	4H
	Provisions pour amendes et pénalités	4N	4P	4R	4S
	Provisions pour pertes de change	4T	4U	4V	4W
	Provisions pour pensions et obligations similaires	4X	4Y	4Z	5A
	Provisions pour impôts (1)	5B	5C	5D	5E
	Provisions pour renouvellement des immobilisations *	5F	5H	5J	5K
	Provisions pour gros entretien et grandes révisions	EO	EP	EQ	ER
	Provisions pour charges sociales et fiscales sur congés à payer *	5R	5S	5T	5U
	Autres provisions pour risques et charges (1)	5V	5W	5X	5Y
	TOTAL II	5Z	TV	TW	TX
Provisions pour dépréciation	sur immobilisations	- incorporelles	6A	6B	6C
		- corporelles	6E	6F	6G
		- titres mis en équivalence	Ø2	Ø3	Ø4
		- titres de participation	9U	9V	9W
		- autres immobilisations financières (1) *	Ø6	Ø7	Ø8
				Ø8	Ø9
	Sur stocks et en cours	6N	6P	6R	6S
	Sur comptes clients	6T	6U	6V	6W
	Autres provisions pour dépréciation (1) *	6X	6Y	6Z	7A
	TOTAL III	7B	TY	TZ	UA
TOTAL GENERAL (I + II + III)		7C	UB	UC	UD
Dont dotations et reprises		- d'exploitation	UE	UF	
		- financières	UG	UH	
		- exceptionnelles	UJ	UK	

Titres mis en équivalence : montant de la dépréciation à la clôture de l'exercice calculé selon les règles prévues à l'article 39-1-5e du C.G.I.

10

(1) à détailler sur feuillet séparé selon l'année de constitution de la provision ou selon l'objet de la provision.

NOTA : Les charges à payer ne doivent pas être mentionnées sur ce tableau mais être ventilées sur l'état détaillé des charges à payer dont la production est prévue par l'article 38 II de l'annexe III au CGI.

Désignation de l'entreprise : EURL ORANGE EDEIS

CADRE A		ETAT DES CREANCES		Montant brut 1		A 1 an au plus 2		A plus d'un an 3	
DE L'ACTIF IMMOBILISE		Créances rattachées à des participations	UL		UM		UN		
		Prêts (1) (2)	UP		UR		US		
		Autres immobilisations financières	UT	2 976	UV		UW	2 976	
DE L'ACTIF CIRCULANT		Clients douteux ou litigieux	VA						
		Autres créances clients	UX	173 984		173 984			
		Créance représentative de titres prêtés ou remis en garantie * (Provision pour dé- préciation antérieure- ment constituée * UO)	Z1						
		Personnel et comptes rattachés	UY						
		Sécurité sociale et autres organismes sociaux	UZ	14 760		14 760			
	Etat et autres collectivités publiques	Impôts sur les bénéfices	VM						
		Taxe sur la valeur ajoutée	VB	474 414		474 414			
		Autres impôts, taxes et versements assimilés	VN						
		Divers	VP						
		Groupe et associés (2)	VC						
		Débiteurs divers (dont créances relatives à des opérations de pension de titres)	VR						
		Charges constatées d'avance	VS	25 650		25 650			
	TOTAUX			VT	691 785	VU	688 809	VV	2 976
RENOIS	(1)	Montant - Prêts accordés en cours d'exercice des - Remboursements obtenus en cours d'exercice	VD						
	(2)	Prêts et avances consentis aux associés (personnes physiques)	VE						
			VF						

CADRE B		ETAT DES DETTES		Montant brut 1		A 1 an au plus 2		A plus d'1 an et 5 ans au plus 3		A plus de 5 ans 4	
		Emprunts obligataires convertibles (1)	7Y								
		Autres emprunts obligataires (1)	7Z								
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit (1)		à 1 an maximum à l'origine	VG								
		à plus d' 1 an à l'origine	VH	2 046 717		1 021 430		1 025 287			
		Emprunts et dettes financières divers (1) (2)	8A								
		Fournisseurs et comptes rattachés	8B	1 879 684		1 879 684					
		Personnel et comptes rattachés	8C	38 825		38 825					
		Sécurité sociale et autres organismes sociaux	8D	38 492		38 492					
Etat et autres collectivités publiques		Impôts sur les bénéfices	8E								
		Taxe sur la valeur ajoutée	VW	1 212		1 212					
		Obligations cautionnées	VX								
		Autres impôts, taxes et assimilés	VQ	2 188		2 188					
		Dettes sur immobilisations et comptes rattachés	8J	272 670		272 670					
		Groupe et associés (2)	VI	486 773		486 773					
		Autres dettes (dont dettes relatives à des opérations de pension de titres)	8K								
		Dette représentative de titres empruntés ou remis en garantie *	Z2								
		Produits constatés d'avance	8L								
TOTAUX			VY	4 766 561	VZ	3 741 274		1 025 287			
RENOIS	(1)	Emprunts souscrits en cours d'exercice	VJ	623 145	(2)	Montant des divers emprunts et dettes contrac- tés auprès des associés personnes physiques	VL				
		Emprunts remboursés en cours d'exercice	VK	1 021 430	* Des explications concernant cette rubrique sont données dans la notice n°2032.						

Désignation de l'entreprise : EURL ORANGE EDEIS

I. RÉINTEGRATIONS

BÉNÉFICE COMPTABLE DE L'EXERCICE

Charges non admises en déduction du résultat fiscal	Rémunération du travail de l'exploitant ou des associés (entreprises à l'IR)										WA		
	Avantages personnels non déductibles* (sauf amortissements à porter ligne ci-dessous)		WD		Amortissements excédentaires (art. 39-4 du C.G.I.) et autres amortissements non déductibles		WE		WB				
	Autres charges et dépenses somptuaires (art. 39-4 du C.G.I.)		WF	1 801	Taxe sur les véhicules des sociétés (entreprises à l'IS)		WG	821	XE	2 622			
	Fraction des loyers à réintégrer dans le cadre d'un crédit bail immobilier et de levée d'option		RA		Part des loyers dispensée de réintégration (art. 239 sexies D)		RB						
	Provisions et charges à payer non déductibles (cf. tableau 2058-B, cadre III)		WI		Charges à payer liées à des états et territoires non coopératifs non déductibles (cf. 2067-BIS)		XX		XW				
	Amendes et pénalités		WJ		Charges financières (art. 39-1-3° et 212 bis) *		XZ						
	Réintégrations prévues à l'article 155 du CGI*										XY		
	Impôt sur les sociétés (cf. page 9 de la notice 2032)										I7		
	Quote-part Bénéfices réalisés par une société de personnes ou un GIE		WL		Résultats bénéficiaires visés à l'article 209 B du CGI		L7		K7				
	Régime d'imposition particuliers et impositions différées	Moins-values nettes à long terme { - imposées au taux de 15 % ou de 19 % (12,8 % pour les entreprises à l'impôt sur le revenu) - imposées au taux de 0 %										I8	
Fraction imposable des plus-values réalisées au cours d'exercices antérieurs *										WN			
{ - Plus-values nettes à court terme - Plus-values soumises au régime des fusions										WO			
Écarts de valeurs liquidatives sur OPC * (entreprises à l'IS)											XR		
Réintégrations diverses à détailler sur feuillet séparé DONT*		Intérêts excédentaires (art. 39-1-3e et 212 du C.G.I.)		SU		Zones d'entreprises * (activité exonérée)		SW		WQ			
						Quote-part de 12 % des plus-values à taux zéro		M8					
Réintégration des charges affectées aux activités éligibles au régime de taxation au tonnage											Y1		
Résultat fiscal afférent à l'activité relevant du régime optionnel de taxation au tonnage											Y3		
TOTAL I										WR	2 622		
II. DÉDUCTIONS PERTE COMPTABLE DE L'EXERCICE											WS	1 867 612	
Quote-part dans les pertes subies par une société de personnes ou un G.I.E. *											WT		
Provisions et charges à payer non déductibles, antérieurement taxées, et réintégrées dans les résultats comptables de l'exercice (cf. tableau 2058-B, cadre III)											WU		
Régimes d'imposition particuliers et impositions différées	Plus-values nettes à long terme { - imposées au taux de 15 % (12,8 % pour les entreprises soumises à l'impôt sur le revenu) - imposées au taux de 0 % - imposées au taux de 19 % - imputées sur les moins-values nettes à long terme antérieures - imputées sur les déficits antérieurs										WV		
	Autres plus-values imposées au taux de 19 %										WH		
	Fraction des plus values nettes à court terme de l'exercice dont l'imposition est différée *										WP		
	Régime des sociétés mères et des filiales * (Quote-part de frais et charges restant imposable à déduire des produits nets de participation 2A)										WW		
	Produit net des actions et parts d'intérêts : déduire des produits nets de participation										XB		
	Produits de participations inéligibles au régime des sociétés mères déductibles à hauteur de 99 % (art. 223 B du CGI)										I6		
	Deduction autorisée au titre des investissements réalisés dans les collectivités d'Outre-mer * .										WZ		
Mesures d'incitation	Majoration d'amortissement *										XA		
	Abattement sur le bénéfice et exonérations *	France Ruralités Revitalisation (FRR) (art. 44 quindecies A)	HT		Société investissement immobilier cotées (art. 208C)	K3		Zone de restructuration de la défense (44 terdecies)	PA		XF		
		Zone franche urbaine-TF (art. 44 octies)	OV		Bassin d'emploi à redynamiser (art. 44 duodecies)	1F		Zone franche d'activité NG (art. 44 quaterdecies)	XC				
		Bassin urbain à dynamiser (art. 44 sexdecies)	PP		Zone de revitalisation rurale (art. 44 quindecies)	PC		Zone de développement prioritaire (art. 44 septdecies)	PB				
		Entreprises nouvelles 44 sexies	L2		Jeunes entreprises innovantes (art. 44 sexies A)	L5							
Ecart de valeurs liquidatives sur OPC * (entreprises à l'IS)											XS		
Déductions diverses à détailler sur feuillet séparé	Dont déduction exceptionnelle (art. 39 decies)		X9		Dont déduction exceptionnelle simulateur de conduite		YH		Créance dégagee par le report en arrière de déficit		ZI		
	Dt déd. exc (art 39 decies A)	YA		Dt déd. exc (art 39 decies B)	YB		Dt déd. exc (art 39 decies C)	YC		Dt déd. exc. (art 39 decies D)	YD		
	Dont déductions exceptionnelles (art. 39 decies F)		YI		Dont déduction exceptionnelle (art. 39 decies G)		YL						
Déductions des produits affectés aux activités éligibles au régime de taxation au tonnage											Y2		
III. RÉSULTAT FISCAL										TOTAL II		XH	1 867 612
Résultat fiscal avant imputation des déficits reportables : { bénéfice (I moins II)							XI		XJ	1 864 990			
{ déficit (II moins I)													
Déficit de l'exercice reporté en arrière (entreprises à l'IS)*							ZL		XL				
Déficits antérieurs imputés sur les résultats de l'exercice (entreprises à l'IS)*													
RÉSULTAT FISCAL BÉNÉFICE (ligne XN) ou DÉFICIT reportable en avant (ligne XO)							XN	0	XO	1 864 990			

Désignation de l'entreprise EURL ORANGE EDEIS		Néant ☐ *	
I. SUIVI DES DÉFICITS			
Déficits restant à reporter au titre de l'exercice précédent (1)	K4	223 923	
Déficits transférés de plein droit (art. 209-II-2 du CGI)	K4 bis		
Nombre d'opérations sur l'exercice	K4 ter		
Déficits imputés (total lignes XB et XL du tableau 2058A)	K5		
Déficits reportables (différence K4 + K4bis - K5)	K6	223 923	
Déficit de l'exercice (tableau 2058-A, ligne XO)	YJ		
Total des déficits restant à reporter (somme K6 + YJ)	YK	223 923	
II. INDEMNITÉS POUR CONGÉS À PAYER, CHARGES SOCIALES ET FISCALES CORRESPONDANTES			
Montant déductible correspondant aux droits acquis par les salariés pour les entreprises placées sous le régime de l'article 39-1. 1e bis A1. 1er du CGI, dotations de l'exercice	ZT	55 679	
III. PROVISIONS ET CHARGES À PAYER, NON DÉDUCTIBLES POUR L'ASSIETTE DE L'IMPÔT			
(à détailler sur feuillet séparé)	Dotations de l'exercice		Reprises sur l'exercice
Indemnités pour congés à payer, charges sociales et fiscales correspondantes non déductibles pour les entreprises placées sous le régime de l'article 39-1. 1e bis A1. 2 du CGI *	ZV	ZW	
Provisions pour risques et charges *			
	8X	8Y	
	8Z	9A	
	9B	9C	
Provisions pour dépréciation *			
	9D	9E	
	9F	9G	
	9H	9J	
Charges à payer			
	9K	9L	
	9M	9N	
	9P	9R	
	9S	9T	
TOTAUX (YN = ZV à 9S) et (YO = ZW à 9T) à reporter au tableau 2058-A :	YN	YO	
	ligne WI		ligne WU

CONSÉQUENCE DE LA MÉTHODE PAR COMPOSANTS (art.237 septies du CGI)

Montant de la réintégration ou de la déduction	Montant au début de l'exercice	Imputations	Montant net à la fin de l'exercice
	L1		

* Des explications concernant cette rubrique sont données dans la notice n°2032.

(1) Cette case correspond au montant porté sur la ligne YK du tableau 2058 B déposé au titre de l'exercice précédent.

Désignation de l'entreprise : **EURL ORANGE EDEIS**Néant ☐ *

ORIGINES (I)	Report à nouveau figurant au bilan de l'exercice antérieur à celui pour lequel la déclaration est établie	ØC	(1 920 660)	AFFECTATIONS (I)	Affectations aux réserves	- Réserve légale	ZB	
						- Autres réserves	ZD	283 598
	Résultat de l'exercice précédant celui pour lequel la déclaration est établie	ØD	(1 795 742)		Dividendes		ZE	
							ZF	(3 716 402)
	Prélèvements sur les réserves	ØE	283 598		Autres répartitions		ZG	
	TOTAL I	ØF	(3 432 804)		Report à nouveau (NB : le total I doit nécessairement être égal au total II)		ZH	(3 432 804)

RENSEIGNEMENTS DIVERS

ENGAGEMENTS		- Engagements de crédit-bail mobilier (précisez le prix de revient des biens pris en crédit-bail)			J7	2 652 844)		YQ	1 182 981			1 708 751											
		- Engagements de crédit-bail immobilier						YR															
		- Effets portés à l'escompte et non échus						YS															
								YT	130 317			84 377											
DETAILS DES POSTES	AUTRES ACHATS ET CHARGES EXTERNES	- Locations, charges locatives (dont montant des loyers des biens pris en location pour une durée > 6 mois) et de copropriété			J8	617 521)		XQ	623 178			633 552											
		- Personnel extérieur à l'entreprise						YU	546			7 324											
		- Rémunérations d'intermédiaires et honoraires (hors rétrocessions)						SS	95 713			498 204											
		- Rétrocessions d'honoraires, commissions et courtages						YV															
		- Autres comptes (dont cotisations versées aux organisations syndicales et professionnelles)			ES			ST	1 625 441			1 689 904											
		Total du poste correspondant à la ligne FW du tableau n° 2052						ZJ	2 475 195			2 913 362											
								YW	2 791			4 313											
	IMPOTS ET TAXES	- Taxe professionnelle *, CFE, CVAE						9Z	19 359			23 755											
		- Autres impôts, taxes et versements assimilés (dont taxe intérieure de consommation sur les produits énergétiques)			ZS			YX	22 150			28 068											
		Total du compte correspondant à la ligne FX du tableau n° 2052						YY	254 265			238 229											
T.V.A.	- Montant de la T.V.A. collectée						YZ	433 842			495 575												
	- Montant de la T.V.A. déductible comptabilisée au cours de l'exercice au titre des biens et services ne constituant pas des immobilisations																						
DIVERS	- Montant brut des salaires (cf. dernière déclaration annuelle souscrite au titre des salaires de 2025) *						ØB	569 795															
	- Montant de la plus value constatée en franchise d'impôt lors de la première option pour le régime simplifié d'imposition *						ØS																
	- Taux d'intérêt le plus élevé servi aux associés à raison des sommes mises à la disposition de la société *						ZK	3,64 %			4,88 %												
	- Filiales et participations (Liste au 2059-G prévu par art.38 II de l'ann.III au CGI) - Si oui, indiquer 1, sinon 0						ZR	0															
	- Aides perçues ayant donné droit à la réduction d'impôt prévue au 4 de l'article 238 bis du CGI pour l'entreprise donatrice						RG																
	- Montant de l'investissement reçu qui a donné lieu à amortissement exceptionnel chez l'entreprise investisseur dans le cadre de l'article 217 octies du CGI						RH																
REGIME DE GROUPE *	Société : résultat comme si elle n'avait jamais été membre du groupe.		JA	(1 864 976)		Plus-values à 15%	JK			Plus-values à 0%	JL												
					Plus-values à 19%	JM			Imputations	JC													
	Groupe : résultat d'ensemble.		JD			Plus-values à 15%	JN			Plus-values à 0%	JO												
					Plus-values à 19%	JP			Imputations	JF													
	Si vous relevez du régime de groupe : indiquer 1 si société mère, 2 si société filiale				JH	2	N° SIRET de la société mère du groupe			JJ	8	2	4	5	4	5	2	8	9	0	0	0	2
TRAVAILLEURS INDEPENDANTS	Sommes à réintégrer pour la détermination du revenu brut social																		JQ				
	Sommes à déduire pour la détermination du revenu brut social																		JR				
	Revenu brut social (si le montant est négatif)								JS														
	Revenu brut social (si le montant est positif)											JT											

(1) Entreprises soumises à l'impôt sur les sociétés.

Ce cadre est destiné à faire apparaître l'origine et le montant des sommes distribuées ou mises en réserve au cours de l'exercice dont les résultats font l'objet de la déclaration.

Il ne concerne donc pas, en principe, les résultats de cet exercice mais ceux des exercices antérieurs, qu'ils aient ou non déjà fait l'objet d'une précédente affectation.

* Des explications concernant cette rubrique sont données dans la notice n° 2032 (et dans la notice n° 2058-NOT pour le régime de groupe).

Désignation de l'entreprise : EURL ORANGE EDEIS

A - DETERMINATION DE LA VALEUR RESIDUELLE

Nature et date d'acquisition des éléments cédés *		Valeur d'origine *	Valeur nette réévaluée *	Amortissements pratiqués en franchise d'impôt	Autres amortissements *	Valeur résiduelle
①		②	③	④	⑤	⑥
I - Immobilisations *	1	MATERIEL INFO				
	2					
	3					
	4					
	5					
	6					
	7					
	8					
	9					
	10					
	11					
	12					

B - PLUS-VALUES, MOINS-VALUES

Qualification fiscale des plus et moins-values réalisées *

Prix de vente		Montant global de la plus-value ou de la moins-value	Court terme	Long terme			Plus-value taxable à 19% (1)
⑦		⑧	⑨	⑩			⑪
				19%	15% ou 12,80%	0%	
I - Immobilisations *	1	1 679	1 679				
	2						
	3						
	4						
	5						
	6						
	7						
	8						
	9						
	10						
	11						
	12						

II - Autres éléments	13	Fraction résiduelle de la provision spéciale de réévaluation afférente aux éléments cédés	+				
	14	Amortissements irrégulièrement différés se rapportant aux éléments cédés	+				
	15	Amortissements afférents aux éléments cédés mais exclus des charges déductibles par une disposition légale	+				
	16	Amortissements non pratiqués en comptabilité et correspondant à la déduction fiscale pour investissement, définie par les lois de 1966, 1968 et 1975, effectivement utilisée	+				
	17	Provisions pour dépréciation des titres relevant du régime des plus ou moins-values à long terme devenues sans objet au cours de l'exercice					
	18	Dotations de l'exercice aux comptes de provisions pour dépréciation des titres relevant du régime des plus ou moins-values à long terme					
	19	Divers (détail à donner sur une note annexe)*					
CADRE A : plus ou moins value nette à court terme (total algébrique des lignes 1 à 20 de la colonne (9))			1 679				
CADRE B : plus ou moins value nette à long terme (total algébrique des lignes 1 à 20 de la colonne (10))			(A)	{ B }			
CADRE C : autres plus-values taxables à 19% (11)				(Ventilation par taux)			
							(C)

* Des explications concernant cette rubrique sont données dans la notice n° 2032
(1) Ces plus-values sont imposables au taux de 19% en application des articles 238 bis JA, 208 C et 210 E du CGI.

ID : 084-218400877-20260907-DI_588 | 2026-DE

Désignation de l'entreprise : **EURL ORANGE EDEIS**

A ELEMENTS ASSUJETTIS AU REGIME FISCAL DES PLUS-VALUES A COURT TERME

(à l'exclusion des plus-values de fusion dont l'imposition est prise en charge par les sociétés absorbantes) (cf. cadre B)

Origine		Montant net des plus-values réalisées *	Montant antérieurement réintégré	Montant compris dans le résultat de l'exercice	Montant restant à réintégrer
Plus-values réalisées au cours de l'exercice	Imposition répartie				
	sur 3 ans (entreprises à l'IR)				
	sur 10 ans				
	sur une durée différente (art. 39 quaterdecies 1 ter et 1 quater CGI)				
	TOTAL 1				
Plus-values réalisées au cours des exercices antérieurs	Imposition répartie	Montant net des plus-values réalisées à l'origine	Montant antérieurement réintégré	Montant rapporté au résultat de l'exercice	Montant restant à réintégrer
	sur 3 ans au titre de	N - 1			
		N - 2			
	Sur 10 ans ou sur une durée différente (art. 39 quaterdecies 1ter et 1 quater du CGI) (à préciser) au titre de :	N - 1			
		N - 2			
		N - 3			
		N - 4			
		N - 5			
		N - 6			
		N - 7			
		N - 8			
		N - 9			
	TOTAL 2				

B PLUS-VALUES REINTEGREES DANS LES RESULTATS DES SOCIETES BENEFICIAIRES DES APPORTS

Cette rubrique ne comprend pas les plus-values afférentes aux biens non amortissables ou taxées lors des opérations de fusion ou d'apport.

☐ Plus-values de fusion, d'apport partiel ou de scission
(personnes morales soumises à l'impôt sur les sociétés seulement)

Plus-values d'apport à une société d'une activité professionnelle exercée à titre individuel (toutes sociétés)

Origine des plus-values et date des fusions ou des apports	Montant net des plus-values réalisées à l'origine	Montant antérieurement réintégré	Montant rapporté au résultat de l'exercice	Montant restant à réintégrer
TOTAL				

* Des explications concernant cette rubrique sont données dans la notice n° 2032

Désignation de l'entreprise : **EURL ORANGE EDEIS**Néant ☒ *

❶ Entreprises soumises à l'impôt sur les sociétés.

❷ Entreprises soumises à l'impôt sur le revenu.

Rappel de la plus ou moins-value de l'exercice relevant du taux de 15 % ❶ ou 12,80 % ❷ .

Gains nets retirés de la cession de titre de sociétés à prépondérance immobilières non cotées
exclus du régime du long terme (art.219 I a sexies-0 bis du CGI) ❶ *.Gains nets retirés de la cession de certains titres dont le prix de revient est supérieur à 22,8 M€
(art. 219 I a sexies-0 du CGI) ❶ *.

I - SUIVI DES MOINS-VALUES DES ENTREPRISES SOUMISES A L'IMPOT SUR LE REVENU

Origine ❶	Moins-values à 12,80 % ❷	Imputations sur les plus-values à long terme de l'exercice imposables à 12,80 % ❸	Solde des moins-values à 12,80 % ❹
Moins-values nettes N			
N - 1			
N - 2			
Moins-values nettes à N - 3 long terme			
subies au N - 4			
cours des N - 5			
dix exercices N - 6			
antérieurs N - 7			
(montants N - 8			
restant à N - 9			
déduire à la N - 10			
clôture du			
dernier			
exercice)			

II - SUIVI DES MOINS-VALUES A LONG TERME DES ENTREPRISES SOUMISES A L'IMPOT SUR LES SOCIETES *

Origine ❶	Moins-values		Imputations sur les plus-values à long terme	Imputations sur le résultat de l'exercice ❸	Solde des moins-values à reporter col.❹ = ❷ + ❸ - ❹ - ❺
	A 19 %, ou à 15 % ❷	A 19 % ou 15 % imputables sur le résultat de l'exercice ❸	A 15 % ou à 19 % ❹		
Moins-values nettes N					
N - 1					
N - 2					
Moins-values nettes à long terme N - 3					
subies au N - 4					
cours des N - 5					
dix exercices N - 6					
antérieurs N - 7					
(montants N - 8					
restant à N - 9					
déduire à la N - 10					
clôture du					
dernier					
exercice)					

* Des explications concernant cette rubrique sont données dans la notice n° 2032

15

**RESERVE SPECIALE DES PLUS-VALUES A LONG TERME
RESERVE SPECIALE DES PROVISIONS POUR FLUCTUATION DES COURS**

(personnes morales soumises à l'impôt sur les sociétés seulement)*

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LO

DGFR N° 2052-D-2026

Désignation de l'entreprise : EURL ORANGE EDEIS					Néant ☒ *	
I SITUATION DU COMPTE AFFECTE A L'ENREGISTREMENT DE LA RESERVE SPECIALE POUR L'EXERCICE N						
		Sous-comptes de la réserve spéciale des plus-values à long terme				
		taxées à 10 %	taxées à 15 %	taxées à 18 %	taxées à 19 %	taxées à 25 %
Montant de la réserve spéciale à la clôture de l'exercice précédent (N-1)	1					
Réserves figurant au bilan des sociétés absorbées au cours de l'exercice	2					
TOTAL (ligne 1 et 2)	3					
Prélèvements opérés {	4					
	5					
TOTAL (ligne 4 et 5)	6					
Montant de la réserve spéciale à la clôture de l'exercice (ligne 3 - ligne 6)	7					
II RESERVE SPECIALE DES PROVISIONS POUR FLUCTUATION DES COURS* (5°, 6°, 7° alinéas de l'art. 39.1-5° du CGI)						
montant de la réserve à l'ouverture de l'exercice ①	réserve figurant au bilan des sociétés absorbées au cours de l'année ②	montants prélevés sur la réserve		montant de la réserve à la clôture de l'exercice ⑤		
		donnant lieu à complément d'impôt ③	ne donnant pas lieu à complément d'impôt ④			

* Des explications concernant cette rubrique sont données dans la notice n° 2032.

**DETERMINATION DES EFFECTIFS
ET DE LA VALEUR AJOUTEE**

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

DGEFP N° 2059-E 2026
S²LO

Désignation de l'entreprise : EURL ORANGE EDEIS		Néant ☐ *	
Exercice ouvert le : 01012025		et clos le : 31122025	
		Durée en nombre de mois 12	
DECLARATION DES EFFECTIFS			
Effectifs moyens du personnel	YP	26	
dont apprentis	YF		
dont handicapés	YG		
Effectifs affectés à l'activité artisanale	RL		
I - Chiffre d'affaire de référence CVAE			
Ventes de produits fabriqués, prestations de services et marchandises	OA	2 322 374	
Redevances pour concessions, brevets, licences et assimilés	OK		
Plus-values de cession d'éléments d'immobilisations corporelles et incorporelles, si rattachées à une activité normale et courante	OL	1 679	
TOTAL 1	OX	2 324 053	
II - Autres produits à retenir pour le calcul de la valeur ajoutée			
Autres produits de gestion courante (hors quote-parts de résultat sur opérations faites en commun) y compris les plus-values de cession d'immobilisations corporelles ou incorporelles non rattachées à une activité normale et courante	OH	7 485	
Production immobilisée à hauteur des seules charges déductibles ayant concouru à sa formation	OE		
Subventions d'exploitation reçues et certains abandons de créances à caractère commercial	OF		
Variation positive des stocks	OD	36 325	
Rentrées sur créances amorties lorsqu'elles se rapportent au résultat d'exploitation	XT		
TOTAL 2	OM	43 810	
III - Charges à retenir pour le calcul de la valeur ajoutée			
Achats	ON	210 276	
Variation négative des stocks	OQ		
Services extérieurs, à l'exception des loyers et redevances	OR	1 232 323	
Loyers et redevances, à l'exception de ceux afférents à des immobilisations corporelles mises à disposition dans le cadre d'une convention de location-gérance ou de crédit-bail ou encore d'une convention de location de plus de 6 mois	OS	4 654	
Taxes déductibles de la valeur ajoutée	OZ		
Autres charges de gestion courante (hors quote-parts de résultat sur opérations faites en commun)	OW	4 222	
Charges déductibles de la valeur ajoutée afférente à la production immobilisée déclarée	OU		
Fraction déductible de la valeur ajoutée des dotations aux amortissements afférentes à des immobilisations corporelles mises à disposition dans le cadre d'une convention de location-gérance ou de crédit-bail ou encore d'une convention de location de plus de 6 mois	O9		
Moins-values de cession d'éléments d'immobilisations corporelles et incorporelles rattachées ou non à une activité normale et courante	OY		
TOTAL 3	OJ	1 451 476	
IV - Valeur ajoutée produite			
Calcul de la Valeur Ajoutée	TOTAL 1 + TOTAL 2 - TOTAL 3	OG	916 387
V - Cotisation sur la Valeur ajoutée des Entreprises			
Valeur ajoutée assujettie à la CVAE (reporter sur les 1330-CVAE pour les multi-établissements et sur les 1329-AC et 1329-DEF. Si la VA calculée est négative, il convient de reporter un montant égal à 0 au cadre C des formulaires n° 1329-AC et 1329-DEF)	SA	916 387	
Cadre réservé au mono établissement au sens de la CVAE			
Les entreprises effectuant uniquement des opérations à caractères agricoles n'entrant pas dans le champ de la CVAE ne doivent pas compléter ce cadre. Si vous êtes assujettis à la CVAE et êtes un monoétablissement au sens de la CVAE, compléter le cadre ci-dessous et la donnée de la ligne SA (ci-dessus), vous serez alors dispensé du dépôt de la déclaration n° 1330 CVAE.			
MONO ETABLISSEMENT au sens de la CVAE	EV	X	
Chiffre d'affaires de référence CVAE	GX	2 324 053	
Effectifs au sens de la CVAE	EY	12	
Chiffre d'affaires du groupe économique (art. 223 A du CGI)	HX	166 572 882	
Période de référence	GY	01/01/2025	GZ 31/12/2025
Date de cessation (de l'activité soumise à la CVAE)	HR		

17

COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

(liste des personnes ou groupements de personnes de droit ou de fait
détenant directement au moins 10% du capital de la société)

Formulaire obligatoire
(art. 38 de l'ann. III au C.G.I.)

N° de dépôt

1/1 (1) Néant ☐

EXERCICE CLOS LE 31/12/2025

N° SIRET 9114034000011

DENOMINATION DE L'ENTREPRISE EURL ORANGE EDEIS

ADRESSE (voie) Rue Madeleine Roch MUSEE D'ART ET D'HISTOIRE

CODE POSTAL 84100 VILLE ORANGE

Nombre total d'associés ou actionnaires personnes morales de l'entreprise	P1	1
Nombre total d'associés ou actionnaires personnes physiques de l'entreprise	P2	
Totalisation	P5	1

Nombre total de parts ou d'actions correspondantes	P3	15 000
Nombre total de parts ou d'actions correspondantes	P4	
Totalisation	P6	15 000

I. CAPITAL DETENU PAR LES PERSONNES MORALES :

Forme juridique EURL Dénomination EDEIS CULTURE
N° SIREN (si société établie en France) 910443472 % de détention 100,00 Nb de parts ou actions 15 000
Adresse : N° 19 Voie BD PAUL VAILLANT COUTURIER
Code postal 94200 Commune IVRY-SUR-SEINE Pays FRANCE

Forme juridique Dénomination
N° SIREN (si société établie en France) % de détention Nb de parts ou actions
Adresse : N° Voie
Code postal Commune Pays

Forme juridique Dénomination
N° SIREN (si société établie en France) % de détention Nb de parts ou actions
Adresse : N° Voie
Code postal Commune Pays

Forme juridique Dénomination
N° SIREN (si société établie en France) % de détention Nb de parts ou actions
Adresse : N° Voie
Code postal Commune Pays

II. CAPITAL DETENU PAR LES PERSONNES PHYSIQUES :

Titre (2) Nom de famille Prénom(s)
Nom d'usage % de détention Nb de parts ou actions
Naissance : Date N° département Commune Pays
Adresse : N° Voie
Code postal Commune Pays

Titre (2) Nom de famille Prénom(s)
Nom d'usage % de détention Nb de parts ou actions
Naissance : Date N° département Commune Pays
Adresse : N° Voie
Code postal Commune Pays

(1) Lorsque le nombre d'associés excède le nombre de lignes de l'imprimé, utiliser un ou plusieurs tableaux supplémentaires. Dans ce cas, il convient de numérotter chaque tableau en haut et à gauche de la case prévue à cet effet et de porter le nombre total de tableaux souscrits en bas à droite de cette même case.

(2) Indiquer : M pour Monsieur, MME pour Madame ou MLE pour Mademoiselle.

* Des explications concernant cette rubrique sont données dans la notice n° 2032

N° de dépôt

EXERCICE CLOS LE 3|1|1|2|2|0|2|5|

N° SIRET 9|1|1|4|0|3|4|0|0|0|0|0|1|1|

DENOMINATION DE L'ENTREPRISE EURL ORANGE EDEIS

ADRESSE (voie) Rue Madeleine Roch

MUSEE D'ART ET D'HISTOIRE

CODE POSTAL

84100

VILLE

ORANGE

NOMBRE TOTAL DE FILIALES DETENUES PAR L'ENTREPRISE

P5

Forme juridique Dénomination

N° SIREN (si société établie en France) % de détention

Adresse : N° Voie

Code postal Commune Pays

Forme juridique Dénomination

N° SIREN (si société établie en France) % de détention

Adresse : N° Voie

Code postal Commune Pays

Forme juridique Dénomination

N° SIREN (si société établie en France) % de détention

Adresse : N° Voie

Code postal Commune Pays

Forme juridique Dénomination

N° SIREN (si société établie en France) % de détention

Adresse : N° Voie

Code postal Commune Pays

Forme juridique Dénomination

N° SIREN (si société établie en France) % de détention

Adresse : N° Voie

Code postal Commune Pays

Forme juridique Dénomination

N° SIREN (si société établie en France) % de détention

Adresse : N° Voie

Code postal Commune Pays

Forme juridique Dénomination

N° SIREN (si société établie en France) % de détention

Adresse : N° Voie

Code postal Commune Pays

Forme juridique Dénomination

N° SIREN (si société établie en France) % de détention

Adresse : N° Voie

Code postal Commune Pays

(1) Lorsque le nombre de filiales excède le nombre de lignes de l'imprimé, utiliser un ou plusieurs tableaux supplémentaires. Dans ce cas, il convient de numérotter chaque tableau en haut et à gauche de la case prévue à cet effet et de porter le nombre total de tableaux souscrits en bas à droite de cette même case.

* Des explications concernant cette rubrique sont données dans la notice n° 2032

ATTESTATION D'ASSURANCE
Du 01/01/2025 au 31/12/2025

MMA IARD Assurances Mutuelles / MMA IARD certifie que :

le souscripteur :

SARL ORANGE EDEIS Rue Madeleine Roch – 84 100 ORANGE

Adresse des sites : 2 RUE DE LA CITE FOULC - 30000 NIMES

SITES SITUES A ORANGE 84100

MUSEE D'ART

ARC DE TRIOMPHE

THEATRE ANTIQUE

A effet du 01/04/2022

a souscrit : le contrat DOMMAGES AUX BIENS N° 147 876 394

Activités exercées

Gestion et exploitation des sites culturels : Musée d'Art, Théâtre antique et Arc de triomphe d'Orange

Sis 84100 ORANGE

Et toutes activités connexes ou annexes se rapportant directement aux activités précitées.

Superficie développée des bâtiments : 720 m2 Qualité juridique au regard des bâtiments : Locataire unique

Risques locatifs ordinaires : 720 m2

Ce contrat couvre le bâtiment contre les dommages matériels d'incendie, d'explosion et risques annexes, d'action de l'eau, de tempête, de grêle, du poids de la neige, vol et détériorations immobilières, aménagements extérieurs, bris des glaces, bris de machines, Pertes d'exploitation suite incendie TGN, des catastrophes naturelles et technologiques.

Cette attestation est établie pour servir et valoir ce que de droit et n'implique qu'une présomption de garantie à la charge de l'assureur.

Fait à Lyon le 12/05/2025



**ATTESTATION D'ASSURANCE
RISQUES SPECIAUX
CONTRAT : RCEVENT2024
ADHESION : RD00073228S**

LE PRENEUR D'ASSURANCE

Souscripteur : Société à responsabilité limitée ORANGE EDEIS
RUE MADELEINE ROCH
84100 ORANGE

Assuré : Société à responsabilité limitée ORANGE EDEIS
RUE MADELEINE ROCH
84100 ORANGE

LES CONDITIONS DE GARANTIE

Catégorie : Assurances RC Evénement et Média

Juridiction et loi applicables : Monde entier hors USA Canada

ACTIVITES DE L'ASSURE

L'**assuré** déclare exercer la profession et/ou les activités suivantes : Réalisation, Production, Organisation d'événements et/ou d'œuvres audiovisuelles

PERIODE DE VALIDITE

La présente attestation est valable pour la période du **01/04/2025** au **31/03/2026** inclus.

Les garanties sont acquises selon les Conditions Particulières et les Conditions Générales N°RCEM1015.

La présente attestation est établie pour servir et valoir ce que de droit et n'implique qu'une présomption de garantie à la charge de l'Assureur. Elle ne saurait engager celui-ci en dehors des clauses et conditions du contrat actuel auquel elle se réfère.

**Fait à Paris, le 16/07/2025
Pour la Compagnie par Délégation Aon France**

Aon France
31-35 Rue de la Fédération
75707 PARIS CEDEX 13

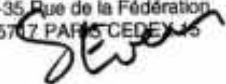




TABLEAU DES GARANTIES

CONTRAT : RCEVENT2024

ADHESION : RD00073228S

Période du **01/04/2025** au **31/03/2026** inclus

NATURE DES GARANTIES	MONTANTS MAXIMUM GARANTIS	FRANCHISES PAR SINISTRE (Sauf pour dommages Corporels)
Responsabilité Civile		
Dommages corporels, matériels et immatériels consécutifs ou non :	10 000 000,00 EUR par sinistre	Néant
Dont :		
Dommages consécutifs d'une faute inexcusable	2 500 000,00 EUR par année d'assurance	Néant
Intoxications alimentaires	3 000 000,00 EUR par année d'assurance	Néant
Dommages matériels et immatériels consécutifs	2 500 000,00 EUR par année d'assurance	2 000,00 EUR par sinistre
Atteintes à l'environnement accidentelles (corporels, matériels et immatériels)	2 000 000,00 EUR par année d'assurance	2 500,00 EUR par sinistre
Dommages immatériels non consécutifs	2 500 000,00 EUR par sinistre	3 000,00 EUR par sinistre
Dommages aux biens confiés	2 000 000,00 EUR par sinistre	2 500,00 EUR par sinistre
Frais de dépose-repose	350 000,00 EUR par année d'assurance	5 000,00 EUR par sinistre
Frais de retrait de produit défectueux	350 000,00 EUR par année d'assurance	4 500,00 EUR par sinistre
RC Vols par préposés	150 000,00 EUR par année d'assurance	500,00 EUR par sinistre
Vol en vestiaire	150 000,00 EUR par année d'assurance	500,00 EUR par sinistre
Extensions		
Dommages causés ou subis par les animaux	Non souscrite	Non applicable
Dommages causés aux pelouses et assimilés	Non souscrite	Non applicable
Dommages causés par les drones	Non souscrite	Non applicable
Activités aux USA/Canada	Non souscrite	Non applicable
Assuré Additionnel	Non souscrite	Non applicable
Prestations assurées par les forces de police et de gendarmerie	Non souscrite	Non applicable
Recours juridiques et professionnels		
Jusqu'à 50.000,00 EUR par litige (voir extension de garantie rattachée aux Conditions Générales)		

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le



ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

RAPPORT ANNUEL ANNEXE 7 - SUIVI DES OBLIGATIONS CONTRACTUELLES - 2025									
Concession	Site	Thématique	Type obligation	Source contractuelle	Pénalité	Engagement détail	Périodicité	Date d'échéance	Commentaire réalisation
Culturelle	Orange	Administratif	Périodique	Article 24	100€ par jour de retard	Actualisation annuelle des garanties (polices d'assurance)	Annuelle		Voir Annexe 6 : attestations d'assurances
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Plan marketing		Développement du marketing d'influence (objectif 3 millions d'audience potentielle) avec l'invitation aux avant-premières et expériences exclusives	Annuelle	1er janvier au 31 décembre	
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Plan marketing		Développement du marketing d'influence avec la réalisation ou participation à des podcasts/ invitation de photographes/ imaginer des quizz réguliers	Annuelle	1er janvier au 31 décembre	
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Plan marketing		Développement du marketing d'influence par l'organisation de concours et meet-up avec des influenceurs locaux	Annuelle	1er janvier au 31 décembre	Voir Annexe 1 : plan marketing détaillé
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Plan marketing		Développement du marketing d'influence par l'organisation de séjours touristiques avec des influenceurs nationaux pour faire découvrir Orange	Annuelle	1er janvier au 31 décembre	
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Plan marketing		Développement du marketing d'influence via des vidéos sponsorisées avec des influenceurs nationaux	Annuelle	1er janvier au 31 décembre	
Culturelle	Orange	Relation délégué	Périodique			Envoyer à l'autorité concédante les dépenses d'investissement de l'année n avant le 15 Février de l'année N+1	Annuelle		
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Plan marketing		Invitations dans les coulisses de...pour faire découvrir les étapes de création (action relation presse)	Annuelle		
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Plan marketing		Journées avant-première (action relation presse)	Annuelle		Voir Annexe 1 : plan marketing détaillé
Culturelle	Orange	Technique	Annuel	Article 15.2		Le délégataire doit assurer l'entretien et le contrôle des installations électriques (via un bureau de contrôle) de chaque site et monument et les vérifications techniques réglementaires	Annuelle	31 mars	Vérification réglementaire par QUALICONSULT - Rapport de vérification transmis à Carlo Giunta du service Culturel de la Ville d'Orange + certificat Q8 avec mise en conformité si nécessaire
Culturelle	Orange	Relation délégué	Périodique	Article 18		Mise à disposition du délégataire de 1000 billets à tarif réduit 50% et 1000 billets à tarif réduit 25%	Annuelle	1er janvier au 31 décembre	Mise en place annuelle avec l'Office de Tourisme et régie par la convention de partenariat
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Projet culturel		Mise en place des parades de rue et reconstitutions historiques chaque week-end du mois de mai et 1er week-end de juin avec 1 thématique par week-end à partir de l'année 2 du contrat et renouvelée tous les trois ans sur des thématiques différentes	Annuelle	2024	Non réalisé : revue des investissements septembre 2024
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Plan marketing		Mise en place d'une journée de formation et de découverte pour les agents d'accueil et ceux des autres sites liés à la Romanité	Annuelle	1er janvier au 31 décembre	Toute embauche d'un personnel bénéficie d'un temps de formation initial de 2 jours ainsi que d'une formation continue. Pour les postes en CDI, des échanges / formations avec les équipes de Nîmes sont également organisés.
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Projet culturel		Projection de la création JMJ pendant la période de Noël en soirée sur le mur du Théâtre antique	Annuelle		À subventionner.
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Plan marketing		Réalisation de conférences de presse itinérante (actions relation presse)	Annuelle	1er janvier au 31 décembre	Voir Annexe 1 : plan marketing détaillé
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Plan marketing		Rédaction et diffusion des communiqués de presse à chaque activation (outils des relations presse)	Annuelle	1er janvier au 31 décembre	Voir Annexe 1 : plan marketing détaillé
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Périodique	Projet culturel		Spectacle dédié au pays invité par la ville lors de la semaine du patrimoine immatériel mondial	Annuelle		À subventionner.
Culturelle	Orange	Relation délégué	Périodique	Article 8		Tenue de la réunion de bilan en fin de saison (sept-oct)	Annuelle		Organisé par le service culturel de la Ville d'Orange en octobre.
Culturelle	Orange	Relation délégué	Périodique	Article 8		Tenue de la réunion de programmation annuelle en fin de TI	Annuelle		Organisé par le service culturel de la Ville d'Orange chaque trimestre.
Culturelle	Orange	Communication	Périodique			Transmettre à l'autorité concédante toutes les informations concernant les conditions d'accès aux sites (horaires d'ouverture, tarifs, ...) au plus tard le 31 août de l'année N-1 pour les catalogues de vente	Annuelle		Réalité opérationnelle : La programmation des événements au Théâtre antique pour la saison 2025 n'ayant pas été validée par le délégataire au 31/12/2023, la transmission de ces éléments se fait au fur et à mesure sur la période de août à avril.
Culturelle	Orange	Relation délégué	Périodique	Article 3.3		Transmission de toutes les informations relatives aux conditions d'accès (horaires tarifs...) avant le 31/08 N-1	Annuelle		
Culturelle	Orange	Financier	Périodique	Article 28		Versement de la part proportionnelle de la redevance domaniale avant le 30 juin N+1	Annuelle		Echéancier mis en place
Culturelle	Orange	Financier	Périodique	Article 29		Versement de la redevance de contrôle 20 000€	Annuelle		
Culturelle	Orange	Administratif	Unique	Article 2bis		Création d'un société dédiée au capital social de 7 500 €	Unique	01/04/2022	Réalisé lors de la création d'Orange Edels / Aura Monuments d'Orange (150 000€)
Culturelle	Orange	Administratif	Unique	Article 13		3 mois après notification du contrat, les parties réalisent un inventaire contradictoire des biens objet de la concession (Art. 13)	Unique	01/07/2022	
Culturelle	Orange	Administratif	Unique	Article 12		Réalisation d'un état des lieux dans les 5 à 10 jours après la mise à disposition des ouvrages	Unique	10/04/2022	
Culturelle	Orange	Personnel	Unique	Article 22		Transmission à l'autorité déléguée de la convention collective applicable et de la liste non nominative du personnel permanent	Unique	01/08/2022	
Culturelle	Orange	Personnel	Unique	Article 21		Elaboration et affichage du règlement intérieur (mention tenue + neutralité - laïcité)	Unique	01/01/2024	
Culturelle	Orange	Administratif	Unique			À la date où le contrat prend fin, le délégataire remet à la collectivité l'ensemble des ouvrages et des matériels (documentations, ouvrages, œuvres d'art, etc.) et équipements du service.	Unique	31/12/2031	
Culturelle	Orange	Administratif	Unique			Etablir état des lieux contradictoire et descriptif de travaux à réaliser avant terme du contrat	Unique	31/07/2031	
Culturelle	Orange	Administratif	Unique			Communication au délégataire de la nature et la valeur des biens susceptibles d'être repris	Unique	30/06/2031	
Culturelle	Orange	Administratif	Unique			Communication au délégataire des renseignements non nominatifs suivants concernant les personnels affectés au service délégué	Unique	31/12/2030	
Culturelle	Orange	Administratif	Unique	Article 24	100€ par jour de retard	Souscrire à une RC, RC organisateur de spectacles, Dommages aux biens et les présenter les attestations sous 15 jours après début contrat au délégataire	Unique	10/04/2022	
Culturelle	Orange	Financier	Périodique	Article 28		Versement de la part fixe de la redevance domaniale 50% au 30/06 - 50% au 30/11	Semestrielle		Echéancier mis en place
Culturelle	Orange	Financier	Unique	Article 30		Constitution d'une garantie bancaire ou dépôt d'une caution au Trésor municipal de 300 000€	Unique	01/07/2022	
Culturelle	Orange	Communication	Périodique			Proposer un plan et des mesures de communication et de promotion des monuments de nature à permettre au Théâtre antique, à l'Arc de triomphe et au Musée d'améliorer leur reconnaissance et de devenir des éléments clefs des programmes des voyageurs	Annuelle	1er janvier au 31 décembre	Voir Annexe 1 : plan marketing détaillé
Culturelle	Orange	Communication	Périodique	Article 3.2		Contribuer y compris financièrement aux opérations majeures de promotion du territoire, pilotées par la Ville et/ou l'Office du tourisme intercommunal (workshop, etc.) et ce dans la limite de 7,5 % de son budget de communication, soit environ 60 000 €	Annuelle	1er janvier au 31 décembre	Voir Annexe 1 : plan marketing détaillé
Culturelle	Orange	Communication	Unique	Article 9.5		Reprise du site internet nom de domaine théâtre-antique.com	Unique	01/04/2022	
Culturelle	Orange	Communication	Unique	Article 9.5		Le site devra être a minima disponible en français et anglais et certaines pages en allemand et néerlandais	Unique	01/04/2022	
Culturelle	Orange	Personnel	Périodique	Article 22	200€ par jour de retard	Transmission des documents demandés par la Collectivité au titre de la lutte contre le travail dissimulé	Semestrielle		
Culturelle	Orange	Relation délégué	Périodique			Transmission des documents nécessaires au comité de suivi 4 jours avant sa tenue	Trimestrielle		Dernier comité de suivi 30/09/2025
Culturelle	Orange	Communication	Périodique			Le délégataire soumettra ses propositions culturelles ou pédagogiques (3 mois minimum avant mise en œuvre et lors de chaque actualisation), sur leurs principes généraux et leur mise en œuvre au Comité technique de la ville d'Orange pour validation et conseil (Réponse sous 45J)			Actualisation de la mise en œuvre des projets à chaque comité de suivi trimestriel.
Culturelle	Orange	Relation délégué	Périodique	Article 7		Communiquer au délégataire trois mois avant l'agenda des visites			Actualisation de la mise en œuvre des projets à chaque comité de suivi trimestriel.
Culturelle	Orange	Relation délégué	Périodique	Article 8		Soumettre au délégataire les contenus et documents culturels trois mois avant leur mise en œuvre	Trimestrielle		Dernier comité de suivi 30/09/2025
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Action unique	Projet culturel		Libérer la Basilica ouest et y installer des collection provenant des réserves / installer médias ou reproductions d'artefacts	Unique		Création et installation d'un espace de médiation sur l'âge d'or du Théâtre antique. Prêts de vestiges conservés au dépôt archéologique non autorisés.
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Action unique	Projet culturel		Création d'un nouveau parcours ludo-éducatif dans les alcôves	Unique	31/10/2022 01/02/2025	Parcours "Du génie romain au génie moderne" Parcours "Les légendes du Théâtre"
Culturelle	Orange	Développement commercial marketing communication	Action unique	Projet culturel		Nouvelle expérience de visite à la nuit tombée avec installation d'un mapping géant	Unique	30/04/2023	L'Odyssée Sonore
Culturelle	Orange	Capex	Action unique	Investissement		Réaménagement des locaux	Unique	31/12/2022	
Culturelle	Orange	Capex	Action unique	Investissement		Mise à niveau IT	Unique	31/12/2022	
Culturelle	Orange	Capex	Action unique	Investissement		Billetterie	Unique	31/12/2022	struction de la billetterie boutique et la création d'un nouvel espace de médiation janvier 2025
Culturelle	Orange	Début de contrat	Action unique	Gestion du service		Paramétrage et mise en place de la billetterie EVE	Unique	01/04/2022	

ANNEXE 8 - INVENTAIRE DES BIENS

Catégorie d’ouvrages : génie civil, équipements, locaux techniques et administratifs, matériels

Nature : biens de retour, biens de reprise, biens propres.

Il comprend une description sommaire de chacun d’eux, leur localisation, ainsi que leur date de mise en service.

Année	Catégorie d’ouvrage	Nature	Fournisseur	Localisation	Date de mise en service	Description	Montant	Numéro de facture	Remarques
2022	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Billetterie/Boutique	01/04/2022	Tripode	5 740,00 €	Rachat Culturespaces	Supprimé lors du déménagement de l'accueil en septembre 2023
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Billetterie/Boutique	01/04/2022	2 vitres de protection plexi		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Billetterie/Boutique	01/04/2022	8 panières osier 50x30cm		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Billetterie/Boutique	01/04/2022	4 corbeilles		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Billetterie/Boutique	01/04/2022	Distributeur essuie-tout métallique		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Billetterie/Boutique	01/04/2022	Tabouret		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Billetterie/Boutique	01/04/2022	Baie informatique		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Espaces du personnel	01/04/2022	Poubelle pédale 50L		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Espaces du personnel	01/04/2022	2 armoires métalliques 100 cm		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Espaces du personnel	01/04/2022	3 tables 50 x 100 cm		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Réserve	01/04/2022	3 tables basses carrées Ikéa couleur chêne		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Réserve	01/04/2022	1 chevalet avec ardoise		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Réserve	01/04/2022	6 coussins rouges assise carrée		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Réserve	01/04/2022	5 coussins noirs assise 60 x 60 cm		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Réserve	01/04/2022	1 PDA + socle + câbles		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Ensemble du site	01/04/2022	14 bancs		Rachat Culturespaces	2 bancs HS jetés en 2025
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Ensemble du site	01/04/2022	6 distributeurs gel hydroalcoolique		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Ensemble du site	01/04/2022	1 grand frigo		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Salle VR	01/04/2022	6 tables plastique		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Salle VR	01/04/2022	40 gobelets terre cuite		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Salle VR	01/04/2022	1 poubelle métallique		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Salle pédagogique	01/04/2022	12 bancs 3 pieds		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Salle pédagogique	01/04/2022	1 banc 2 pieds		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Salle pédagogique	01/04/2022	6 table bois		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	3 chaises de bureau (non roulantes)	4 760,00 €	Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	1 bureau d'angle 180x100		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	1 meuble de rangements 4 marron		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	Lampe		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	Panneau liege 40x60		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	Armoire plastique 180x100		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	1 meuble de rangements 4 blanc		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	Coffre fort		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	3 casiers caisses 5 compartiments		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	2 stores 120x155cm		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	Bibliothèque 120x100		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	Poubelle à pédale 50L		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	2 armoires 120x180		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	2 PTI Nokia		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	5 bananes bleues		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	4 trouses blanches		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	Lampe		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	2 claviers		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	Ensemble bureau (1 bureau + 1 bureau d'angle + 1 extension)		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	Meuble de rangement 4 marron		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Bureaux	01/04/2022	3 chaises de bureau roulante		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Musée	01/04/2022	Chaise de bureau	610,00 €	Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Musée	01/04/2022	Vitres de protection plexi		Rachat Culturespaces	Jetées en 2025
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Musée	01/04/2022	Poubelle 50L		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Musée	01/04/2022	Table basse beige 50x50		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Musée	01/04/2022	3 poufs noir		Rachat Culturespaces	Éléments absents
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Musée	01/04/2022	3 chaises noires		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	CULTURESPACES	Musée	01/04/2022	Guéridon noir		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Musée	01/04/2022	9 corbeilles noires		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre – Atelier	01/04/2022	Perceuse filaire	400,00 €	Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre – Atelier	01/04/2022	Pelle neige		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre – Atelier	01/04/2022	Pelle maçon		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre – Atelier	01/04/2022	2 rateaux feuilles		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre – Atelier	01/04/2022	Rateau graviers		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre – Atelier	01/04/2022	Raclette à béton		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre – Atelier	01/04/2022	Mètre ruban		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre – Atelier	01/04/2022	Décamètre ruban		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre – Atelier	01/04/2022	2 équerres de maçon		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre – Atelier	01/04/2022	4 marteaux		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre – Atelier	01/04/2022	Burin		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre – Atelier	01/04/2022	Pied de biche		Rachat Culturespaces	

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le



ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre - Atelier	01/04/2022	2 scies à métaux		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre - Atelier	01/04/2022	2 limes à bois		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre - Atelier	01/04/2022	Pince à rivets		Rachat Culturespaces	
	matériel	bien propre	CULTURESPACES	Théâtre - Atelier	01/04/2022	2 cutters		Rachat Culturespaces	
	équipements	bien propre	ALCYON	Musée	01/04/2022	2 copieurs Xerox VersaLink B405	4 692,40 €	Rachat Culturespaces	1 copieur HS en 2025
	équipements	bien propre	BOULANGER	Bureaux	11/04/2022	2 bouilloires	38,88 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	BOULANGER	Bureaux	11/04/2022	2 cafetières Nespresso	155,40 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	BOULANGER	Théâtre	11/04/2022	Téléphone fixe + micro-ondes	216,83 €	Notes de frais MM	
	matériel	bien propre	PANOSTOCK	Théâtre	12/04/2022	Vitre de protection	81,48 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	BOULANGER	Théâtre	13/04/2022	2 cafetières Senseo	105,41 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	TOP OFFICE	Bureaux	14/04/2022	Sièges de bureau MM et JP	517,98 €	Notes de frais MM	
	matériel	bien propre	AMAZON	Bureaux	20/04/2022	Balance	75,00 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	TOP OFFICE	Théâtre	26/04/2022	Chaise de bureau accueil Théâtre	108,99 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	ESPACE ÉQUIPEMENT	Théâtre	26/04/2022	Siège ergonomique accueil Théâtre	189,60 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	BOULANGER	Théâtre	26/04/2022	2 aspirateurs	330,61 €	Notes de frais MM	
	matériel	bien propre	LA CADRERIE	Bureaux	27/04/2022	Cadres affichage intérieur	62,85 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	BRUNEAU	Théâtre	28/04/2022	2 modules casiers vestiaires + casque + porte-manteau	699,48 €	21.607.015	
	matériel	bien propre	RETIF	Théâtre	28/04/2022	Cadres affichage extérieur	82,63 €	Notes de frais MM	
	ingénierie	bien retour	LOGICK		29/04/2022	Production billetterie	48 535,20 €	2022-14	
	matériel	bien propre	AMAZON	Bureaux	29/04/2022	Trépied	29,99 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	RETIF	Théâtre	29/04/2022	Portillon accueil Théâtre	527,87 €	Notes de frais MM	
	matériel	bien propre	AMCOM	Théâtre	03/05/2022	2 talkies walkies	929,16 €	2214802	
	matériel	bien propre	LEROY MERLIN	Théâtre	04/05/2022	Matériel technique	850,54 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	BECHTLEDIREC	Théâtre	06/05/2022	Écran d'affichage	1 349,94 €	1064396380	
	ingénierie	bien retour	PLASSERAUDIP		06/05/2022	Dépôt logo Musée	1 893,60 €	F22/12340PL	
	ingénierie	bien retour	PLASSERAUDIP		06/05/2022	Dépôt logo Scène de l'innovation sonore	1 893,60 €	F22/12346PL	
	ingénierie	bien retour	PLASSERAUDIP		06/05/2022	Dépôt logo Théâtre	1 893,60 €	F22/12344PL	
	ingénierie	bien retour	PLASSERAUDIP		06/05/2022	Dépôt logo Arc	1 893,60 €	F22/12320PL	
	équipements	bien propre	CALIPAGE	Théâtre	11/05/2022	2 sèches mains	397,01 €	FC22001618	
	matériel	bien propre	CALIPAGE	Bureaux	11/05/2022	Armoire à clefs et trieur mural	250,27 €	FC22001414	
	matériel	bien propre	TENSATOR	Théâtre	11/05/2022	10 poteaux + 8 cadres + 1 enrouleur	2 217,60 €	506179	
	ingénierie	bien retour	PLASSERAUDIP		12/05/2022	Dépôt complémentaire Scène de l'innovation sonore	1 893,60 €	F22/13597PL	
	matériel	bien propre	PUB2COM	Tous sites	14/05/2022	Covering signalétique Edeis	511,20 €	FC4482	
	équipements	bien propre	AMAZON	Théâtre	19/05/2022	Armoire métallique salle pédagogique	199,99 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	BRUNEAU	Théâtre	24/05/2022	5 modules casiers vestiaires	774,00 €	21.760.591	
	matériel	bien propre	CALIPAGE	Théâtre	31/05/2022	Étagère	192,34 €	FC22001825	
	matériel	bien propre	LEROY MERLIN	Musée	02/06/2022	Groom + ampoules	145,94 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	TOP OFFICE	Bureaux	06/06/2022	Table de réunion	238,79 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien retour	AMAZON	Musée	07/06/2022	Caméra factice expo Musée	23,97 €	Notes de frais MM	
	équipements	bien propre	BECHTLEDIREC	Bureaux	10/06/2022	Téléphone professionnel	192,00 €	1064403306	
	matériel	bien propre	MANOMANO	Théâtre	20/06/2022	3 étagères rangement réserve	194,97 €	Notes de frais MM	
	matériel	bien propre	LA CADRERIE	Théâtre	01/07/2022	Cadres d'affichage	119,67 €	Notes de frais MM	
	matériel	bien propre	LA CADRERIE	Théâtre	01/07/2022	Cadres d'affichage	44,86 €	Notes de frais MM	
	matériel	bien propre	BRUNEAU	Bureaux	09/07/2022	Tableaux d'affichage	52,03 €	21.979.212	
	matériel	bien propre	CALIPAGE	Théâtre	09/07/2022	2 onduleurs	484,08 €	FC22002264	
	ingénierie	bien retour	LOGICK		12/07/2022	Production billetterie	20 800,80 €	2022-17	
	ingénierie	bien retour	PLASSERAUDIP		13/07/2022	Dépôt complémentaire Musée	132,00 €	F22/20436PL	
	ingénierie	bien retour	PLASSERAUDIP		13/07/2022	Dépôt complémentaire	132,00 €	F22/20434PL	
	ingénierie	bien retour	PLASSERAUDIP		13/07/2022	Dépôt complémentaire Théâtre	132,00 €	F22/20435PL	
	ingénierie	bien retour	PLASSERAUDIP		13/07/2022	Dépôt complémentaire Arc	132,00 €	F22/20439PL	
	équipements	bien retour	TENSATOR	Théâtre	22/07/2022	2 enrouleurs	171,60 €	506309	
	matériel	bien propre	CALIPAGE	Bureaux	18/08/2022	Compte billets	287,42 €	FC22002627	
	matériel	bien propre	PUB2COM	Théâtre	31/08/2022	Panneaux signalétique PVC	112,44 €	FC4615	
	équipements	bien retour	HEXANET	Théâtre	22/09/2022	HEXANET MES +FR.Acces site Orange	780,00 €	398486	
	équipements	bien propre	BECHTLEDIREC	Bureaux	24/09/2022	Ordinateur portable	1 216,60 €	1064418633	
	matériel	bien propre	BRUNEAU	Bureaux	04/11/2022	Destructeur de documents	130,80 €	22.411.086	
	matériel	bien propre	PUB2COM	Théâtre	10/11/2022	Panneaux audioguides	776,76 €	FC4562	
	matériel	bien propre	IKEA	Bureaux	08/12/2022	Étagères	142,92 €	99	
	matériel	bien propre	PUB2COM	Théâtre	15/12/2022	Panneaux médiation	1 017,60 €	FC4806	
	matériel	bien propre	AS DISCOUNT	Théâtre	30/12/2022	Chauffages soufflants salles pédagogiques	296,78 €	FO05643883	
	matériel	bien propre	AMAZON	Bureaux	31/12/2022	Massicot	335,00 €	207517	
	matériel	bien propre	LEROY MERLIN	Théâtre	13/01/2023	Aspirateur	135,82 €	711426	
	équipements	bien propre	LE BON COIN	Bureaux	15/02/2023	Casque VR salons	129,79 €	79594157	
	équipements	bien propre	PRODUCE SHOP	Théâtre	15/02/2023	Tabourets accueil	119,90 €	1474/FR	
	matériel	bien propre	BRUNEAU	Bureaux	28/02/2023	Tableau d'affichage	100,38 €	22.928.148	
	matériel	bien propre	CONFORT VISUEL	Bureaux	28/02/2023	Lampe de bureau	119,00 €	100023197	
	équipements	bien propre	BRUNEAU	Bureaux	07/03/2023	2 bureaux	807,00 €	22.920.924	
	matériel	bien propre	ARROWECS	Bureaux	16/03/2023	3 bornes wifi + licences, 6 switch + garantie	3 151,27 €	311SPI465914	
	équipements	bien propre	BUT	Bureaux	23/03/2023	Micro-ondes	104,98 €	1034852	
	équipements	bien propre	ELECTRO DEPOT	Bureaux	25/03/2023	Frigidaire	249,98 €	F924 C704006-23/002	
	matériel	bien propre	SOSTRENE	Théâtre	01/04/2023	Cadres affichage	62,68 €	6644512	
	matériel	bien propre	LA CADRERIE	Bureaux	01/04/2023	Cadres affichage	96,98 €	FACAO03099	

matériel	bien propre	HEMA	Bureaux	01/04/2023	Serviettes de bain	39,00 €	9,75629E+11	
matériel	bien retour	CORDONNERIE TRADITIONS	Bureaux	01/04/2023	Reproduction clefs	112,50 €	34	
équipements	bien propre	IKEA	Bureaux	01/04/2023	Meuble rangement	136,49 €	2294-1	
matériel	bien retour	CORDONNERIE TRADITIONS	Théâtre	12/04/2023	Reproduction clefs	24,00 €	A0000000421010	
matériel	bien propre	AMAZON	Théâtre	13/04/2023	Adaptateurs chargement Odyssee Sonore	132,32 €	FR3SX2MLAEUI	
équipements	bien retour	TENSATOR	Théâtre	15/04/2023	Sangle + enrouleur	88,80 €	2023	
matériel	bien propre	IKEA	Bureaux	19/04/2023	Éléments literie pour locations appartements Odyssee SOND	662,91 €	1542	
matériel	bien propre	FREE CASH	Théâtre	19/04/2023	Tablette VR	469,00 €	FAC202304000051	
matériel	bien propre	LEROY MERLIN	Théâtre	25/04/2023	Batterie appareil maintenance	63,53 €	FRO3995	
matériel	bien propre	BODUM	Bureaux	26/04/2023	Cafetière piston	22,75 €	MP3310184521	
matériel	bien retour	CORDONNERIE TRADITIONS	Bureaux	26/04/2023	Reproduction clefs	24,00 €	25	
équipements	bien retour	HEXANET	Bureaux	29/04/2023	HEXANET Fr acces FTTO pl Freres M	1140,00 €	414849	
équipements	bien retour	HEXANET	Théâtre	29/04/2023	HEXANET 02>04/23 site Orange+bureaux	2 586,97 €	416812	
matériel	bien propre	PUB2COM	Théâtre	29/04/2023	Panneaux signalétiques divers	231,60 €	FC4955	
matériel	bien propre	TENSATOR	Théâtre	29/04/2023	4 poteaux tensaguides + 4 poteaux personnalisés OS	1 790,40 €	507160	
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre - Odyssee sonore	01/05/2023	Équipements de vidéo projection : 25 boitiers équipés avec 3 ventilateurs / 25 convertisseur / 25 swichts/25 contrôleur de boitier/25 récepteurs fibre/25 vidéo projecteurs BARCO	3 081 392,82 €	FA ANAMNESIA 19042023-1473 19/04/23 FA ANAMNESIA 29032023-1464 29/03/23 FA ANAMNESIA 19042023-1472 19/04/23 FA ANAMNESIA 26042023-1475 26/04/23 FA ANAMNESIA 08092022-1426 26/04/23 FA ANAMNESIA 19042022-1393 11/05/22 FA ANAMNESIA 14112023-1522 FA ANAMNESIA 10112023-1521 FA ANAMNESIA05012023-1447	
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre - Odyssee sonore	01/05/2023	Équipements de vidéo projection : 325 téléphones CROSSCALL / 325 casques FOCAL modèle Bathys / 11 racks de charge			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre - Odyssee sonore	01/05/2023	Infrastructure réseau : 1 Switch + 1 routeur wifi à l'accueil/ chalet Infrastructure fibre+ CFO			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre - Odyssee sonore	01/05/2023	Infrastructure scène - Gardecorps : 35 pièces du gardecorps 2 escaliers			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre - Odyssee sonore	01/05/2023	Mobilier - 2 meubles de 1.55x1.94x.56m 3 meubles de .65x1.96x.55m 1 meuble de .60x1.12x.55m 1 table + 1 écran+1 clavier (régie)			
matériel	bien propre	CALIPAGE	Bureaux	05/05/2023	Plastifieuse	319,76 €	FC23001490	
équipements	bien propre	ELECTRO DEPOT	Bureaux	06/05/2023	Lave-linge	329,98 €	ED42068	
matériel	bien propre	PUB2COM	Musée	21/05/2023	Panneaux signalétiques divers	361,20 €	FC5017	
équipements	bien propre	BRUNEAU	Théâtre	24/05/2023	1 module casier vestiaire	264,00 €	23.240.444	
matériel	bien propre	PUB2COM	Théâtre	24/05/2023	Panneaux OS	124,80 €	FC4971	
équipements	bien retour	Anamnesia	Arc - parcours stations sonores	01/06/2023	12 bornes sonores constitué de 12 bancs de 87x45x47.5cm, 12 lecteurs, 2 HP+amplificateur +24 plaque graphique gravées+48 boutons inox installés sur les bornes	99 492,00 €	factures N°1312022-1444/ 0205223-1476/ 2052023-1491	factures fabrication et travaux (hors frais d'étude scénographique) / Voir DOE détaillé
matériel	bien retour	CORDONNERIE TRADITIONS	Théâtre	16/06/2023	Reproduction clefs	85,00 €	49	
matériel	bien propre	AMAZON	Bureaux	28/06/2023	Enceinte ordinateur	90,00 €	DOC-2166258795-2023-132	
matériel	bien propre	AMAZON	Théâtre	28/06/2023	Chaussures Gardiens de l'Histoire	68,65 €	DSASEINVFR202384683575	
équipements	bien propre	CBFOURNIS	Théâtre	01/07/2023	Chaise Dagobert Gardiens de l'Histoire	83,20 €	105403551	
équipements	bien propre	DECATHLON	Théâtre	01/07/2023	Lampes meubles Odyssee Sonore	60,00 €	I2302000002462069	
équipements	bien propre	ELECTRO DEPOT	Bureaux	05/07/2023	Plaques de cuisson	41,88 €	MS000	
matériel	bien propre	PUB2COM	Théâtre	14/07/2023	Panneaux alu OS	717,60 €	FC5080	
matériel	bien propre	PUB2COM	Théâtre	14/07/2023	Signalétique OS	34,80 €	FC5079	
équipements	bien retour	INSECURITY	Théâtre	28/07/2023	Verrou porte régie	504,00 €	FA2067	
matériel	bien propre	PUB2COM	Théâtre	28/07/2023	Panneaux GDH	130,80 €	FC5121	
équipements	bien propre	AMCOM	Théâtre	01/08/2023	1 talkie walkie	450,00 €		
matériel	bien propre	AMCOM	Musée	09/08/2023	1 talkie walkie	539,93 €	2316016	
matériel	bien propre	AMAZON	Bureaux	11/08/2023	2 onduleurs	259,98 €	FR31LP97KAEUI	
matériel	bien propre	AMAZON	Bureaux	16/08/2023	2 ventilateurs	79,80 €	FR31JBWMJAEUI	
équipements	bien retour	WELDOM	Théâtre	22/08/2023	Robinet	39,90 €	6053INV0014050	
matériel	bien propre	CDISCOUNT	Théâtre	25/08/2023	Cadres affichage	59,89 €	230703183599AMT	
matériel	bien propre	SOSTRENE	Théâtre	25/08/2023	Cadres affichage	26,14 €	6790596	
matériel	bien propre	POTELET	Musée	25/08/2023	Poteaux mise à distance	437,00 €	PO#3420	
équipements	bien propre	TOP OFFICE	Bureaux	29/08/2023	Fauteil de bureau	117,99 €	9900003186	
matériel	bien propre	ARROWECS	Théâtre	30/08/2023	2 bornes wifi, 2 switch, 2 modules fibre	2 648,80 €	31ISPI501701	
matériel	bien propre	ARROWECS	Musée	30/08/2023	2 bornes wifi, 3 switch	537,35 €	31I-SPI500938	
équipements	bien retour	HEXANET	Théâtre	01/09/2023	HEXANET Dessert suppl fibre fact 10/03/23	1 215,00 €	414615	
équipements	bien propre	BRUNEAU	Bureaux	13/09/2023	Extension bureau	197,10 €	23.697.081	
matériel	bien retour	CORDONNERIE TRADITIONS	Bureaux	13/09/2023	Reproduction clefs	225,00 €	3	
matériel	bien propre	LIDL	Théâtre	15/09/2023	Visseuse perceuse	59,99 €	042705	
matériel	bien propre	VELLEMAN	Théâtre	15/09/2023	Ventilateur	102,40 €	2023053309	
matériel	bien propre	PUB2COM	Aéroport de Nîmes	15/09/2023	Adhésif OS aéroport Nîmes	660,00 €	FC5161	
matériel	bien retour	CORDONNERIE TRADITIONS	Bureaux	21/09/2023	Reproduction clefs	150,00 €	15	
matériel	bien propre	GREADEN	Théâtre	21/09/2023	Parasols chauffants	158,59 €	GRD2023091901	
matériel	bien retour	CORDONNERIE TRADITIONS	Bureaux	26/09/2023	Reproduction clefs	60,00 €	16	

2023

					ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	système d'éclairage – alcôve 1 – 8 unités de TETRYS; 1; 12W; 40°; 3000°K; 220V; LYRE; NOIR	295 880,00 €	Facture N°07112022-1439 / N°04072022-1412/N°19042023-1470	Factures fabrication et travaux (hors frais d'étude scénographique) / voir DOE détaillé
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	système d'éclairage – alcôve 2 – 5 unites de PowerLine 1822H; 18Leds; 22W; 1760lm; 30°; 3000K; 100-240V; IP67; Lg. 1,00m			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	système d'éclairage – alcôve 3 – 4+2 unités de Showtec DreamWave, 15W, RGBW, LED Effet lumineux			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	système d'éclairage – alcôve 4 –8 unités de TETRYS; 1; 12W; 40°; 3000°K; 220V; LYRE; NOIR			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	1 Maquette représentant une portion de l'Aqueduc d'Orange Dimensions: 36cm de longueur et hauteur			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	1 reproduction en résine acrylique d'un masque de Théâtre Romain.Dimension: 21cm x15cm			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	2 boites à odeur s'insérant dans les réserves du mobilier dimension 10x10x10 cm environ			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	équipements AV (voir fiches DOE) : 2 hp+ 6 bouton inox+ 2amplificateur 4 hp + 4amplificateur (son general) 1 ecran 65 pouces 2 ecrans 13 pouces +2 mini ordinateur 1 ecran 27pouces + 2mini ordinateur 1 ecran 50 pouces			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	Mobilier – alcôve 1 – 5 tables courbes avec rétroéclairage intégrée et mediation			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	Mobilier – alcôve 1 – 1 trièdre 50x1.60			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	Mobilier – alcôve 1 – 1 cimaise en forme du mur de scene pour ecran (2.7x.48x1.60)			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	Mobilier – alcove 2 : 1 mur cimaise 2.95x.30x1.14m / 1 support écran 1.59x.30x1.69m/ 1 cimaisel.33x.30x1.69m/ 1 Table avec écran de médiation et cimaise graphique (2.78 x 0.43 x 1.67m)/ 1 silhouette et 2 bancs			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	Mobilier – alcôve 3 – 2 tables courbes / 1 banc / 2 modules de graphisme			
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/10/2023	Mobilier – alcôve 4 – 1 table avec 4 banc / 1 plateau marelle / 1 plateau jeu de des /2 modules de graphisme/ 1 comptoir			
matériel	bien propre	ANCAPLAST	Théâtre	06/10/2023	Plexiglas chalets	710,64 €	20230901387	
matériel	bien propre	PUB2COM	Théâtre	10/10/2023	Panneaux signalétiques divers	506,40 €	FC5199	
matériel	bien propre	PUB2COM	Bureaux	10/10/2023	Roll-up OS	106,80 €	FC5200	
équipements	bien retour	HEXANET	Théâtre	20/10/2023	HEXANET TC7 Travaux Axione	1 200,00 €	430541	
matériel	bien retour	CORDONNERIE TRADITIONS	Bureaux	27/10/2023	Reproduction clefs	30,00 €	35	
matériel	bien propre	LEROY MERLIN	Bureaux	14/11/2023	Plafonnier	25,80 €	875887	
matériel	bien propre	TEMU	Bureaux	22/11/2023	Lampe de bureau	26,79 €	01504875889271255	
matériel	bien propre	PUB2COM	Théâtre	29/11/2023	Panneau alu chalet	720,00 €	FC5272	
matériel	bien propre	MY POSTER	Théâtre	06/12/2023	Cadres affichage	41,98 €	mp6915794	
matériel	bien propre	PUB2COM	Musée	07/12/2023	Adhésif billetterie Musée	781,20 €	FC5304	
matériel	bien propre	ARROWECS	Théâtre	15/12/2023	3 switch	707,27 €	311-SPI503988	
matériel	bien propre	AMAZON	Bureaux	20/12/2023	Disque dur	59,14 €	FR3313QBRAEUI	
équipements	bien propre	ATELIERFACEB	Théâtre	28/12/2023	Meuble mobile audioguides	2 082,00 €	23-246	
matériel	bien propre	AMAZON	Bureaux	31/12/2023	Casque VR salons	549,99 €	FR3370H4LAEUI	
équipements	bien retour	Anamnesia	Arc – parcours stations sonores	01/06/2023	5 poteaux gestion de flux + cordons	437,00 €		
équipements	bien propre	Amazon	Edeis – casque VR pour opération de promotion	28/12/2023	Casque Meta Quest 3 128GB	458,00 €		
équipements	bien propre	Amazon	Edeis – disque de stockage	28/12/2023	DDE IT	49,00 €		
équipements	bien propre	Amazon		01/07/2023	Ventilateur sur pieds	80,00 €		
équipements	bien propre	Amazon	Edeis – onduleurs	01/07/2023		217,00 €		
équipements	bien propre	Tout pour le jeu	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/04/2023	Dés	125,00 €		
équipements	bien propre	Tout pour le jeu	Théâtre – parcours "Du génie romain au génie moderne"	01/04/2023	Dés	125,00 €		

	équipements	bien propre	Electro dépôt	Edeis – divers	01/06/2023	Plaque de cuisson (pour appartement en loc)	35,00 €		
	équipements	bien propre	Le Bon Coin	Théâtre – animations & décors & costumes	01/07/2023	Chaise d'Agobert	83,00 €		
	équipements	bien propre	Le Bon Coin	Théâtre – animations & décors & costumes	01/07/2023	Tapis historiques	36,00 €		
	équipements	bien propre	TOP OFFICE	Bureaux	01/08/2023	Chaise de bureau	96,00 €		
	équipements	bien propre	Mano Mano	Théâtre – atelier	01/09/2023	Chauffage	85,00 €		
	équipements	bien propre	Amazon	Bureaux	01/08/2023	Enceinte réunion	90,00 €		
	équipements	bien propre	Art Graphique et Patrimoine	Théâtre – salle VR	01/10/2023	Achat matériel 20 casques VR, borne wifi, tablette contrôle	22 500,00 €		
	équipements	bien propre	Art Graphique et Patrimoine	Théâtre – salle VR	01/10/2023	Production film immersif	41 142,50 €		
2024	équipements	bien propre	Aoson	Bureaux	01/01/2024	table à manger	95,00 €		
	équipements	bien propre	Zelman groupe	Bureaux	01/01/2024	chauffages 2	213,00 €		
	équipements	bien retour	Art Graphique et Patrimoine	Théâtre – salle VR	01/01/2024	Production perosnnages Full 3D	35 000,00 €		
	équipements	bien retour	Art Graphique et Patrimoine	Théâtre – salle VR	01/01/2024	5 casques PICO	7 200,00 €		
	équipements	bien propre	Amazon	Bureaux	01/02/2024	DDE IT (service Odyssee)	51,00 €		
	équipements	bien propre	Etsy	Théâtre – animations & décors & costumes	01/02/2024	Robe de Tiburge	168,00 €		
	équipements	bien propre	Sumup	Bureaux	01/02/2024	TEP portable	79,00 €		
	équipements	bien propre	Weldom	Bureaux	01/02/2024	Meuble de rangement cuisine	42,00 €		
	équipements	bien propre	Bechtle	Bureaux	01/02/2024	Ecran Lenovo	235,00 €		
	équipements	bien propre	Boulangier	Bureaux	01/03/2024	Télé salons promotionnels	146,00 €		
	équipements	bien propre	Etsy	Théâtre – animations & décors & costumes	01/03/2024	Costume de Guillaume au Cornet	354,00 €		
	équipements	bien propre	Etsy	Théâtre – animations & décors & costumes	01/03/2024	Tuniques de Sarah Bernhardt	110,00 €		
	équipements	bien propre	Etsy	Théâtre – animations & décors & costumes	01/03/2024	Tuniques et ceintures de Sarah Bernhardt	347,00 €		
	équipements	bien propre	Ikea	Bureaux	01/03/2024	Chaises cuisine	266,00 €		
	équipements	bien propre	Ikea	Bureaux	01/03/2024	Plateau table	97,00 €		
	équipements	bien propre	La casa del recreador	Théâtre – animations & décors & costumes	01/03/2024	Costume Lucius	595,00 €		
	équipements	bien propre	La boutique médiévale	Théâtre – animations & décors & costumes	01/03/2024	Costume Guillaume au Cornet	156,00 €		
	équipements	bien propre	Bruneau	Bureaux	01/03/2024	Bureau	359,00 €		
	équipements	bien propre	Boulangier	Bureaux	01/04/2024	Machine à café	316,00 €		
	équipements	bien propre	Etsy	Théâtre – animations & décors & costumes	01/04/2024	Gilet de Auguste Caristie	134,00 €		
	équipements	bien propre	Etsy	Théâtre – animations & décors & costumes	01/04/2024	Bijoux médiévaux (très chics)	36,00 €		
	équipements	bien propre	Etsy	Théâtre – animations & décors & costumes	01/04/2024	Chemises de Auguste Caristie	107,00 €		
	équipements	bien propre	Etsy	Théâtre – animations & décors & costumes	01/04/2024	Couronne de Sarah Bernhardt	37,00 €		
	équipements	bien propre	AMCOM	Théâtre	01/04/2024	1 talkie walkie	450,00 €		
	équipements	bien retour	Crosscall	Théâtre – Odyssee sonore	01/05/2024	Chargeurs téléphones	233,00 €		
	équipements	bien propre	ID Cuir	Théâtre – animations & décors & costumes	01/05/2024	Plastron de Guillaume au Cornet	350,00 €		
	équipements	bien propre	Weldom	Théâtre – atelier	01/05/2024	coupe-bordure	116,00 €		
	équipements	bien retour	Art Graphique et Patrimoine	Théâtre – salle VR	01/05/2024	FILM IMMERSIF	96 032,50 €		
	équipements	bien retour	MATTS Digital		01/05/2024	2 casques VR	400,00 €		
	équipements	bien propre	FDS	Théâtre – atelier	01/06/2024	Parasol	2 023,00 €		
	équipements	bien propre	Ikea	Bureaux	01/06/2024	2 bureaux pour bungalows + chaises	635,00 €		
	équipements	bien propre	Ritterladen	Théâtre – animations & décors & costumes	01/06/2024	Costumes Gardiens divers	119,00 €		
	équipements	bien propre	Cdiscount	Bureaux	01/07/2024	Clim portative	408,00 €		
	équipements	bien propre	Boulangier	Bureaux	01/07/2024	Webcam	34,00 €		
	équipements	bien retour	Amazon	Théâtre – divers	01/07/2024	Picots anti-pigeons	219,00 €		Achats s'étalant de juillet à octobre 2024
	équipements	bien propre	Armurias	Théâtre – animations & décors & costumes	01/07/2024	Ecu médiéval	80,00 €		
	équipements	bien propre	Weldom	Théâtre – atelier	01/07/2024	Meuleuse Ryobi	166,00 €		

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le



ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

	équipements	bien propre	Serious Play	Théâtre - salle VR	01/07/2024	Captation VR MUSIC LIVE	8 765,00 €		
	équipements	bien retour	Amazon	Théâtre - atelier	01/08/2024	12 transfo led	79,00 €		
	équipements	bien propre	Ikea	Théâtre - salle VR	01/08/2024	siège 360° prototype	50,00 €		
	équipements	bien propre	Amazon	Bureaux	01/10/2024	DDE IT (service Odyssée)	216,00 €		
	équipements	bien propre	Amazon	Bureaux	01/10/2024	Compresseur	116,00 €		
	équipements	bien propre	Amazon	Bureaux	01/10/2024	Cabine d'essayage pour scrutin CSE	133,00 €		
	équipements	bien propre	Amazon	Bureaux	01/10/2024	DDE 4T (service COM)	246,00 €		
	équipements	bien retour	Micky Allan Diffusion	Théâtre - Odyssée sonore	01/10/2024	Carte son set-up technique de vidéoprojection	139,00 €		
	équipements	bien retour	Art Graphique et Patrimoine	Théâtre - Odyssée sonore	01/10/2024	4 casques PICO	3 293,00 €		
	équipements	bien retour	Anamnesia	Musée - parcours Principauté	01/10/2024	Travaux scénographiques	18 000,00 €		
	équipements	bien retour	Dimet	Théâtre - sanitaires publiques	01/11/2024	2 extracteurs muraux	257,00 €		
	équipements	bien propre	Amazon	Théâtre - atelier	01/11/2024	Outils pour travaux electriques	114,00 €		
	équipements	bien propre	Weldom	Théâtre - atelier	01/11/2024	Débroussailleuse	169,00 €		
	équipements	bien propre	Weldom	Théâtre - atelier	01/12/2024	tuyaux, asperseur et matériel divers	177,00 €		
	équipements	bien propre	Weldom	Théâtre - atelier	01/12/2024	Scie circulaire Ryobi	75,00 €		
	équipements	bien propre	Auto Distribution	Théâtre - atelier	01/12/2024	Karcher	990,00 €		
	équipements	bien propre	Amazon	Théâtre - parcours	03/04/2025	Cartes SD parcours Arc et Théâtre	31,48 €		Achats s'étalant d'avril à décembre 2024
	équipements	bien propre	Amazon	Théâtre - divers	02/10/2025	Distributeur eau chien	32,49 €	DS-AEU-INV-FR-2025-170281824	
	équipements	bien propre	Amazon	Théâtre- accueil	11/08/2025	Scanner portable documents	103,33 €	FR51D857KAEUI	
	matériel	bien propre	Dimet	Théâtre - atelier	06/12/2025	rouleau de filtre video projecteur	152,62 €	F46948	
	matériel	bien propre	Dot Technologie	Théâtre - accueil	26/02/2025	imprimante billet	270,00 €	F25165220	
	matériel	bien propre	Dot Technologie	Théâtre - accueil	22/10/2025	imprimante billet	260,65 €	F25165623	
	matériel	bien propre	Deny Security	Théâtre - atelier	31/07/2025	passé théâtre	119,06 €	FV2509364	
	matériel	bien propre	Wave System	Théâtre - atelier	27/03/2025	lecteur SD siege Arc	381,54 €	F103470	
	équipements	bien retour	Adam Menuiserie	Théâtre - accueil	08/07/2025	Porte battante basse,boutique	540,00 €	FA35	
	équipements	bien retour	Adam Menuiserie	Théâtre - divers	05/09/2025	verrou baillonette porte alcove	72,00 €	FA368	
	matériel	bien propre	Amazon	Bureaux	03/08/2025	Disque dur captation Will Smith	163,50 €	LU53OWNAFAEUI	
	matériel	bien propre	Amazon	Bureaux	04/08/2025	Disque dur	163,50 €	LU53OD148EUI	
	matériel	bien propre	Amazon	Bureaux	12/02/2025	Disque dur	284,99 €	LU5QU6YSAEUI	
	matériel	bien propre	Amazon	Bureaux	19/02/2025	imprimante nouvel espace accueil	192,00 €	ZS5005QTD7XPBU	
	équipements	bien propre	Amazon	Théâtre - Odyssée sonore	14/03/2025	Multiprises	209,50 €	LU517PHY4AEUI	
	matériel	bien propre	Amazon	Théâtre - atelier	03/02/2025	Robot Nettoyeur vitres boutique	189,99 €	DS-AEU-INV-FR-2025-20163448	HS en 2026
	équipements	bien propre	Armurerie Loisirs	Théâtre - atelier	17/02/2025	Carabine Plomb	205,80 €	FAAL581622	
	matériels	bien propre	Katanga	Théâtre - divers	10/10/2025	vetements travail	1 065,48 €	FAC-20251010-132477	
	matériel	bien propre	Back Market	Bureaux	25/02/2025	Tablette surveillance vr Galaxy Tab A9	154,60 €	F43924393	
	matériel	bien propre	Besson	Théâtre - animations & décors & costumes	26/03/2025	ChaussuresGDH	71,61 €	F000229220	
	matériel	bien propre	Bou langer	Théâtre - animations & décors & costumes	03/07/2025	Cafetière + bouilloire	49,98 €	F905KV31-61/002	
	matériel	bien propre	Celtic Webmarchand	Théâtre - animations & décors & costumes	07/07/2025	Épée GDH	51,77 €	INV174807	
	matériel	bien propre	Chevalier du Drac	Théâtre - animations & décors & costumes	07/07/2025	Pantalons GDH	86,50 €	VT-25023032	
	équipements	bien propre	Bricomarché	Théâtre - divers	21/01/2025	Moquette + cintres	111,58 €	F50210110434	
	matériel	bien retour	CORDONNERIE TRADITIONS	Théâtre - divers	03/06/2025	Reproduction clefs	388,00 €	F32 / F16 / F37 / F4 / F49 / F29	Reproductions de clefs 2025
	équipements	bien retour	Dimet	Théâtre - atelier	18/02/2025	seche mains toilettes femmes	792,91 €	F38561	
	équipements	bien retour	Dimet	Théâtre - divers	05/05/2025	Distributeur savon	80,34 €	F40847	
	matériel	bien propre	gifi	Théâtre - atelier	27/06/2025	toiles cirée salle peda	109,89 €	F1856	
	matériel	bien propre	Cardalis	Bureaux	30/05/2025	Cartouches imprimantes	157,20 €	FA2503044	
	équipements	bien propre	Carrera	Bureaux	11/12/2025	radiateurs bureau	213,80 €	FR95453574097	
	matériel	bien propre	Hyde antiques	Théâtre - boutique	22/01/2025	amphore terre cuite	100,00 €	F34	
	matériels	bien propre	la casa del recreador	Théâtre - animations & décors & costumes	07/07/2025	casque GDH	142,00 €	FA001461/2025	
	matériels	bien propre	La Redoute	Bureaux	06/03/2025	Siege test VR 360	124,67 €	F117952950	
	matériels	bien propre	LeBonCoin	Bureaux	09/01/2025	Frigo salle de pause	171,60 €	F229671041	
	équipements	bien propre	leBonPrint	Bureaux	20/08/2025	panneaux supports magnetiques	258,00 €	F46794	
	équipements	bien retour	Amazon	Théâtre - atelier	10/01/2025	Pics anti pigeons	135,96 €	DS-AEU-INV-FR-2025-6047552	
	matériels	bien propre	Space Medieval Market	Théâtre - animations & décors & costumes	26/03/2025	chemis GDH	114,00 €		
	matériel	bien propre	Muji	Bureaux	17/01/2025	paniers rotin boutique	807,95 €	F20050139	
	matériel	bien propre	Muji	bureaux	27/01/2025	paniers rotin boutique	124,55 €	F20052053	
	matériel	bien propre	OutillageOnline	Théâtre - atelier	08/01/2025	Escabeau 4 marches	153,39 €	COM319262	
	matériel	bien propre	Robe D'exemption	Théâtre - animations & décors & costumes	03/04/2025	redingote GDH	229,00 €	RE181415	
	matériels	bien retour	RS Components	Théâtre - atelier	04/07/2025	bouton poussoir siege arc	124,80 €	RS1244500	
	matériels	bien propre	weldom	Théâtre - atelier	01/07/2025	outillage	123,08 €	F6051/0029923	

2025

matériels	bien propre	Weldom	Théâtre - atelier	03/02/2025	outillage	109,90 €	6058NV/0026115	
matériels	bien propre	Weldom	Théâtre - atelier	02/07/2025	outillage	53,38 €	6052inv/0029985	
matériels	bien propre	Weldom	Théâtre - atelier	06/06/2025	outillage	60,38 €	6052in/0029391	
matériels	bien propre	Weldom	Théâtre - atelier	14/10/2026	Massette, Burin	105,45 €	F1349992	
matériels	bien propre	Weldom	Théâtre - atelier	07/08/2025	pince, couteaux, poubelle	107,20 €	F6051/0030789	
matériels	bien propre	Weldom	Théâtre - atelier	11/02/2025	plateau roulant, brosse acier	131,68 €	6053in/0026134	
matériels	bien propre	Weldom	Théâtre - atelier	28/08/2025	pulverisateur, tournevis	33,17 €	6053in/0031501	
matériel	bien propre	WELDOM	Théâtre - atelier	29/04/2025	Serre-cable, vis, rondelles, sangles	55,94 €	6054INV/0028491	
équipements	bien retour	wurth	Théâtre - divers	10/11/2025	vetements travail	97,74 €	O1681939	
équipements	bien retour	wurth	Théâtre - divers	07/10/2025	vetements travail	227,03 €	O1668734	
matériel	bien propre	Etsy	Théâtre - boutique	02/01/2025	Accastillage boutique (présentoirs)	309,80 €		
matériel	bien propre	Etsy	Théâtre - boutique	02/01/2025	Accastillage boutique (porte prix)	105,36 €		
matériel	bien propre	Ikea	Bureaux	30/01/2025	Meuble de rangement	49,91 €	FRINV250000001741464	
équipements	bien propre	Katanga	Théâtre - divers	2025	Réassort vêtements de travail	1 999,43 €	FAC20250623-123872 / FAC20251114-133397 / FAC-20251010-132477	Commandes 2025
équipements	bien propre	Kitneed	Théâtre - accueil	12/12/2025	Présentoir dépliant / Gazette	90,99 €	KFR-4288	
matériel	bien propre	Paris Prix	Théâtre - boutique	21/02/2025	amphore terre cuite	76,65 €	FA741645	
matériel	bien propre	Posterlounge	Théâtre - animations & décors & costumes	24/03/2025	Décors GDH	73,57 €	F17428340209	
équipements	bien propre	RETIF	Théâtre - boutique	04/03/2025	Présentoirs bijoux	65,86 €	F1189955	
équipements	bien propre	Saint Maclou	Théâtre - accueil	20/01/2025	Tapis paillasson sur-mesure	69,97 €	25F13706138	
équipements	bien propre	VKF Renzel	Théâtre - boutique	10/02/2025	Prix bijoux	80,90 €	FO012179647	
matériel	bien propre	Atelier de la Sittelle	Théâtre - animations & décors & costumes	01/04/2025	Robe GDH	410,00 €		
matériel	bien propre	Chapellerie Comparini	Théâtre - animations & décors & costumes	06/03/2025	Chapeau GDH	75,00 €	F24	
matériel	bien propre	Le Bon Coin	Théâtre - animations & décors & costumes	05/03/2025	Méridienne GDH	65,00 €		
matériel	bien propre	Via Temporis	Théâtre - animations & décors & costumes	09/04/2025	Casque GDH	100,00 €	F1766	
équipements	bien propre	Wurth	Théâtre - divers	16/07/2025	Vêtements de travail	116,52 €	F01641287	
équipements	bien retour	Art Graphique et Patrimoine	Théâtre - VR	14/10/2025	5 casques PICO + installation	3 255,00 €	F202510181	
matériel	bien retour	Art Graphique et Patrimoine	Théâtre - divers	28/03/2025	Achat visuel communication VR	350,00 €	F202503056	
matériel	bien retour	Art Graphique et Patrimoine	Théâtre - divers	31/01/2025	Achat visuel communication VR	350,00 €	F202501014	
matériel	bien retour	Atelier Face B	Théâtre - accueil	24/03/2025	Panneaux présentoirs boutique	2 577,00 €	FV-2025-047	
matériel	bien propre	Au cuir d'antan	Théâtre - animations & décors & costumes	03/07/2025	Chaussures GDH	220,00 €		
équipements	bien retour	Axess	Théâtre - accueil	03/06/2025	Système contrôle accès	23 560,26 €	F52005930	
équipements	bien propre	Bruneau	Bureaux	01/10/2025	Trieuse monnaie	205,00 €	F26480979	
équipements	bien propre	Bruneau	Bureaux	01/10/2025	Plastifieuse	53,00 €		
équipements	bien retour	Clémentine Fourcade	Théâtre - parcours	06/05/2025	Illustrations parcours âge d'or	600,00 €	2025F05-001	
équipements	bien retour	COSMO AV	Théâtre - Odyssée Sonore	mars-25	Conception et création V2 Odyssée Sonore (image)	75 650,00 €	F2503-95 / F2505-115 / F2501-79	
équipements	bien retour	Narrative	Théâtre - Odyssée Sonore	mars-25	Conception et création V2 Odyssée Sonore (son)	85 000,00 €	F25025 / F25042 / F25035	
équipements	bien propre	Creobs	Théâtre - accueil	17/10/2025	Badges équipe accueil	248,00 €	FC2025010005	
matériel	bien retour	Dény Sécurité	Théâtre - divers	31/07/2025	Reproduction clef Dény	99,22 €	FV25/09364	
équipements	bien retour	Dimension'L	Théâtre - divers	19/03/2025	Site internet	6 090,00 €	F2503002	
matériel	bien retour	France DAE	Théâtre - divers	29/07/2025	Électrodes défibrillateur	69,00 €	FA104805	
équipements	bien retour	Halley&Co	Théâtre - divers	27/01/2025	Conception signalétique	16 000,00 €	F202501-210 / F202409170 / F202412201	
équipements	bien retour	In Security	Théâtre - divers	11/04/2025	Vidéosurveillance billetterie, VR, bureau	4 792,50 €	F2216	
équipements	bien retour	In Security	Théâtre - divers	29/12/2025	Alarme billetterie, VR	3 606,68 €	F2278	
équipements	bien retour	Mission Mots	Théâtre - parcours	24/02/2025	Écriture contenus parcours de visite (Âge d'or et Légendes du Théâtre)	475,00 €	FAC00000441 / FAC00000436	Février et mars 2025
matériel	bien retour	PPS	Théâtre - boutique	28/07/2025	Étiquettes antivol (5000)	911,90 €	25J2721	
équipements	bien retour	Sals Électricité	Théâtre - accueil	21/05/2025	Prise électrique toit	224,80 €	FA25050112	
équipements	bien retour	Sals Électricité	Théâtre - parcours	31/01/2025	Refonte armoires électrique parcours "Génie romain"	693,00 €	FA25010025	
équipements	bien retour	Sals Électricité	Théâtre - divers	07/02/2025	Reprise éclairage sanitaires public	1 750,50 €	FA25020036	
équipements	bien propre	Sauvage production	Bureaux	04/08/2025	Captation concert Will Smith 360°	4 500,00 €	F4801	
équipements	bien propre	Smeetz	Théâtre - accueil	17/03/2025	Implantation billetterie Smeetz	12 619,50 €	F202545471	
équipements	bien retour	SOCKwildsketch	Théâtre - VR	22/01/2025	Fresque salle VR	1 111,60 €	F2500001	
équipements	bien retour	StudioAG	Théâtre - divers	16/01/2025	Adaptation signalétique	4 450,00 €	F0132025 / F0142025 / F0122024	
équipements	bien retour	Videmus	Théâtre - divers	16/07/2025	Installation complémentaire régie vidéomapping	4 937,00 €	FA3802	
équipements	bien retour	Videmus	Théâtre - Odyssée sonore	30/04/2025	Encodage V2 Odyssée Sonore	8 760,00 €	FA3772	
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre - Odyssée sonore	05/05/2025	Intégration V2 Odyssée Sonore application	21 150,00 €	F05052025-1617	
équipements	bien retour	MuMa Works	Théâtre - Basilica ouest	09/01/2025	Étude conception grilles	20 814,12 €	F09012025-05	
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre - Basilica ouest	2025	Étude scénographique	96 060,00 €	F27072022-1422 / F10072023-1516 / F02112023-1519 / F13052024-1561 / F28062024-1573	
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre - Basilica ouest	2025	Fabrication	899 895,13 €	F15222023-1529 / F05072024-1574 / F07102024-1589 / F10022025-06 / F19052025-08	
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre - boutique	2025	Accompagnement boutique	6 000,00 €	F28112023-1526	

équipements	bien retour	Halley&Co	Théâtre - boutique	2025	Accompagnement boutique	36 800,00 €	F20231143 / F20240163 / F202405117 / F202406138 / F202505118 / F202405116 / F202406137 / F202406136 / F202409169 / F202412202	
équipements	bien retour	Pub2Com	Théâtre - divers	2025	Impression et installation signalétique	5 238,40 €	FC5912-5957-5985-5897	
équipements	bien retour	Home 24	Théâtre - boutique	2025	Accastillage boutique (paniers)	358,33 €		
équipements	bien retour	Tee books	Théâtre - boutique	2025		408,30 €		
équipements	bien retour	Etiq Store	Théâtre - boutique	2025		110,61 €		
équipements	bien retour	Zara Home	Théâtre - boutique	2025	Accastillage boutique (boîtes rangement)	999,90 €		
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre - Parcours "Les légendes du Théâtre"	2025	Étude scénographique	25 900,00 €	F19042022-1392 / F14082024-1582 / F14082024-1583	
équipements	bien retour	Anamnesia	Théâtre - Parcours "Les légendes du Théâtre"	2025	Fabrication	132 640,93 €	F15122023-1531 / F14082024-1581 / F13012025-1601 / F10022025-1605	

Janvier 2025

CHIFFRES CLÉS

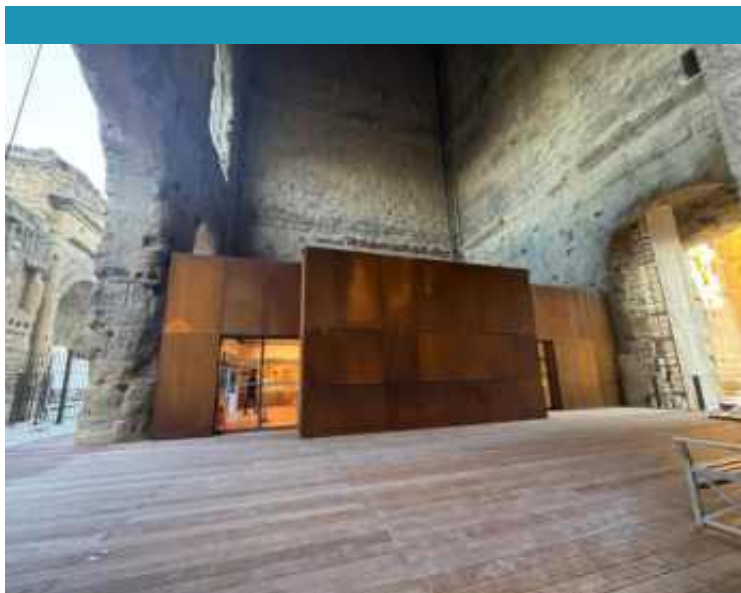
La fréquentation du Théâtre est en hausse de 18,40%.

La fréquentation du Musée est également en hausse de 27,14%.

	Fréquentation Janvier 2025	Comparatif Janvier 2024
Théâtre antique	2 239	1 891
Musée d'art et d'histoire	534	420

La fréquentation des scolaires est en légère baisse de 7,76%.

	Fréquentation Janvier 2025	Comparatif Janvier 2024
Groupes	214	232



Coup de projecteur

Une année qui commence sur les chapeaux de roue !
Entre des événements marquants, des projets audacieux
et une équipe prête à relever tous les défis, nous sommes
impatients d'écrire cette nouvelle page pleine de succès
et d'énergie positive en 2025 !

Janvier 2025

PROJET CULTUREL

UNE NOUVELLE BILLETTERIE BOUTIQUE

En septembre 2023, les structures d'accueil du Théâtre, installées par l'ancien exploitant ont été détruites pour les besoins des travaux de restauration des Basilicae.

Nous profitons de l'occasion qui nous est donnée pour féliciter toute l'équipe EDEIS qui a accueilli de jour comme de nuit près de 200 000 visiteurs dans des conditions très difficiles. Cela aurait été encore plus compliqué sans l'aide et le soutien de la Ville d'Orange et de ses services, que nous remercions également.

La nouvelle structure d'accueil, est une construction métallique d'un seul niveau d'une surface de 100m² d'une terrasse de 86m², permettant d'accueillir les visiteurs (effectif total de 62 personnes). Elle comprend plusieurs zones :

- Billetterie
- Boutique/librairie,
- Audioguides pour les visites
- Casques & téléphones pour le spectacle nocturne de l'Odyssée sonore
- Un Espace muséal sur la terrasse extérieure - cet espace accueillera en son sein nous l'espérons encore des reproductions des ornements d'origine du mur de scène du plus beau Théâtre du monde.

Cette nouvelle structure d'accueil du public qui permet de révéler la monumentalité du bâtiment grâce à son ambition esthétique a été portée par Edeis et réalisée et accompagnée par les entreprises expertes :

- Pour la MOA - L'entreprise Museum Manufactory - représentée par Melissa Ribeiro ;
- Le cabinet d'architecture Philippe Maffre ;
- Novacier pour le clos couvert.

Qu'elles soient remerciées pour la qualité de leur travail et leur implication.

Janvier 2025



Janvier 2025



Janvier 2025

DE NOUVELLES GAMMES DE PRODUITS DÉRIVÉS ont été développées pour la nouvelle boutique avec l'accompagnement de l'agence Halley & Co.



La création d'une NOUVELLE CHARTE GRAPHIQUE permet également de moderniser l'identité visuelle et d'assurer une meilleure cohérence à travers tous nos supports de communication. Cette nouvelle direction vise à renforcer notre image, à améliorer l'impact visuel et à mieux refléter nos valeurs et notre évolution.

Janvier 2025

ÉVÉNEMENTS

La signature pour 4 concerts Candlelight en 2025 a été confirmée.

RÉUNIONS AVEC LA VILLE D'ORANGE

Le 10 janvier, une réunion relative au déménagement de l'accueil a été effectuée avec l'équipe de la Conservation.

Le 28 janvier a eu lieu la réunion de préparation de la saison avec le service culturel.

COMMUNICATION

Interview France Bleu Vaucluse le 02/01 pour mettre en avant la visite des monuments tout au long de l'année.

Conférence de presse Edeis Culture le 30/01 à Paris : l'occasion de présenter, aux côtés des autres sites culturels du réseau Edeis, la programmation culturelle du Théâtre antique devant un parterre de journalistes et de professionnels de la culture.



Janvier 2025

RÉSEAUX SOCIAUX

En janvier, avec l'ouverture de notre nouvel espace billetterie-boutique, notre campagne de communication sur les réseaux sociaux a été particulièrement dynamique.

Grâce à notre créativité et notre originalité, la vidéo d'annonce a été un véritable succès, dépassant les 10 000 vues et 200 likes !

Ce mois a également été marqué par l'annonce de la programmation du Positiv Electronic Festival.

Visibilité et Engagement :

Notre communauté continue de croître !

Sur Instagram, nous avons atteint 10 172 followers, soit une augmentation de 1,63 %, tandis que notre audience Facebook a progressé à 18 872 followers, avec une hausse de 0,4 %.

Notamment, 7,8 % de notre audience Facebook et 4,4 % de notre audience Instagram sont originaires de la ville d'Orange.

Les Publications Phare :

Sur **Instagram**, notre stratégie axée sur les vidéos a porté ses fruits, notamment avec des contenus inspirés des tendances TikTok adaptées à notre domaine culturel.

- Vidéo ouverture boutique
- Une vidéo humoristique inspirée d'une tendance TikTok

Janvier 2025

- Boutique.



Sur Facebook, les publications les plus marquantes ont été :

- Un post avec notre rubrique « Un jour un théâtre »
- Post de bonne année
- Arc de triomphe

ACTIONS COMMERCIALES

SALON DES VOYAGES à Clermont Ferrand

Les 11 et 12 janvier s'est tenue la 2ème édition de ce salon, auxquels 3 sites culturels d'Edeis ont participé ensemble : le Train de la Mure, les monuments romains de Nîmes et le Théâtre antique d'Orange. L'ambition a été d'attirer le public actif et dynamique de l'AURA, avec un fort pouvoir d'achat sur la thématique des vacances.

Janvier 2025



ROADSHOW PRO/PRESSE CANADA ET USA

Du 12 au 19 janvier, aux côtés du CRT Provence Alpes Côte d'Azur, en collaboration avec Atout France, nous sommes partis à la conquête de l'Amérique du Nord. Les USA se situent à la 4ème place de nos marchés internationaux, 1er marché hors Europe. Quant au Canada, bien que le volume de fréquentation ne soit pas encore aussi élevé, il s'agit d'une clientèle qualitative. Elle s'apparente à la clientèle américaine en termes d'attentes et de pouvoir d'achat.



Janvier 2025

Une délégation de 30 partenaires aux côtés du CRT Provence Alpes Côte d'Azur et plus de 400 tour-opérateurs, agences de voyages et journalistes ont répondu présents. Vancouver, Seattle, Phoenix et Austin, 4 villes visitées, à travers lesquelles nous avons eu la chance de développer de nouveaux liens avec les tour-opérateurs, agences de voyages et médias. À noter la nouvelle ligne directe Phoenix vers l'aéroport de Paris Charles de Gaulle, ainsi que les lignes arrivant à Nice et Marseille sont de véritables leviers pour ce public à forts potentiels, séduits par notre territoire loin des itinéraires habituels prisés par les Américains.



Cela a été l'occasion également de visiter le siège d'Expédia à Seattle, 1ère plateforme de réservation incluant les vols, et le principal financeur de campagnes de la Région Sud. Des données sur l'expérience utilisateur de la plateforme nous ont été présentées, ainsi que les données influençant le choix de destination des voyageurs.

RELATIONS EXTÉRIEURES

Accueil de l'équipe de la Chartreuse de Villeneuve-lès-Avignon le 08 janvier : l'ensemble de l'équipe manager de la Chartreuse a choisi de venir à notre rencontre afin de découvrir nos offres de visites. Cette démarche s'inscrit dans leur volonté de nous consulter pour l'élaboration de parcours de visite interactifs et innovants, dans l'objectif d'enrichir l'expérience de leurs visiteurs.

L'équipe de direction d'Orange Edeis s'est rendue au salon professionnel Museum Connections, qui s'est tenu porte de Versailles les 15 et 16 janvier, pour assister aux commissions boutique et marketing du SNELAC et rencontrer de nombreux professionnels et prestataires de la culture et du tourisme.

L'assemblée générale du réseau Evasion+ s'est tenue le 22 janvier, réunissant les membres autour des enjeux stratégiques et des projets communs. Ce moment d'échange a permis de faire le point sur les actions passées, d'examiner les initiatives à venir et de renforcer la collaboration entre les différents sites pour favoriser leur développement et leur visibilité.

Merci pour votre attention.

Février 2025

Coup de projecteur

Une nomination aux Laval Virtual Awards 2025

Nous avons le plaisir d'annoncer que notre œuvre en réalité virtuelle « Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu » a été sélectionnée aux **Laval Virtual Awards 2025** dans la catégorie « **Consumer Experience & Entertainment** ».

Cette catégorie récompense le projet XR proposant la meilleure expérience divertissante de l'année pour son innovation en termes technologiques et/ou d'usage à destination du grand public. C'est une fierté pour l'équipe de voir ce projet à vocation pédagogique être reconnu.

 Verdict le 10 avril lors du salon Laval Virtual, le 1er salon dédié aux technologies immersives (VR, AR, SC..) qui se déroulera du 9 au 11 avril 2025 à Laval, en France.



CHIFFRES CLÉS

La fréquentation du Théâtre est en baisse d'environ 15% sur le mois de février.

La fréquentation du Musée est également en baisse de 32%.

	Fréquentation Février 2025	Comparatif Février 2024
Théâtre antique	3 453	4 088
Musée d'art et d'histoire	1 596	2351

La fréquentation des groupes est en baisse de 46%.

	Fréquentation Février 2025	Comparatif Février 2024
Groupes	792	1 485

Février 2025

PROJET CULTUREL

UNE NOUVELLE CHARTE GRAPHIQUE

En 2025, le Théâtre antique d'Orange a décidé de moderniser sa signalétique. Un travail de refonte de sa charte graphique a été lancé en octobre 2024 et s'est terminé en janvier 2025 en collaboration avec l'agence artistique Halley&Co.

Une équipe de travail est en charge de la création et de l'installation des nouveaux panneaux de signalétique directionnelle et de médiation, un projet qui s'étendra de février à avril 2025. Pas moins de 70 panneaux sont concernés par ce travail de refonte.

L'objectif de ce travail :

- Renforcer l'identité visuelle forte du site sur l'ensemble de ses actions ;
- Optimiser la cohérence visuelle et créer un ensemble harmonieux et contemporain.

Cette nouvelle charte graphique s'applique à la signalétique du Théâtre antique d'Orange et vise à renforcer son identité visuelle dans l'aménagement des espaces, aussi bien à l'extérieur qu'à l'intérieur du site.

Une couleur vive orange a été choisie pour la mise en valeur du site. Cette couleur est utilisée sur l'ensemble des panneaux de signalétique et de médiation.



Février 2025



Février 2025

En plus de cela, des couleurs secondaires ont été choisies de manière à créer des repères visuels pour les visiteurs :

- La couleur bleue pour les panneaux de médiation (parcours de l'âge d'or du Théâtre dans la Basilica Ouest par exemple) ;
- La couleur verte pour les parcours thématiques (parcours du "Génie romain au génie moderne", ou des "Légendes du Théâtre") ;
- La couleur violette pour les expériences immersives (expérience historique en réalité virtuelle et Odyssee Sonore).



Février 2025

Cette signalétique a été pensée pour la nouvelle billetterie-boutique. Ce projet a débuté avec l'aménagement de la nouvelle boutique et du nouvel espace de médiation, dans le but d'offrir aux visiteurs un accueil modernisé et une expérience immersive. D'abord appliquée à l'entrée du Théâtre antique, la charte graphique a ensuite été déclinée à l'entrée et à l'intérieur de la boutique. Pour préserver l'harmonie de cet espace contemporain, une signalétique soignée y a été intégrée, plongeant immédiatement le visiteur dans l'univers du Théâtre.



Février 2025

DU NOUVEAU POUR L'EXPÉRIENCE HISTORIQUE EN RÉALITÉ VIRTUELLE, "LES SECRETS DU THÉÂTRE, UN VOYAGE INATTENDU"

Un artiste vaclusien sublime l'âge d'or du Théâtre

Le Théâtre antique d'Orange met à l'honneur le talent d'un artiste local avec la réalisation d'une fresque immersive signée Thomas Tournéry, alias Sock Wildsketch. Originaire de Villeneuve-lès-Avignon et figure reconnue du street-art avignonnais, l'artiste a été sollicité pour apporter une nouvelle dimension visuelle à l'espace dédié à l'expérience historique en réalité virtuelle « Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu ».

Cette fresque accompagne le film immersif et plonge les visiteurs dans l'ambiance de l'âge d'or du Théâtre antique. Une initiative qui s'inscrit dans la volonté de conjuguer innovation et création artistique.



Février 2025

LES LÉGENDES DU THÉÂTRE

Le parcours des Légendes du Théâtre est un nouvel espace d'exposition qui rend hommage aux grands spectacles du Théâtre antique. Il s'agit d'un parcours en trois temps :

VR Music Live :

Une immersion au cœur de 2 spectacles grâce à un casque de réalité virtuelle : Toto et Charlotte de Witte.

Les mémoires du Théâtre :

Un espace d'exposition qui retrace l'évolution des spectacles au fil des siècles, à travers 4 panneaux thématiques :

- Les origines du Théâtre antique ;
- Les Chorégies d'Orange ;
- Le POSITIV Festival ;
- Des concerts mythiques (période pop rock et musiques actuelles).

Les coulisses des événements :

Deux films se succèdent :

- Le premier dans les coulisses de l'opéra Carmen (Chorégies) en juillet 2023 ;
- Le second dans celles de Positiv Prod.



Février 2025



Février 2025

EXPLOITATION

Nous avons fait le choix de travailler avec de nouveaux prestataires de billetterie en vue d'améliorer l'expérience d'achat de nos visiteurs, et de fluidifier le contrôle d'accès.

La première collaboration a été mise en place avec **Smeetz**, une solution commerciale moderne et adaptée à notre activité. Cet outil permet également des campagnes marketing intéressantes ainsi que des données statistiques fiables qui nous permettront de mieux étudier les flux.

La seconde collaboration a été confirmée avec **Axess**, un système de contrôle d'accès automatisé. Deux zones de passages de contrôle d'accès automatiques seront installées prochainement, l'une étant conçue spécifiquement pour les personnes à mobilité réduite.

RELATIONS EXTÉRIEURES

6 février - 1^{ère} commission d'adhésion d'Atout France en 2025 :

- Réunion d'échanges sur la présentation des travaux relatifs à l'évolution de l'offre de service d'Atout France ;
- Point sur l'enquête de satisfaction et de recueil de besoins des adhérents ;
- Étude d'une vingtaine de candidatures.

12 février - Comité stratégique du pôle culture, patrimoine, Art de vivre d'Atout France :

Il s'agit d'un événement annuel rassemblant les membres du pôle pour dresser le bilan des actions menées en 2024 et pour présenter la feuille de route 2025. Nous avons été accueillis au Musée Rodin à Paris en présence de la présidente du pôle Amélie SIMIER, également directrice générale du musée Rodin, et de Cyril DUCHENE, chef du département communication, publics et développement du musée Rodin. La réunion s'est clôturée par un déjeuner au restaurant du Musée, l'occasion de continuer les échanges sur le modèle économique du Musée Rodin.

Février 2025



Février 2025

26 février - Réunion avec l'Institut de Recherche sur l'Architecture Antique

Nous avons sollicité une réunion avec les équipes de l'IRAA en vue d'une collaboration dans l'écriture des différents panneaux de médiation présents au sein du monument. L'idée étant de s'appuyer sur les derniers éléments issus des travaux de restauration afin de présenter aux visiteurs les données réelles les plus actuelles. Un projet de convention est à l'étude afin de mettre en place cette collaboration sur le long terme.

ACTIONS COMMERCIALES

15 février - NÎMES URBAN TRAIL

Aux côtés d'Edeis Romanité, nous étions présents sur le village des animations alors que les coureurs venaient chercher leurs dossards. Plus de 10 000 participants étaient attendus. Nous avons pu présenter nos ateliers de fabrication de fibule, de jeu de marelle et faire profiter d'un extrait de l'expérience en réalité virtuelle "Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu" pour inviter nos voisins gardois à venir (re)découvrir le Théâtre antique d'Orange.



Février 2025

19 au 23 février - F.R.E.E MUNICH

Freizeit, Reisen, Erholung, Erlebnis pour Loisirs, Voyages, Détente, Expérience.

Il s'agit du plus grand salon B2C de la Bavière et événement de référence pour les professionnels du loisir et du tourisme. Nous étions présents sur le stand régional aux côtés d'institutionnels, de campings pour une offre encore plus riche de notre destination. Le salon a accueilli près de 150 000 visiteurs avec 1015 exposants venus de 50 pays.



Février 2025

RÉSEAUX SOCIAUX

En février, nous avons célébré l'ouverture d'un nouveau parcours de visite « Les légendes du Théâtre ». Cela a été l'occasion de réaliser des photos et vidéos afin de communiquer sur ce sujet.

Nous avons également communiqué sur le « tarif unique » mis en place pour les vacances scolaires les visiteurs ont ainsi pu bénéficier d'un package complet pour cette période, incluant la visite des monuments ainsi que l'expérience en réalité virtuelle.

La promotion de la nouvelle boutique du Théâtre a aussi continué avec des vidéos s'inspirant de tendances actuelles sur les réseaux sociaux, afin d'augmenter la visibilité.

Visibilité et Engagement :

Notre communauté continue de croître.

Sur Instagram, nous avons atteint 10 218 abonnés, soit une augmentation de 1%, tandis que notre audience Facebook a progressé à 18 919 followers, soit une hausse de 0,4 %.

7,8 % de notre audience Facebook et 4,4 % de notre audience Instagram est originaire de la ville d'Orange.

Les publications phares :
Sur Instagram, notre stratégie axée sur les vidéos a porté ses fruits, notamment avec des contenus inspirés des tendances TikTok adaptées à notre domaine culturel.

Cela fonctionne puisque l'une d'entre elles constitue notre meilleure publication sur Instagram.



Février 2025

Sur **Facebook**, il s'agit de la publication sur le tarif unique pendant les vacances scolaires



Merci pour votre attention.

Mars 2025

Coup de projecteur

Réalisation d'une vidéo promotionnelle sur la destination Orange et traduite en plusieurs langues.

Elle sera diffusée sur les canaux digitaux dans les pays ciblés afin de développer la notoriété et la fréquentation de ces provenances.



CHIFFRES CLÉS

La fréquentation du Théâtre est en baisse d'environ 16% par rapport à 2024.

La fréquentation du Musée est en très légère baisse de 2% quant à elle.

	Fréquentation Mars 2025	Comparatif Mars 2024
Théâtre antique	7 271	8 723
Musée d'art et d'histoire	3 553	3 634

La fréquentation des groupes est également en baisse de 14%.

	Fréquentation Mars 2025	Comparatif Mars 2024
Groupes	3 122	3 657

Mars 2025

PROJET CULTUREL

UNE NOUVELLE ODYSSEE SONORE

L'écriture du scénario du nouveau chapitre de l'Odyssée Sonore intitulé « Quand les Dieux s'en mêlent » s'est terminée.

L'ouverture au public est prévue le mercredi 7 mai 2025.

LES DIEUX S'EN MÊLENT

Spectacle au Théâtre antique d'Orange

écrit par
Elie OLIVENNES

Version finale du 1er avril 2025

PRÉ-SHOW

TABLEAU VISUEL : l'obscurité, quelques points roses et bleus fourmillent.

PRÉLUDE - LE RÉVEIL DE TERRA

TABLEAU VISUEL : le globe terrestre émerge du noir et se met à tourner lentement sur un fond sombre et stellaire.

AMBIANCE SONORE : à définir (nappe sonore éthérée ?).

TERRA

(se réveille)
Hummm... Hummm...? Qu'est-ce que... Hum... Où est-ce que... --
(énorme bâillement, elle s'éroue un peu, s'étire)
ouhhhou ! J'ai bien dormi. J'ai dormi si profondément que j'ai failli oublier qui je suis ! Vous savez qui je suis, vous, n'est-ce pas ? ... Non ? Étonnant... Je suis Terra. La déesse de la Terre. L'une des toutes premières divinités. La Mère de tous les dieux, de l'humanité et des êtres vivants. Sans moi, il n'y aurait pas d'harmonie dans ce monde. Tout serait déséquilibré, tout ne serait que... chaos. C'est un sacré travail, je vous assure ! Alors oui, de temps en temps, je me permets une petite sieste. Il n'y a pas de mal à ça ! D'ailleurs, combien de temps ai-je dormi ? ... 2000 ans, à peu près ? Oh, à l'échelle de mon existence, ce n'est pas beaucoup. Il n'a pas dû se passer grand chose en 2000 ans ! La preuve : je reconnais l'endroit où nous sommes. C'est resté exactement comme dans mes souvenirs !

TRANSITION
FLUIDE

Mars 2025

L'enregistrement des voix en studio est en cours.



Mars 2025



Le synopsis

Après 2000 ans de sommeil, Terra, la déesse de la Terre, se réveille au Théâtre antique d'Orange, un lieu qu'elle connaît bien. Autrefois, avec les autres divinités, elle observait les humains depuis cet espace sacré, véritable pont entre le réel et l'imaginaire, le terrestre et le céleste. Mais tout a changé. Les dieux et les humains se sont éloignés, et le Chaos menace de ressurgir. Pour éviter la catastrophe, Terra doit réactiver la grande mécanique du monde divin. Seul problème : convaincre ses enfants, les autres dieux (Uranus, Saturne, Vulcain, Salacia, Cybèle). Face à cette tâche ardue, elle décide de faire appel aux spectateurs pour l'aider à rétablir l'harmonie entre les Dieux et les Hommes.

Mars 2025

L'expérience

L'Odyssée Sonore : Une Expérience Immersive Divine !

Au cœur du majestueux Théâtre antique d'Orange, un événement extraordinaire se prépare. Après 2000 ans de silence, **Terra, la déesse de la Terre, s'éveille**. Un monde oublié refait surface, un univers où **le réel et l'imaginaire se rencontrent**, où **les dieux et les hommes doivent renouer leurs liens pour éviter le Chaos**.

Plongez dans une **expérience immersive inédite**, où le passé dialogue avec le présent grâce à une technologie de **réalité sonore augmentée**. Équipé d'un casque, vous serez **guidé par la voix des dieux**, invités à interagir avec l'histoire, à **déclencher des sons et des images spectaculaires** qui prennent vie sous vos yeux. Le souffle du vent, le grondement de la terre, les vagues des abysses : chaque sonorité réagit à votre présence dans l'écrin merveilleux de ce Théâtre multimillénaire.

Mais vous n'êtes pas un simple spectateur. **Vous êtes un voyageur du vivant, un acteur de cette quête mythologique**, invité à aider Terra à rétablir l'harmonie entre les Dieux et les Hommes.

Osez-vous répondre à l'appel des divinités et participer à cette odyssée hors du commun ?

👉 Plongez dans cette aventure immersive et laissez-vous transporter au-delà du temps !

EXPLOITATION

MAINTENANCE DES ÉQUIPEMENTS DE L'ODYSSÉE SONORE

Du 17 au 21 mars, nous avons consacré un total de **15 jours-homme** à la maintenance des équipements, avec une équipe de **trois personnes par jour**. Cette intervention a permis de contrôler et d'identifier les anomalies présentes sur notre parc de casques et de téléphones nécessaires au spectacle immersif.



Mars 2025

UN NOUVEL OUTIL DE BILLETTERIE A LA POINTE

En complément de la création d'une espace d'accueil moderne et fonctionnel, Edeis se dote d'un nouvel outil de billetterie innovant qui permettra d'assurer la poursuite du développement commercial du site et de :

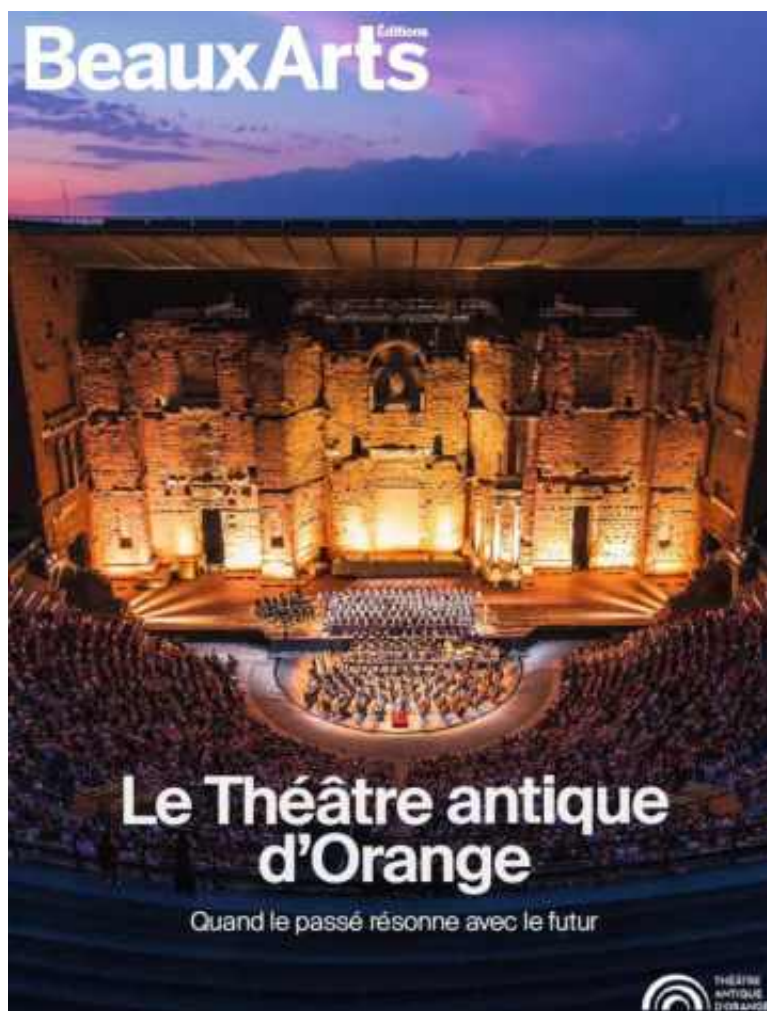
- Transformer la billetterie avec une solution de commerce unifié alimentée par l'IA
- Simplifier l'expérience client sur tous les canaux
- Optimiser les ventes et fidéliser les clients grâce à l'intelligence marketing



Mars 2025

UN NOUVEL OUVRAGE DISPONIBLE EN BOUTIQUE

Depuis le 11 mars, un hors-série réalisé en collaboration avec Beaux-Arts Magazine est en vente. Cet ouvrage est le fruit d'un travail conséquent mettant à l'honneur le travail des scientifiques sur le monument, notamment suite à la fin d'une longue période de travaux de restauration.



RELATIONS EXTÉRIEURES

Mardi 4 mars : rencontre avec Messieurs les Maires d'Orange et Châteauneuf-du-Pape et Jérôme Nolesini (Directeur Edeis Aéroport & Edeis Romanité), pour échanger sur les opérations de visibilité du territoire à l'aéroport de Nîmes Provence.

Mars 2025

Mercredi 19 mars : organisation d'un atelier de détection de talents en collaboration avec France Travail. L'occasion pour Julia Pons, directrice adjointe, de présenter les métiers du tourisme et de la culture au sein de l'exploitaiton auprès de candidats issus d'horizons différents, et ayant un attrait pour les métiers du tourisme.



Jeudi 20 mars : réunion de travail organisée par le service culturel de la Ville d'Orange pour la préparation de la saison événementielle 2025.

Mars 2025

ACTIONS COMMERCIALES

Durant ce salon Mondial du Tourisme, Mathilde Moure a donné deux conférences pour présenter les parcours de visite innovants créés par Edeis au Théâtre antique d'Orange ainsi que la programmation événementielle 2025.



Salon Mondial du tourisme du 13 au 16 mars



Rendez-vous annuel des passionnés
franciliens de voyages, à la recherche
d'idées et de conseils pour les
prochaines vacances.
800 contacts établis.



En collaboration avec le Pays
d'Orange en Provence Tourisme.



2 conférences ont également été
données sur la valorisation du
patrimoine d'Orange



Mars 2025

SALON ID WEEKEND

Nice

Du 28 au 30 mars



Le rendez-vous grand
public du tourisme & loisirs
de la région Sud



Opération mutualisée avec 2 sites
culturels du réseau Edeis culture

Le Pays d'Orange en
Provence sera présent aux côtés
Vaucluse Provence Attractivité.

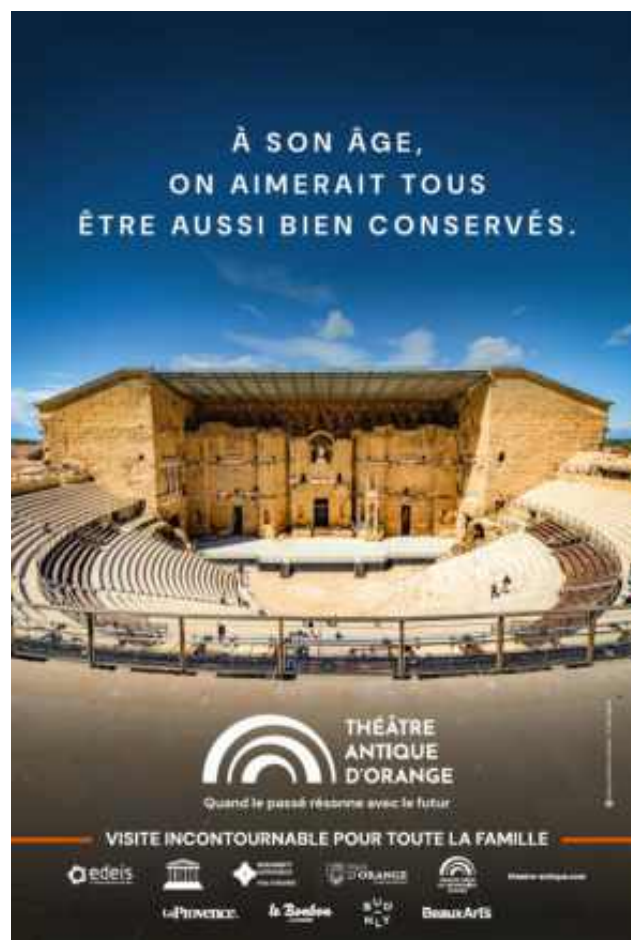
En plus de ces salons professionnels et grand public, Lisa, chargée de promotion, a débuté des tournées de prospection dans les régions PACA et Occitanie.

Elle a par ailleurs participé à une bourse aux dépliantés organisée par le réseau Gîtes de France auprès des opérateurs touristiques majeurs présents au sein de la Bambouseraie en Cévennes.

Mars 2025

COMMUNICATION

Une nouvelle affiche pour promouvoir le monument a été réalisée avec l'agence Drôles d'Oiseaux. L'idée était de mettre en valeur le monument avec un message humoristique visant à interpeller et renforcer son attractivité.



Un nouveau site internet pour les monuments !



Plus moderne et pratique, intégrant un design sur-mesure, il rendra la navigation fluide et agréable pour les visiteurs, améliorant ainsi leur engagement. Un module de e-shop permettant l'achat de produits de la boutique y est également développé.

Mars 2025

Conférence de presse

Le 31 mars dernier, s'est tenue une conférence de presse organisée par la Ville d'Orange, permettant à Edeis ainsi qu'aux autres organisateurs de spectacles, de présenter leur programmation auprès des journalistes et des partenaires présents.



Mars 2025

Shooting photos

Un nombre important d'actualités récentes nous ont permis d'organiser un shooting photos et des prises de vue drone pour la mise en valeur des nouveaux espaces de la visite, de la nouvelle signalétique, des nouveaux produits de la boutique, etc.

En voici quelques exemples :

Prise de vue drone



Mars 2025

Produits e-shop

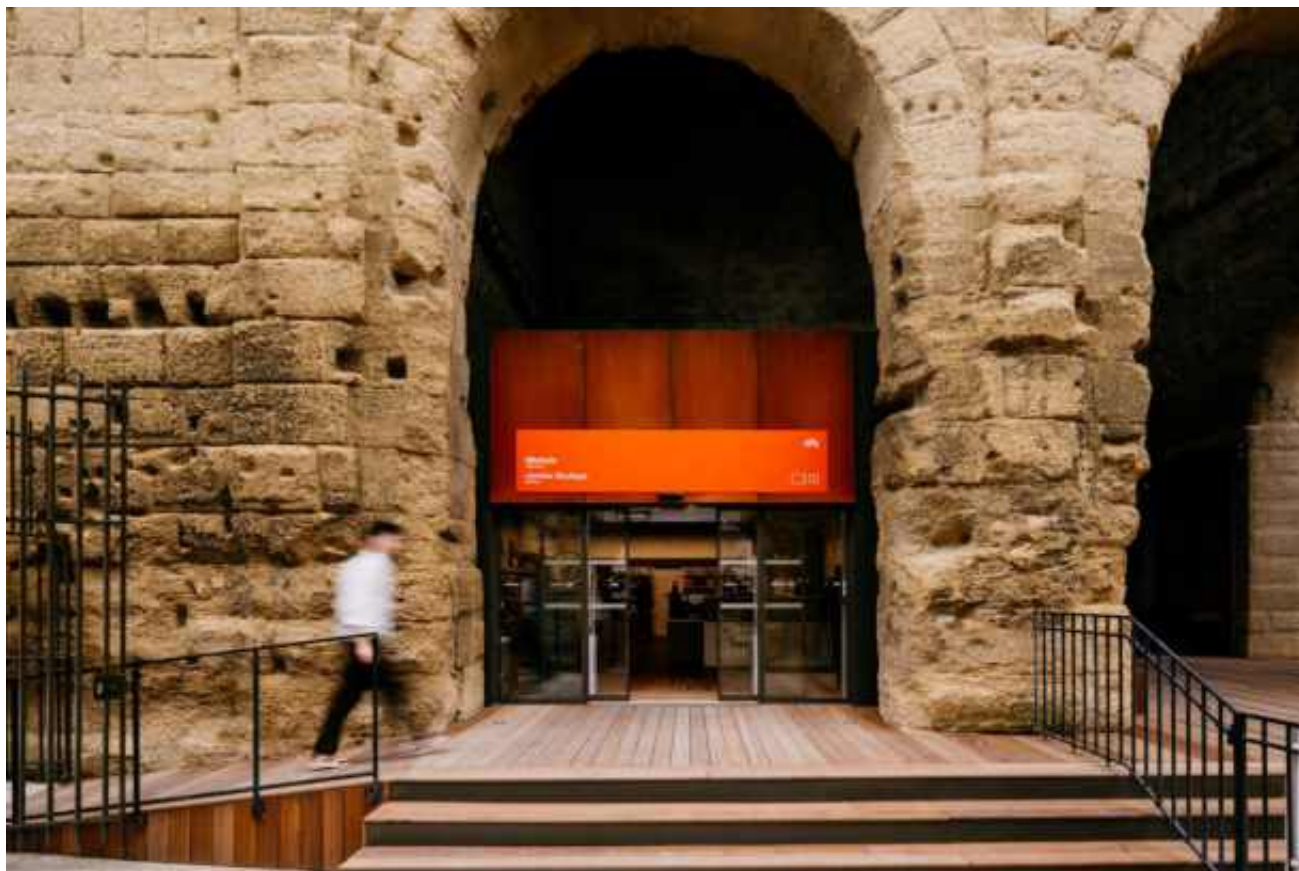


Espace accueil et librairie-boutique



Mars 2025

Signalétique



RÉSEAUX SOCIAUX

En mars, nous avons annoncé avec le retour des Gardiens de l'Histoire dès le 11 avril, coïncidant avec plusieurs périodes de vacances et de période comprenant des jours fériés.

La promotion a débuté par des publications mettant en avant l'affiche de l'événement, accompagnées de stories souvenirs du parcours théâtralisé.

Par la suite, nous avons prévu un post hebdomadaire pour présenter chacun des personnages emblématiques.

Nos rubriques phares ont également rencontré un grand succès, notamment « Le saviez-vous », « Un jour un théâtre » et « L'Arc de triomphe ».

Ce mois a également été l'occasion de dévoiler les nouvelles dates du MMA.

Mars 2025

Visibilité

et

Engagement

:

Notre communauté continue de croître.

Sur Instagram, nous avons atteint 10 256 abonnés, tandis que notre page Facebook compte désormais 19 073 abonnés. Par ailleurs, 7,8 % de notre audience Facebook et 4,4 % de notre audience Instagram proviennent de la ville d'Orange.

Les Publications phares :

Sur **Instagram**, notre stratégie axée sur les vidéos a été couronnée de succès, notamment avec des contenus inspirés des tendances TikTok, adaptées à notre domaine culturel.

Cette approche a permis de mettre en avant notre boutique et ses produits, avec une vidéo humoristique devenant notre meilleure publication sur cette plateforme.



Mars 2025

Sur **Facebook**, une photo du mur extérieur du Théâtre antique d'Orange a captivé notre audience. Ce type de contenu est très engageant, car il permet d'apprécier la grandeur du Théâtre.

Cette publication a généré 871 likes et 45 commentaires.



[Voir les statistiques et les publicités](#)

[Booster la publication](#)



Donnez des Étoiles à Théâtre antique d'Orange.

[Modif
ier](#)

  871

45 commentaires 141 partages

Merci pour votre attention.

Avril 2025

Coup de projecteur

Le nouveau chapitre de l'Odyssée Sonore, qui ouvrera ses portes au public le 7 mai prochain, est accompagné d'une nouvelle affiche.



CHIFFRES CLÉS

La fréquentation du Théâtre est en baisse de 38% par rapport à 2024.

La fréquentation du Musée est en baisse de 30% quant à elle. Cela peut s'expliquer par le fait qu'en 2024, la billetterie du Théâtre se trouvait au Musée.

	Fréquentation Avril 2025	Comparatif Avril 2024
Théâtre antique	20 711	15 051
Musée d'art et d'histoire	6 017	8 740

La fréquentation des groupes est également en hausse de 12%.

	Fréquentation Avril 2025	Comparatif Avril 2024
Groupes	5 036	4 517

Avril 2025

PROJET CULTUREL

UNE NOUVELLE ODYSSEE SONORE : QUAND LES DIEUX S'EN MÊLENT

Mercredi 30 avril a eu lieu la répétition générale de l'Odyssée Sonore - Quand les dieux s'en mêlent, en vu de la première au public mercredi 7 mai.

Cette soirée a été un test en terme d'exploitation en conditions réelles car nous avons utilisé le kiosque Odyssée Sonore pour la première fois.

Au total, ce sont 120 invités, les proches de l'équipe du Théâtre antique, qui ont vécu l'expérience immersive et permis de perfectionner l'accueil du public.

LES GARDIENS DE L'HISTOIRE SONT DE RETOUR

Depuis le 11 avril, les Gardiens de l'Histoire font leur grand retour au sein du monument ! 3 périodes correspondant à aux vacances scolaires et ponts du mois de mai sont concernées par la présence des comédiens :

- Du 11 au 20 avril
- Du 30 avril au 4 mai
- Du 7 au 11 mai

Ces comédiens permettent des interactions ludiques avec le public, à qui ils prennent plaisir à raconter un pan de leur histoire, en lien avec le monument ou la ville d'Orange.

Pour accompagner ce parcours, des ateliers pédagogiques sont également proposés afin de s'initier à la Romanité à travers la fabrication d'une fibule, d'un médaillon en poterie, d'un jeu de marelle ou de la calligraphie.

RELATIONS EXTÉRIEURES

Lundi 7 et mardi 8 avril : Journées de l'Immersif à Lyon

Conférences données par Mathilde Moure sur le thème « Le Théâtre antique d'Orange, pionnier des expériences historiques en VR ».

Jeudi 10 avril : Commission d'adhésion Atout France

Une quinzaine de candidatures à valider pour intégrer le réseau de l'agence nationale du tourisme, afin de bénéficier des services proposés par le réseau, notamment l'internationalisation des offres et l'observatoire du marché l'international.

Avril 2025

Jeudi 10 avril : Éductour Lieutaud et Grands bateaux de Provence

Nous avons profité de la découverte d'une offre touristique attractive entre Lieutaud qui propose un petit train touristique à Avignon et la compagnie des Grands Bateaux de Provence qui organisent des promenades et déjeuners croisières sur le Rhône. L'occasion de rencontrer de nombreux professionnels du tourisme et de faire naître des projets collaboratifs pour la mise en valeur de la région.

Jeudi 10 et vendredi 11 avril : Laval Virtual

Nomination du film en réalité virtuelle « Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu » aux Laval Virtual Awards 2025, dans la catégorie Consumer Experience & Entertainment. Le projet n'a malheureusement pas remporté le prix et a été vivement apprécié du jury.



Théâtre antique d'Orange

894 abonnés

2 sem. •

💡 Le Théâtre antique d'Orange à Laval Virtual 2025 !

Nous avons eu l'honneur de présenter notre film en réalité virtuelle « Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu » aux **Laval Virtual Awards 2025**, dans la catégorie Consumer Experience & Entertainment.

Même si nous n'avons pas remporté le prix, nous adressons toutes nos félicitations au lauréat « Un soir avec les impressionnistes – Paris 1874 » présenté par **Excurio**, **GEDEON Experiences** et le **Musée d'Orsay**! 🏆

Ce salon fut pour notre équipe une formidable opportunité de découvrir les dernières innovations en matière de réalité virtuelle et de technologies immersives. Une expérience inspirante, riche en échanges, qui nourrit déjà nos projets à venir.

🙏 Un grand merci à l'organisation de **Laval Virtual** pour cet événement incontournable du secteur !

Mathilde MOURE Claudia Vildieu Sébastien Le Gall Frédéric Gourdet Art Graphique & Patrimoine

#VR #HeritageExperience #LavalVirtual #InnovationCulturelle #RéalitéVirtuelle



Avril 2025

Mercredi 23 avril : rencontre avec l'IRAA pour le projet de convention en vue de l'accompagnement scientifique des parcours de médiation

Lundi 28 avril : Assemblée générale du CRT

Pour la présentation du bilan 2024, suivie du conseil d'administration extraordinaire afin de voter la fusion absorbante CRT / Linkeus (bureau des congrès régional fédérant la filière événementielle en région Provence-Alpes-Côte-d'Azur, y compris Monaco et Ajaccio).

Mardi 29 avril : Conseil d'administration d'Atout France

Avec la présentation du rapport de gestion pour délibération et la conjoncture actuelle du GIE pour information.

SUIVI DE LA DÉLÉGATION ET RELATIONS AVEC LES SERVICES DE LA VILLE

Vendredi 4 avril : Comité de suivi

Les sujets abordés lors de ce comité de suivi ont été les suivants : la mise en place du projet culturel, le rayonnement d'Orange à travers le plan de communication ainsi que la partie financière et contractuelle.

Mercredi 9 avril : réunion de préparation de la soirée du conservatoire prévue le 24 mai, sur l'utilisation du système de vidéomapping

Jeudi 17 avril : réunion avec le service culturel et les producteurs des spectacles pour la préparation de la saison estivale

COMMUNICATION

Partenariats

Pour 2025, de nouveaux partenariats ont été conclus afin de permettre une visibilité du Théâtre et de l'Odyssée Sonore. Les partenaires qui nous accompagneront pour cette saison sont les suivants :

- **La Provence** : offre de valorisation digitale sur leur site web et réseaux sociaux
- **Beaux-Arts Magazine** : pages de publicité sur les supports Beaux-Arts Magazine, Quotidien de l'Art et Grande Galerie ainsi que le tournage et la diffusion d'une vidéo de 100 à 120 secondes pour présenter l'offre complète proposée par le Théâtre
- **Marie-Claire / Sudnly** : publiédactionnels dans les magazines ainsi que sur le web, newsletter
- **Le Bonbon** : mise en avant de l'Odyssée Sonore sur leurs réseaux sociaux

Avril 2025

- **France TV** : publicités ciblées dans la région via un teaser de 20 secondes diffusé sur des émissions prédéterminées correspondant aux principales cibles de visite
- **Ici Vaucluse** : campagnes publicitaires, jeux-concours et interviews
- **Focal** : échange de visibilité pour mise en valeur du matériel sonore de qualité de l'Odyssée Sonore

Newsletter

Une campagne d'emailing a été envoyée à l'ensemble des spectateurs du 1er volet de l'Odyssée Sonore afin de présenter le nouveau chapitre de l'expérience. La newsletter était accompagnée d'un code promotionnel permettant une réduction de 20%.

Cette newsletter a engendré un taux d'ouverture considérable, soit près de 50% pour la version française et 40% pour la version anglaise.

Interview

Le 11 avril, un journaliste du Vaucluse Matin a été accueilli par Julia Pons, afin de promouvoir le retour des Gardiens de l'Histoire.

Avril 2025

"Les Gardiens de l'histoire" sont de retour au théâtre antique

Lancée avec succès pour ses trois premières éditions, l'animation "Les Gardiens de l'histoire" revient pour la quatrième année consécutive dans le théâtre antique. 2000 ans d'histoire seront racontés aux visiteurs printaniers et estivaux. Dispersés dans le site, des comédiens interpellent le public en contant anecdotes et faits historiques.

Après le succès des trois précédentes saisons, et pour la quatrième année consécutive, le théâtre antique accueille les "Gardiens de l'histoire".

Destiné à un public familial et intergénérationnel, le théâtre antique propose de rencontrer des personnages clés qui ont marqué les 2000 ans d'histoire du monument. Au hasard de la visite et dispersés dans le théâtre, ces comédiens et comédiennes viennent à la rencontre des visiteurs, pour leur conter anecdotes et faits historiques du monument romain.

Un parcours conceptuel à la fois humain, ludique et enrichissant

Un retour vers le passé que Marullus, Sarah Bernhard, Auguste Caristie, Tiburge, Guillaume au cornet, Lucius le vétéran légionnaire et plus près de nous, Corinne, issue du festival Orange 73, font revivre grâce à leurs connais-



Présent et passé se télescopent grâce à Julia, Alexandre, Aurore, Anahid et Gabent sur la photo) Noé. Photo Le DL/PT.

ces historiques.

Rompus à l'exercice, ces passionnés et passionnantes comédiens professionnels Anahid, Aurore Delarrat, Alexandre Schurderet et un jeune issu du conservatoire, Noé Sabon, adaptent leurs discours, en

français et en anglais, en fonction des visiteurs. « J'aime jouer ici et transmettre en travaillant dans la vulgarisation historique », souligne Alexandre. Il pratique l'escrime artistique et travaille aussi sur la forteresse de Mornas.

Les grands moments du théâtre et de la ville d'Orange sont ainsi passés en revue. Et, ce qui n'était au départ qu'une simple visite, devient un parcours conceptuel à la fois humain, ludique et enrichissant. Comme le précise Julia Pons, direc-

trice adjointe du site: « On retrouve ces personnages, pas forcément dans les endroits les plus visibles pour justement inviter les gens à aller à leur rencontre. Nous sommes dans des formats d'environ 20 minutes par personnage. Les gardiens sont sur le parcours de l'audioguide ». Une véritable immersion interactive dans ce passé qui explique notre présent.

Le Théâtre antique propose également de nombreux ateliers pédagogiques avec, notamment, la fabrication de fibules (accessoire vestimentaire le plus porté entre la fin de l'âge du bronze et le Moyen Âge), une initiation à la calligraphie romaine, la découverte de la marelle, du modelage de médaillon à l'effigie de l'empereur Auguste et où chacun repart avec le produit confectionné.

• Pascal Turc

"Les Gardiens de l'histoire" sont présents au théâtre antique: du vendredi 8 au dimanche 20 avril; du mercredi 30 avril au dimanche 4 mai; du mercredi 7 au dimanche 11 mai; du lundi 7 juillet au jeudi 14 août; du mercredi 22 au samedi 25 octobre; du mercredi 29 octobre au samedi 1^{er} novembre. À partir de 11 €, avec une majoration du prix d'entrée de 1,50 €. De 16 heures à 18 heures. Gratuit pour les moins de 7 ans. Accès PMR (Personne à mobilité réduite).

Avril 2025

ACTIONS COMMERCIALES

Bourse aux dépliant

Mardi 1er avril : Velleron

Bourse aux dépliant traditionnelle organisée par Vaucluse Provence
Attractivité pour les échanges de dépliant en début de saison

Jeudi 3 avril : Alès

Bourse aux dépliant organisée par Gard Tourisme au Parc des
Expositions d'Alès. Nous avons été dévalisés par les structures
gardoises (gîtes, OT, campings, etc.).



Avril 2025

Salons

Mardi 1er et mercredi 2 avril : Rendez-Vous en France à Lyon

Le Rendez-vous incontournable organisé par Atout France. Près de 1000 professionnels du tourisme se rencontrent pour des rendez-vous d'affaires, à travers lesquels nous avons mis en avant toute la diversité de nos offres. Le concept du passé qui résonne avec le futur séduit complètement les opérateurs étrangers. À noter que la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur a été la plus représentée avec plus de 110 exposants, suivi de la région Auvergne-Rhône Alpes. En 2026, le salon sera accueilli à Nice. Des pré-tours sont prévus pour faire découvrir la région aux organisateurs de voyages venus du monde entier.



Mercredi 9 et jeudi 10 avril : Accueil de journalistes néerlandais pour la 2ème année consécutive à Orange.

Avril 2025

Cette fois, en collaboration avec Edeis Romanité, les journalistes ont effectué un voyage axé sur la Romanité. Après une visite des monuments romains de Nîmes, ils ont continué avec le Pont du Gard et sont venus jusqu'à Orange. En plus des posts sur les réseaux sociaux, les premiers articles online ont été publiés avec une mise en avant des partenaires participants qui ont offert notamment le dîner en arrivant à Orange, et le pique-nique pour le voyage de retour en train. Un grand merci à l'Office de Tourisme également qui a offert l'intervention d'une guide conférencière pour la visite de l'Arc de triomphe et de la ville d'Orange.

Ci-dessous les articles parus :



[illegible]

Avril 2025



Zoek de geheime deus...

Aan de spoorlijn van de IJzer, die Truempitz aan
 je voert naar de grootschalige koloniale
 blokken van kleurloze betonnen
 met de stalen gewoonte met

They are extremely bumpy on some
 patches, but in the Arctic the ground has the
 smoothest feel I've ever seen. It's probably
 not too surprising to see that the ground
 is so smooth in the Arctic.

De gewoontje handeling: want je kunt geen raven of vorken in de hand. Kunnen je kinderen de geboden idee vinden?

Lekkers en souvenirs op de weekmarkt van Orange

Waarom je Orangetractor gebruikt op een
conferentie dan heb je geruk. Teken week is er
namelijk eens grote en gezellige markt in de
stad! Onder het heile verfs kan heel slecht of
waarschijnlijk ook mooie producten.

These amendments to the plan will ensure future specialization by providing the necessary structure to allow the company to focus on its core business, as it continues to grow and expand its operations.

Heelst eten is een kwestie van smaak. Maar het is ook een kwestie van gezondheid. En dat is het belangrijkste. Het is niet alleen de smaak die telt, maar ook de hoeveelheid en de kwaliteit van de voedingsstoffen. Het is belangrijk om te weten wat je eet, en hoe het je lichaam beïnvloedt. Het is ook belangrijk om te weten wat je niet moet eten, en hoe dat je lichaam beïnvloedt. Het is belangrijk om te weten wat je moet eten, en hoe dat je lichaam beïnvloedt. Het is belangrijk om te weten wat je niet moet eten, en hoe dat je lichaam beïnvloedt.



Boomer up Interest

Avril 2025



Avril 2025

Mardi 29 avril : Salon PRO/CSE au cinéma CGR Rivesaltes

1er salon CSE de la saison. Très faible fréquentation en raison de la tenue du même salon à Narbonne et Rodez quelques jours avant, mais une mise en avant des offres intéressantes tout de même.

RÉSEAUX SOCIAUX

En avril, nous avons révélé la nouvelle affiche de l'Odyssée Sonore intitulée « Quand les Dieux s'en mêlent » sur nos réseaux sociaux.

- Pour maximiser la promotion de cet événement, plusieurs actions ont été mises en place
- Annonce du nouveau spectacle accompagnée de l'affiche
- Mise à jour de la biographie Instagram
- Création de stories à la une
- Création de l'événement sur Facebook
- Compte à rebours en story
- Publications épinglées sur Facebook et Instagram

C'était également l'occasion de dévoiler la vidéo promotionnelle du Théâtre sur nos réseaux, marquant ainsi le lancement de la saison touristique.

En partenariat avec les Arènes de Nîmes, une publication a été réalisée pour encourager les spectateurs du spectacle « Romulus, la naissance de Rome » à visiter le Théâtre et profiter d'un tarif réduit.

Visibilité et Engagement :

Notre communauté continue de croître :

- Sur Instagram, nous avons atteint 10 318 abonnés, tandis que notre page Facebook compte désormais 19 118 abonnés. De plus, 7,8 % de notre audience Facebook et 4,4 % de notre audience Instagram proviennent de la ville d'Orange.

Publications Phare :

- Sur Instagram, notre teaser promotionnel a été la publication la plus performante.
- Sur Facebook, c'est l'affiche du nouvel Odyssée Sonore qui a suscité le plus d'engagement.

Merci pour votre attention.

Mai 2025

Coup de projecteur

La gazette de l'été du Théâtre antique a été livrée le 12 mai. Ce support de communication gratuit et distribué par notre chargée de promotion à Orange et dans ses alentours est un outil qui permet de faire la promotion du Théâtre antique et des différentes activités qui y sont proposées mais également du territoire d'Orange. Ce sont 30 000 exemplaires qui ont été imprimés et qui seront diffusés jusqu'à la fin de l'été.



CHIFFRES CLÉS

La fréquentation du Théâtre est en hausse de 5% par rapport à 2024.

La fréquentation du Musée est en baisse de 31% quant à elle. Cela peut s'expliquer par le fait qu'en 2024, la billetterie du Théâtre se trouvait au Musée.

	Fréquentation Mai 2025	Comparatif Mai 2024
Théâtre antique	18 079	17 224
Musée d'art et d'histoire	6 213	9 076

La fréquentation des groupes est également en hausse de 45%. Durant le mois de mai, nous avons accueilli de nombreux groupes scolaires, favorisés par le dispositif du Pass Culture.

	Fréquentation Mai 2025	Comparatif Mai 2024
Groupes	5 343	3 677

L'expérience historique en réalité virtuelle a quant à elle accueilli 2 210 spectateurs, soit 13% de la fréquentation totale du Théâtre.

Depuis la reprise de l'**Odyssée Sonore** le 7 mai, nous avons accueilli 947 spectateurs sur cette nouvelle édition, répartis sur 11 soirées.

Mai 2025

COMMUNICATION

Voyages de presse

Aux côtés de notre agence de presse, Pierre Laporte Communication, nous avons organisé deux voyages pour la presse afin de découvrir le monument ainsi que ses parcours de visite :

- L'Âge d'or du Théâtre antique
- Les légendes du Théâtre
- L'expérience historique en réalité virtuelle : *Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu*
- Les Gardiens de l'Histoire
- L'Odyssée Sonore : *Quand les Dieux s'en mêlent*

Ces rencontres ont été l'occasion de présenter à la presse régionale, nationale, ainsi qu'à des créateurs de contenus sur les réseaux sociaux, l'ambition d'Edeis au travers de son projet culturel, illustrée par la présentation des parcours de visite.

Plusieurs médias et créateurs de contenus étaient présents à cette occasion, seize au total : Objectif Gard, La Provence, Vaucluse Matin, Le Figaro, Midi Libre, Le Quotidien de l'Art, Sonovision, Science et Avenir, etc.

Plusieurs articles ont été publiés à la suite, et d'autres devraient paraître dans les semaines à venir. En voici quelques extraits :

[11/05/25 - La Provence : Article en ligne + article en print "L'Odyssée Sonore vous raconte une histoire"](#)

[11/05/25 - Midi Libre : Article en ligne](#)

[28/05/25 - Sciences et Avenir : Article de B. Beaujean suite à sa venue : en ligne](#)

Interviews

Plusieurs interviews ont été réalisées au mois de mai, particulièrement concernant l'Odyssée Sonore, qui a représenté une actualité importante pour le Théâtre au mois de mai :

- 5 mai : interview de Mathilde Moure par l'Événementiel by Républik
- 6 mai : interview sur place et en direct par téléphone de Julia Pons par Ici Vaucluse
- 20 mai : interview en direct par téléphone de Julia Pons par Ici Vaucluse
- 29 mai : interview sur place de Julia Pons par Ici Vaucluse, durant l'installation et la représentation de l'Odyssée Sonore. Le journaliste a également interviewé des spectateurs suite à l'expérience, en vue d'un reportage également diffusé sur la Canal Ici (canal 3 de la TNT) prévu pour le mois de juin.

Mai 2025

Tournages

Deux tournages ont été réalisés au mois de mai.

Le 14 mai, l'équipe de **C'est Toujours Pas Sorcier** est venue sur place, pour une émission dont la thématique portait sur la technologie au service de l'archéologie. C'est donc sur l'expérience en réalité virtuelle que s'est concentré le tournage. Les équipes d'Edeis et d'Art Graphique et Patrimoine (réalisateurs de l'expérience) ont expliqué en quoi a consisté le projet et comme cela se retranscrit dans l'expérience de visite. La diffusion de l'émission est prévue pour le dernier trimestre 2025.



Mai 2025

Les 29 et 30 mai, ce sont les équipes de Beaux-Arts Magazine qui étaient présente dans le cadre de notre partenariat média, en vue de la réalisation d'une vidéo de 100 secondes environ, présentant l'histoire du monument et la manière dont il continue d'être une salle de spectacles à la pointe de la technologie. La vidéo sera diffusée dans la courant du mois de juin.

Shooting photos

Dans le cadre du nouveau chapitre de l'Odyssée Sonore, un shooting photos a été réalisé. Voici une sélection des visuels les plus spectaculaires. Un teaser est également en cours de réalisation, selon deux formats, et sera prêt courant juin.



Mai 2025



Mai 2025

ACTIONS COMMERCIALES

23 mai : Forum des Pionniers - Workshop destination

Pour cette 23ème édition, le Forum des Pionniers a invité ses participants à se pencher sur les futurs de l'intermédiation dans le secteur du tourisme et des voyages. Parfois trop facilement réduite à une simple connexion entre l'offre et la demande, l'intermédiation joue pourtant bien d'autres rôles : elle relie les voyageurs aux destinations et aux services autant qu'elle façonne l'expérience des clients et qu'elle influence leurs choix.

À la croisée des chemins entre évolutions technologiques, nouvelles attentes des voyageurs et défis environnementaux, l'intermédiation évolue vers de nouveaux horizons et ouvrent de nouvelles opportunités. Quels seront les nouveaux rôles des intermédiaires à l'ère de l'intelligence artificielle et des plateformes automatisées ? Comment garantir la confiance et la transparence dans un univers saturé d'informations ?

Et surtout, comment réinventer l'intermédiation pour répondre aux besoins d'un tourisme plus durable, plus responsable, et centré sur l'humain ? En plus des conférences, les Pionniers ont été invités à découvrir la destination sous un angle différent de l'imaginaire collectif, à la découverte de lieux insolites et insoupçonnables.

7 rendez-vous sur les 50 pionniers français présents ont été réalisés par le Théâtre antique, dont un rendez-vous avec l'agence Arts et Vie, Peplum, Worldia etc. Un workshop riche en échanges et bien sûr porteur d'opportunités !



Mai 2025

Promotion régionale

Notre chargée de promotion continue par ailleurs ses tournées de promotions à travers la région pour distribuer affiches et flyers auprès des commerces, Offices de Tourisme, hébergeurs, commerces, etc.

RÉSEAUX SOCIAUX

Le mois d'avril a été un moment fort avec le lancement du nouveau chapitre de l'Odyssée Sonore intitulé « Quand les Dieux s'en mêlent ». Pour maximiser la visibilité de cet événement exceptionnel, nous avons intensifié notre présence sur les réseaux sociaux. De nombreux posts et stories ont été partagés pour mettre en avant ce spectacle immersif.

Nous avons également investi dans des publications sponsorisées et collaboré avec « Focal », partenaire de l'expérience et fournisseur des casques audios de l'expérience, pour toucher une audience encore plus large.

Visibilité et Engagement

Notre communauté en ligne continue de croître de manière importante.

Sur Instagram, nous avons atteint 10 400 abonnés, et notre page Facebook compte désormais 19 260 abonnés. 7,8 % de notre audience Facebook et 4,4 % de notre audience Instagram sont originaires de la ville d'Orange, ce qui témoigne de notre ancrage local.

Publications phares

Sur Instagram, notre reprise de la tendance « BREF » a connu un franc succès avec 7 000 vues et 152 likes.

Sur Facebook, un carrousel de photos mettant en valeur l'Arc de triomphe a généré 386 likes, soulignant l'intérêt pour notre riche patrimoine.



Mai 2025

Marketing d'influence

Le 6 mai, lors de la première des deux soirées organisées à l'attention de la presse, nous avons eu le plaisir d'accueillir des créateurs de contenus influents

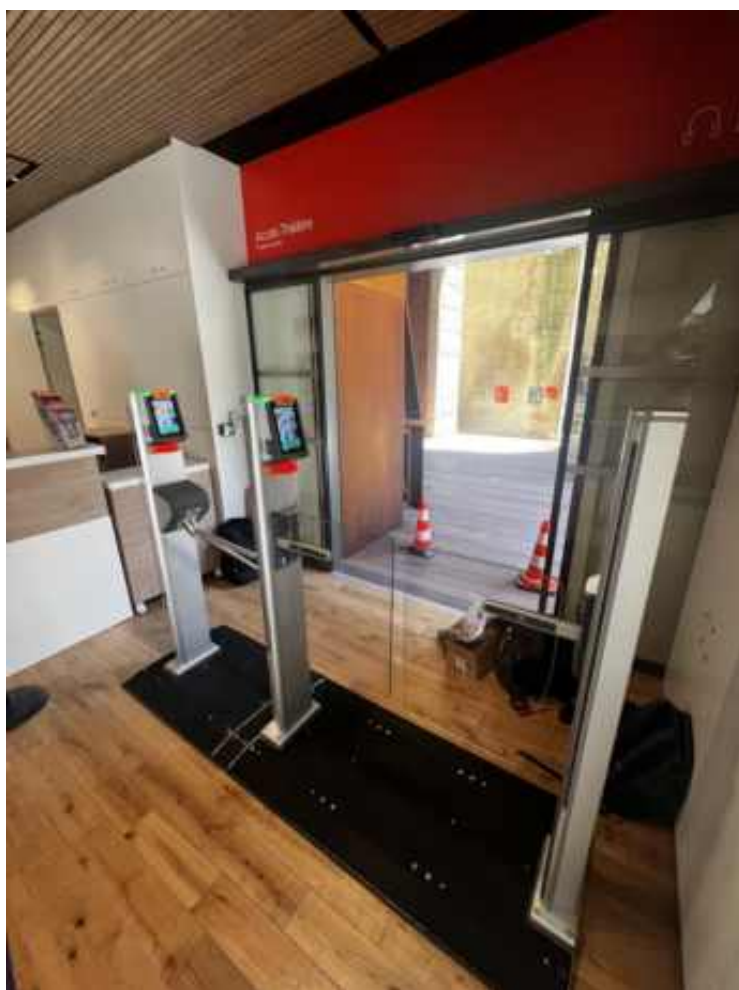
- Les chemins de Traverse (6 000 abonnés)
- Mes Blondinets (14 000 abonnés)

Ils ont découvert le nouveau spectacle nocturne ainsi que nos nouveaux espaces de visite, et ont partagé leur expérience à travers des stories et des réels, élargissant ainsi notre portée auprès de leurs audiences respectives.



EXPLOITATION

Le 13 mai dernier, nous avons procédé à l'installation de notre système de contrôle d'accès. Cela permettra un contrôle efficace et une fluidité de gestion des flux de visiteurs. Le prestataire choisi pour ce dispositif est Axess, dont les systèmes couvrent de nombreux domaines d'activités : loisirs et culture, domaines skiabiles, foires-expos et congrès, etc. Implantés dans plusieurs pays depuis 1998, ils sont également capables de s'interfacer sans difficultés avec Smeetz, notre nouveau logiciel de billetterie.



/ Mai 2025

RELATIONS EXTÉRIEURES

15 mai : Apéro des entrepreneurs

Le 15 mai dernier, s'est tenu le premier Apéro des entrepreneurs au Théâtre antique d'Orange. Ceci a été l'occasion de réunir plus de 200 participants pour une soirée conviviale au sein du monument.

SUIVI DE LA DÉLÉGATION ET RELATIONS AVEC LES SERVICES DE LA VILLE

22 mai : Inauguration de l'espace d'accueil rénové de l'Office de Tourisme

Les équipes d'Edeis étaient ravis de participer à l'inauguration de ce nouvel espace.

24 mai : Soirée du conservatoire

La soirée du Conservatoire de la Ville d'Orange s'est déroulée au Théâtre antique d'Orange. Les équipes d'Edeis a mis à disposition le système de vidéo projection du monument, pour un show spectaculaire.

29 mai : Rendu du rapport annuel de l'activité 2024 d'Edeis pour les monuments d'Orange

Merci pour votre attention.

Juin 2025

Coup de projecteur



Le 30 juin dernier, nous avons célébré le départ de Mathilde Moure, après 10 ans, soit 3 687 jours, passés au Théâtre antique d'Orange. D'abord responsable d'exploitation sous Culturespaces de 2015 à 2022, puis directrice sous Edeis de 2022 à 2025, Mathilde a su faire rayonner le monument grâce à des projets toujours plus attractifs et l'implication qu'on lui connaît unanimement.

Cette soirée a été une belle occasion de lui rendre hommage, aux côtés de nombreux invités et de toute l'équipe du Théâtre antique.



CHIFFRES CLÉS

La fréquentation du Théâtre est en hausse de 6% par rapport à 2024.

La fréquentation du Musée est en baisse de 28% quant à elle. Cela peut s'expliquer par le fait qu'en 2024, la billetterie du Théâtre se trouvait au Musée.

	Fréquentation Juin 2025	Comparatif Juin 2024
Théâtre antique	16 437	15 542
Musée d'art et d'histoire	5 233	7 226

La fréquentation des groupes est en revanche en baisse de 16% sur le mois de juin. Les groupes se sont davantage concentrés sur le mois de mai, durant lequel nous avons connu une hausse de 45%. La suspension du dispositif du Pass Culture a vraisemblablement impacté cette dynamique.

	Fréquentation Juin 2025	Comparatif Juin 2024
Groupes	3 703	4 423

Sur la période de janvier à juin, la fréquentation totale pour la visite des monuments est en hausse de 7%.

L'expérience historique en réalité virtuelle a quant à elle accueilli 1 716 spectateurs, soit 11% de la fréquentation totale du Théâtre.

L'Odyssée Sonore n'était pas programmée durant le mois de juin.

Juin 2025

Concernant les provenances, nous avons accueilli 43% de visiteurs français, et 57% de visiteurs étrangers. Les 3 provenances étrangères les plus représentées au mois de juin sont l'Allemagne, les États-Unis puis les Pays-Bas.

Les visiteurs français quant à eux sont représentés par les départements Vaucluse, Rhône-Alpes Ile-de-France et Bouches-du-Rhône.

COMMUNICATION

Teaser Odysée Sonore

Notre nouveau teaser de l'Odysée Sonore tourné en mai est également disponible : <https://youtu.be/JjviBPHewFY>

Interviews

Plusieurs interviews ont été réalisées au mois de juin, particulièrement concernant l'Odysée Sonore, qui représente une nouveauté importante en cette période :

- 17 juin : interview de Julia Pons et Cécile Cros (entreprise Narrative ayant réalisée la partie sonore du spectacle) qui sera diffusée dans la chronique matinale *Les festivals de l'été* de Laëtitia Bernard, le 11 août à 7h20
- 22 juin : interview en direct par téléphone de Mathilde Moure par Ici Vaucluse pour la chronique *Bienvenue chez vous*

Campagnes d'affichage

Une campagne d'affichage a été réalisée au mois de juin avec le visuel du Théâtre antique : réseaux d'affiches sur les vitrines des commerces des villes de Nîmes, Uzès, Orange, Vaison, Arles, Avignon et Valence.

PARTENARIATS MÉDIAS

Vidéo Beaux-Arts Magazine

Dans le cadre de notre partenariat avec Beaux-Arts Magazine, nous avons réalisé une vidéo de 2min30, présentant l'histoire du monument et la manière dont il continue d'être une salle de spectacles à la pointe de la technologie. Il constitue un bel outil de communication, mettant en avant l'offre culturelle et la beauté du monument.

La vidéo sera utilisée pour la promotion et est accessible sur notre chaîne YouTube à l'adresse suivante :

<https://youtu.be/tYzcYE9btyc>

Juin 2025

Partenariat Marie-Claire Sud

Notre partenariat avec le magazine Marie-Claire Sud nous a permis un bel article mettant en valeur le Théâtre antique et son offre culturelle.

THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE • MARIE-CLAIRE SUD

THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE

SCÈNE DES DIEUX

Monument emblématique du patrimoine romain, le Théâtre antique d'Orange nous plonge dans une expérience inédite. Entre parcours immersifs, concerts d'anthologie et divinités antiques réveillées, il fait rimer mythologie et technologie pour un été spectaculaire.



Imaginez une nuit d'été étoilée, la voûte céleste pour plafond, les pierres romaines millénaires comme gradins et la voix des dieux résonnant dans votre casque. Bienvenue au Théâtre antique d'Orange, joyau de l'UNESCO, théâtre romain le mieux conservé d'Europe et désormais scène sonore du futur. Car ici, l'histoire ne s'admire pas, elle se vit. Dans l'expérience immersive "Quand les dieux s'en mêlent", Terra, la déesse de la Terre, vous embarque dans une quête initiatique où chaque spectateur devient acteur, invité à rétablir l'harmonie entre mythes et humanité.

Et ce n'est qu'un début. En 2025, le Théâtre poursuit sa mue futuriste et dévoile "Les légendes du Théâtre", un parcours sensoriel mêlant archives précieuses, réalité virtuelle et anecdotes de spectacles oubliés. Plongez au cœur de Carmen ou dansez au Positiv Festival, découvrez les rouages d'un théâtre romain ou revivez les concerts dans une réalité virtuelle suivie grâce à VR Music Live. Le passé y frotte avec le présent, et l'innovation y célèbre l'émotion.

Côté scène, les vibrations ne s'arrêtent jamais. De Wre Smith à Dream Theater, de la DJ Annelie Lens aux concerts Candlelight, éclairés à la bougie, l'été s'annonce électrisant. Chaque performance, amplifiée par l'acoustique millénaire et unique du lieu, rend hommage à cette alchimie rare entre patrimoine et avant-garde.

À Orange, l'art transcende les époques, il palpète dans les gradins de pierres, résonne dans l'air, électrise les nuits. Cet été, venez ressentir et respirer son souffle éternel.



Théâtre antique d'Orange,
Rue Madeleine Roch,
84100 Orange
04 90 51 17 90
theatre-antique.com
@theatreantiquedorange-
officiel
Théâtre antique d'Orange

Un été 2025 à Orange :

- Les légendes du Théâtre, Parcours permanent
- Les secrets du Théâtre, Parcours patrimonial
- L'Odyssée Sabeur, du 7 mai au 30 décembre 2025
- Quand les dieux s'en mêlent, Expérience immersive
- Soirée Métal, avec Dream Theater & Extreme, 29 juillet
- Concerts de Wre Smith, 31 juillet et 1^{er} août
- Positiv Electronic Festival, 10, 16 et 17 août
- Concerts Candlelight, 8 juin, 3 août, 19 septembre
- Les Gardiens de l'Histoire, du 5 juillet au 14 août
- du 22 au 16 octobre
- du 29 octobre au 1^{er} novembre

Juin 2025

ACTIONS COMMERCIALES

3 juin : salon CSE cinéma CGR Clermont-Ferrand

Rencontre avec les élus des CSE au cinéma CGR de Clermont-Ferrand.

17 juin : salon CSE cinéma CGR Villefranche-sur-Saône

Rencontre avec les élus des CSE au cinéma CGR de Villefranche-sur-Saône.



Juin 2025

17 juin : salon CSE au Parc Spirou à Monteux

Rencontre avec les élus des CSE au parc Spirou à Monteux. La journée été exclusivement dédiée aux CSE, amicales et collectivités situées dans le triangle Lyon - Nice - Narbonne. Un très grand succès pour l'équipe du Théâtre antique puisque près de 40 contacts se sont arrêtés sur le stand pour découvrir nos offres.



17 juin : workshop Alternative France à Londres

Networking avec la presse britannique : 1ère participation du Théâtre antique pour ce networking avec les médias britanniques (presse spécialisée, créateurs de contenus, presse régionale et nationale). Grâce au soutien du Pavillon Bouachon à Châteauneuf-du-Pape, nous avons su séduire les participants en mettant en valeur notre offre culturelle, accompagnée d'une dégustation raffinée des vins de l'AOC Châteauneuf-du-Pape.



Juin 2025



Juin 2025

Promotion régionale

Notre chargée de promotion continue par ailleurs ses tournées de promotions à travers la région pour distribuer affiches et flyers auprès des commerces, Offices de Tourisme, hébergeurs, commerces, etc.

RÉSEAUX SOCIAUX

Le mois de juin lance la saison estivale, et nous faisons donc des publications pour annoncer les animations d'été, comme les Gardiens de l'Histoire et les ateliers pédagogiques.

Nous partageons également les événements programmés au Théâtre : MMA, Positiv Prod, Chorégies, etc.

Visibilité et Engagement

Notre communauté en ligne continue de croître.

Sur Instagram, nous avons atteint 10 595 abonnés, et notre page Facebook compte désormais 19 385 abonnés. 7,8 % de notre audience Facebook et 4,4 % de notre audience Instagram sont originaires de la ville d'Orange, ce qui témoigne de notre ancrage local.

Publications phares

Sur Instagram, la vidéo qui a remporté le plus grand succès est une vidéo d'une tendance « **Le sud de la France cache des joyaux** » avec un peu plus de 4 000 vues et 383 likes.

Sur Facebook, c'est une vidéo sur l'Arc de triomphe avec 230 likes :



Juin 2025

EXPLOITATION

Livre d'or numérique

L'installation du livre d'or numérique depuis le printemps nous permet d'accéder à de nombreuses informations concernant nos visiteurs et leur satisfaction. Nous effectuons donc désormais un reporting mensuel des informations récoltées.

Un questionnaire a été conçu, permettant d'évoquer l'accueil, la propreté du site et les différents parcours de visite.



Juin 2025

Les données récoltées sont basées sur 494 participants pour le mois de juin.

La note de satisfaction globale est de 8,64/10, avec 94% de répondants satisfaits et 6% d'insatisfaits.

Une grande partie des visiteurs visitant le monument grâce à sa notoriété :

Comment avez-vous entendu parler de nous ?
QCM



296 réponses ont été choisies au total

290 participants ont répondu à la question

Notoriété du lieu	35.8% (88)
Par un(e) proche	21.2% (53)
Autre - le passant	21.2% (53)
Autres sites internet	11.2% (28)
En passant devant	10.4% (26)
Notre site internet	4.8% (12)
Autres réseaux sociaux	4.8% (12)
Nos réseaux sociaux	4% (10)
Autres médias (tv, radio, journaux)	2.4% (6)
Publicité (affichage, brochures, etc.)	2.4% (6)
Nouvelles	0.8% (1)

Juin 2025

Une majorité des visiteurs (70%) visitent le monument pour la première fois.

Êtes-vous déjà venu(e) ?

QCU



476 participants ont répondu à la question

Non, c'est la première fois	70.2% (334)
Oui, une fois	22.1% (105)
Oui, à plusieurs reprises	7.8% (37)

Les visiteurs viennent majoritairement en famille ou en couple.

Avec qui êtes-vous venu(e) ?

QCU



267 participants ont répondu à la question

En famille	35.2% (94)
En couple	34.1% (91)
Seul(e)	7.5% (20)
Avec ma classe	7.1% (19)
En groupe	6.7% (18)
Entre ami(e)s	6.7% (18)
Entre collègues	1.9% (5)
Autre : +2 personnes	0.7% (2)

Juin 2025

9% des participants à l'expérience en réalité virtuelle ont laissé un avis sur le livre d'or, avec une note moyenne de 8,7/10.

74% des visiteurs ont visité ou on prévu de visiter l'Arc de triomphe. Ceux ne le visitant pas indiquent dans la majeure partie des cas que c'est par manque de temps.

Avez-vous ou allez-vous visiter l'Arc de triomphe d'Orange ?

QCU



279 participants ont répondu à la question

Oui

73.8% (206)

Non - 39 précisions

26.2% (73)

Escape game

L'escape game du Théâtre antique a été supprimé de l'offre du Théâtre antique. Installé depuis 2020 en complément de la visite des monuments, il aura accueilli près de 15 000 participants.

La décision a été prise compte tenu de l'orientation des projets du monument, dans lequel le jeu ne s'inscrivait plus. Il laissera néanmoins place à de nouveaux projets, notamment un parcours à venir, davantage dédié aux jeunes visiteurs.

Juin 2025

ÉVÉNEMENTS

Candlelight

Le 8 juin dernier, un nouveau concert Candlelight a eu lieu au Théâtre antique. Ce concert a rassemblé près de 1 200 spectateurs, soit la quasi-intégralité de la jauge.

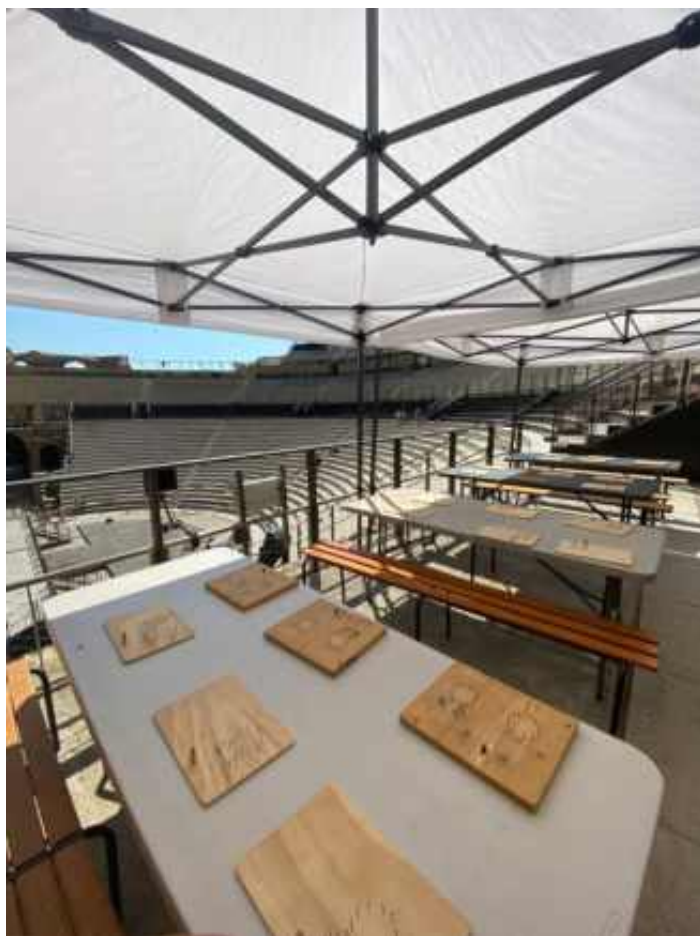
Le thème du concert étaient les musiques de Queen et ABBA, à la lueur des bougies.



Juin 2025

Matinée des enfants

Le 30 juin dernier, s'est tenue la Matinée des enfants, un événement organisé à l'initiative des Chorégies d'Orange, auquel nous nous sommes associés pour proposer une série d'ateliers ludiques à destination d'enfants venus de plusieurs écoles de la région. Calligraphie, fabrication de fibules, chant, costumes... autant d'activités variées qui ont permis à près de 400 enfants de vivre une matinée riche en découvertes au cœur du Théâtre antique.



Juin 2025

RELATIONS AVEC LES SERVICES DE LA VILLE ET RELATIONS EXTÉRIEURES

4 juin : rencontre entre les directions de l'Office de Tourisme et du Théâtre antique en vue de faire le point sur les collaborations et actions mutualisées possibles entre les deux entités.

5 juin : réunion sécurité des Chorégies d'Orange

Merci pour votre attention.

Juillet 2025

Coup de projecteur

Les 31 juillet et 1^{er} août, nous avons eu l'immense plaisir d'accueillir Will Smith pour deux concerts exceptionnels au Théâtre antique.

L'artiste a partagé toute son énergie avec le public sur ces deux soirées historiques, qui ont accueilli environ 12 500 spectateurs.

Le chanteur et acteur américain a enflammé la scène, et partagé des moments inoubliables avec le public.

Il a parlé du monument comme « la plus belle salle jamais faite », une mise en lumière incroyable pour le Théâtre antique.



CHIFFRES CLÉS

La fréquentation du Théâtre est en hausse de 28% par rapport à 2024.

Le début du mois de juillet a été très timide, puis un pic de fréquentation s'est installé dès la 2^{ème} semaine, avec beaucoup de touristes venus de l'étranger. Nos actions de promotion, tant dans la diffusion de supports de communication que notre présence sur les différents salons grand public, en France et en Europe, renforce notre visibilité.

La fréquentation du Musée est identique à celle de 2024. Après plusieurs mois de fréquentation en baisse, l'exposition Vallentin du Cheylard permet vraisemblablement la redynamisation du Musée.

	Fréquentation Juillet 2025	Comparatif Juillet 2024
Théâtre antique	27 512	21 511
Musée d'art et d'histoire	8 060	8 036

La fréquentation des groupes est en revanche en baisse de 21% sur le mois de juillet. Depuis les périodes de travaux de restauration, nous n'avons pas retrouvé les groupes de croisiéristes habituellement présents sur la saison estivale. Cette année, nous avons souvent accueilli des groupes spontanés venant d'Europe.

	Fréquentation Juillet 2025	Comparatif Juin 2024
Groupes	1 349	1 703

Juillet 2025

Sur la période de janvier à juillet, la fréquentation totale pour la visite des monuments est en hausse de 13%.

L'expérience historique en réalité virtuelle a quant à elle accueilli 3 295 spectateurs, soit 12% de la fréquentation totale du Théâtre.

L'**Odyssée Sonore**, programmée sur 3 soirées en juillet (14, 16 et 25), a connu un franc succès avec des premières séances complètes. Les touristes étant présents à Orange, nous avons également vendu des billets sur place, directement les soirs de spectacles. Près de 800 spectateurs ont été accueillis sur les 3 dates de juillet.

Concernant les provenances, nous avons accueilli 37% de visiteurs français, et 63% de visiteurs étrangers. Les 3 provenances étrangères les plus représentées au mois de juillet sont l'Allemagne, la Belgique puis les Pays-Bas. On note également une présence importante de Suisse, destination qui revient de manière conséquente depuis plusieurs mois.

Les visiteurs français quant à eux sont représentés par les départements Vaucluse, Rhône-Alpes Ile-de-France, Nord et Bouches-du-Rhône.

PROJET CULTUREL

Les animations estivales

Depuis le 6 juillet dernier, les animations estivales sont de retour, avec plusieurs nouveautés.

Les Gardiens de l'Histoire sont de retour, avec un nouveau personnage, Alaric II, un roi Wisigoth du Ve siècle, qui retrace via son personnage, les invasions à travers les siècles.



Juillet 2025

Les ateliers pédagogiques sont également toujours proposés, avec un nouvel atelier mis en place autour de la mosaïque. Afin de tester cet atelier, nous avons proposé au centre de loisirs de Boisfeuillet d'accueillir un groupe de 12 enfants le 15 juillet dernier, afin de leur faire profiter de cette nouvelle activité en avant-première. L'occasion également pour nos équipes de médiateurs de tester l'atelier en situation réelle.



Juillet 2025



Les retours ont été très positifs, et nous ont donc permis de proposer ce nouvel atelier au public individual dès le 18 juillet.

Juillet 2025

La **visite animée** est également de retour, après plusieurs mois de travail en vue de son amélioration, par rapport à la première version proposée l'été dernier.

C'est Maëlle, étudiante en médiation culturelle à la Sorbonne, qui a imaginé un scénario original à travers lequel les visiteurs sont invités à un retour vers le passé, à la rencontre des Gardiens de l'Histoire. La visite est proposée 2 fois par jour (11h et 15h), du lundi au vendredi.



Depuis le 14 juillet, date de son lancement, ce sont 464 visiteurs qui ont profité de cette visite, soit environ 16 personnes par créneau. Cette visite est proposée sans supplément, et entre dans le cadre du billet de visite incluant les animations estivales.

Juillet 2025

COMMUNICATION

Campagnes d'affichage

Plusieurs campagnes d'affichage se sont poursuivies sur le mois de juillet :

Campagne institutionnelle - Visuel du Théâtre antique

- Visuel du Théâtre sur des flancs de bus à Avignon, Nîmes et Aix-en-Provence ;
- Réseaux d'affiches sur les vitrines des commerces des villes de Nîmes, Uzès, Orange, Vaison, Arles, Avignon et sur le littoral gardois ;
- Réseaux d'affichage grand format (8m²) à Aubenas, Avignon et Montélimar ;
- Habillage du site internet de Citizen Kid.



Juillet 2025

Campagne Odysée Sonore

- Écrans dans plusieurs gares de la région de Marseille ;
- Écrans dans les gares d'Avignon centre et TGV ;
- Écrans dans des centres commerciaux de Valréas, Les Angles et Arles.

La stratégie liée à l'Odysée Sonore, avec des affichages quasi essentiellement sur des écrans permet la diffusion de visuels animés ou de vidéos, mettant davantage en valeur le spectacle.

Nous avons également lancé une campagne de stratégie digitale avec l'entreprise Asgard, spécialisée dans la communication digitale, en vue d'améliorer les ventes de l'Odysée Sonore, ayant débuté timidement sur le mois de mai. Cette campagne publicitaire consiste majoritairement au ciblage de spectateurs potentiels se trouvant à proximité d'Orange, via les réseaux sociaux.



PARTENARIATS MÉDIAS

Beaux-Arts Magazine

Dans le cadre de notre partenariat avec Beaux-Arts Magazine, une newsletter intégrant un article sur le monument ainsi que la vidéo réalisée au mois de mai a été envoyée à l'ensemble de leurs abonnés, soit 84 000 personnes : mailchi.mp/beauxarts.com/24_06_23_na_abo-19213228?e=49a60cd366

Ici Vacluse

Dans le cadre de notre partenariat avec Ici Vacluse, de nombreuses annonces et présentations de nos offres sont faites très régulièrement à l'antenne, ainsi que l'organisation de jeux-concours, permettant la visite des monuments ainsi que la découverte de l'Odysée Sonore.

Juillet 2025

ACTIONS COMMERCIALES

Pots d'accueil dans les campings

Les pots d'accueil dans les campings de la région ont commencé le dimanche 6 juillet pour mettre en avant nos offres auprès des touristes, notamment néerlandais et belges. Notre présence à ces pots d'accueil est prévue tout l'été, tous les dimanche et lundi soir, jusqu'au 31 août.



Promotion régionale

Notre chargée de promotion continue par ailleurs ses tournées de promotions à travers la région pour distribuer affiches et flyers auprès des commerces, Offices de Tourisme, hébergeurs, commerces, etc.

Juillet 2025

RÉSEAUX SOCIAUX

Le mois de juillet est un mois dense en événements au Théâtre antique d'Orange. L'été est aussi synonyme du retour des animations estivales, avec les Gardiens de l'Histoire et les visites pédagogiques. Cette année, les animations ont par ailleurs été renforcées avec la mise en place des visites animées. L'occasion pour les réseaux sociaux de faire un grand nombre de photos et vidéos.

Ainsi, nous avons couvert de nombreux événements comme les concerts du Positiv Festival (Will smith et Dream Theater), Candlelight, etc.

Visibilité et Engagement

Notre communauté en ligne continue de croître.

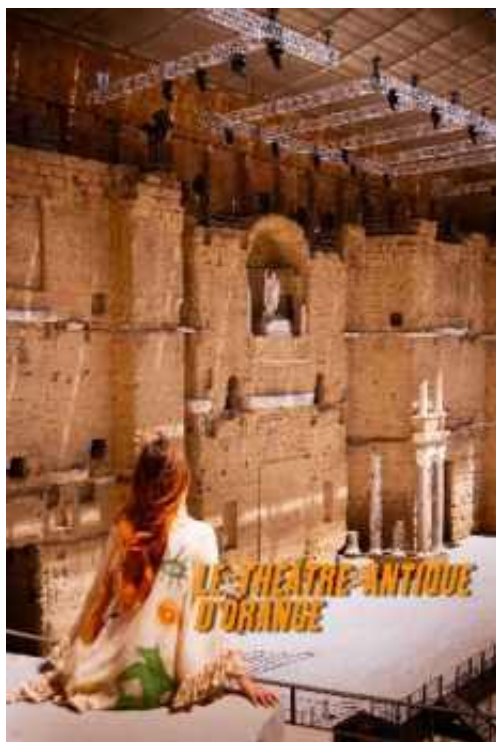
Sur Instagram, nous avons atteint 11 398 abonnés, soit 591 abonnées supplémentaires (+5%), et notre page Facebook compte désormais 19 745 abonnés, soit 233 abonnés supplémentaires (+1%).

Publication phare

Sur Instagram et Facebook, la vidéo qui a remporté le plus grand succès est la vidéo réalisée par Beaux-Arts Magazine sur le Théâtre antique d'Orange.

Marketing d'influence

En juillet, nous avons accueilli Louise Ebel, créatrice de contenus culturels. Une vidéo est à venir ainsi que des stories retraçant sa visite.



Juillet 2025

ÉVÉNEMENTS

Trail des Passerelles du Monteynard

Le week-end des 5 et 6 juillet, des équipes d'Orange et du siège d'Edeis se sont rejoints à La Mure, dans le cadre de l'organisation du Trail des Passerelles, dont Edeis et plus particulièrement Le Petit Train de La Mure (autre site touristique géré par Edeis) sont partenaires.

Cela a permis un week-end de cohésion d'équipe et de performances sportives pour Mathilde Moure et Julia Pons.



Juillet 2025



Grâce à ce partenariat, entre Edeis et le Trail des Passerelles du Monteynard, une vidéo valorisant le Petit Train et le Théâtre antique a été réalisée, faisant le parallèle entre modernité des événements et patrimoine historique.

Cette vidéo peut être visionnée via le lien suivant : https://drive.google.com/file/d/1-LFf-uAMALWoVqd_uoVWx7DOaBaoeOD5/view?usp=sharing

Juillet 2025

Coproduction Positiv Prod

Dans le cadre de la coproduction entre Positiv Prod et Edeis, 3 concerts ont été organisés :

- Mardi 29 juillet : Dream Theater et Extreme - **3 500 spectateurs accueillis**



Juillet 2025

- Jeudi 31 juillet et vendredi 1er août : Will Smith - 12 500 spectateurs accueillis



Juillet 2025

Durant les concerts de Will Smith, une captation vidéo 360° a été réalisée, comme cela avait été fait durant l'opéra Carmen en 2023 et durant le concert de Charlotte de Witte en 2023.

Cela nous permettra l'utilisation de ces contenus en vue de futurs projets culturels.



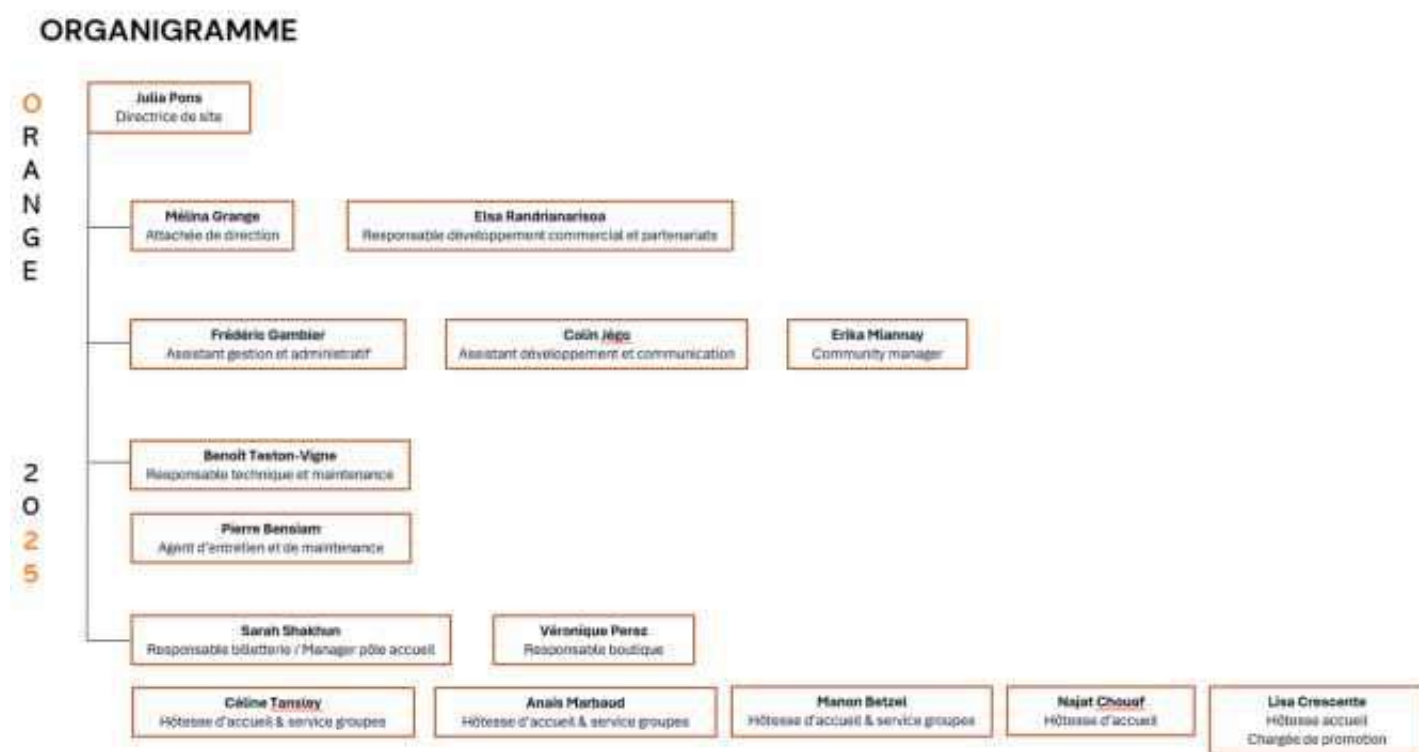
Juillet 2025

EXPLOITATION

Nouvelle organisation

Suite au départ de Mathilde Moure, responsable d'exploitation puis directrice du Théâtre antique depuis 2015, une réorganisation de l'équipe a été réalisée avec plusieurs évolutions internes, et le recrutement d'un nouveau membre de l'équipe.

L'organigramme ci-dessous permet une visualisation claire de cette nouvelle organisation, effective depuis le 1^{er} juillet :



- > Julia Pons, présente depuis 2018 et jusqu'alors directrice adjointe a pris le poste de directrice de site.
- > Mélina Grange, précédemment responsable de la billetterie depuis 2024, devient attachée de direction, afin de suppléer Julia Pons sur l'exploitation, la gestion administrative et la gestion des ressources humaines.
- > Elsa Randrianarisoa, présente dans les effectifs depuis 2011, auparavant hôtesse d'accueil, puis chargée des réservations de groupes, puis assistante commerciale et de gestion, devient responsable du développement commercial et des partenariats, afin de répondre aux besoins du site de développer davantage ces sujets.
- > Benoît Teston-Vigne, agent de maintenance depuis 2024, devient responsable maintenance et technique, répondant à un besoin d'exploitation et de présence sur le terrain.

Juillet 2025

> Pierre Bensiam, jusque-là agent d'entretien à temps partiel depuis 2024, évolue à temps plein en tant qu'agent de maintenance et d'entretien, afin d'aider Benoît Teston-Vigne dans ses missions liées à la maintenance, tout en conservant la gestion de l'entretien du site.

> Sarah Shakhun, en poste depuis 2018 en tant qu'hôtesse d'accueil, prend le poste initialement occupé par Mélina Grange, en tant que responsable de la billetterie.

Cette réorganisation a ainsi permis l'embauche de Lisa Crescente, sur une fonction hybride entre l'accueil et la promotion, à compter du 1^{er} septembre.

Arrivée des saisonniers

Aussi, la période estivale correspond à l'arrivée de nombreux membres de l'équipe, afin de répondre à la hausse de la fréquentation touristique :

> Les 4 comédiens incarnant les Gardiens de l'Histoire : Noé Sabon, Alexandre Schorderet, Aurore Delarrat et Anahid Djalali, ainsi que Maëlle Pivet et Elisa Guidarelli, médiatrices culturelles.

> Les équipes d'accueil :

- Marion Aguirre et Lisa Crescente, présentes depuis le mois de mars ;
- Valentine Vildieu et Lucie Connell-Fetel, présentes depuis le mois d'avril ;
- Liana Chan Fan présente depuis le mois de mai ;
- Elise Ribanier, Ève De Domahidy, Lou Meszaros et Harena Randrianarisoa présentes depuis le mois de juillet ;
- Les nombreux extras qui viennent nous prêter main forte, notamment sur les soirées d'Odyssée Sonore.

> L'équipe d'entretien : Rosella Claire présente depuis le mois de juillet.

En cette période durant laquelle nous accueillons de nombreux visiteurs, et où l'activité bat son plein, nous organisons, pour la 2^{ème} année consécutive, **des challenges de l'été** afin de mesurer la qualité d'accueil des visiteurs ainsi que la capacité commerciale des équipes. Du 14 juillet au 17 août, les équipes sont ainsi challengées sur la vente de nos produits complémentaires (réalité virtuelle, Odyssée Sonore), mais également contactées par téléphone par des clients mystères. Ces challenges bienveillants et collectifs sont soutenus par des partenaires locaux, nous permettant de bénéficier de lots à offrir lorsque les objectifs sont atteints : Boulangerie Mienzo, La Sardine aux yeux bleus, Les Doigts de fées, le Capitole Studios d'Avignon, etc.

Juillet 2025

Livre d'or numérique

L'installation du livre d'or numérique depuis le printemps nous permet d'accéder à de nombreuses informations concernant nos visiteurs et leur satisfaction. Nous effectuons donc désormais un reporting mensuel des informations récoltées.

Un questionnaire a été conçu, permettant d'évoquer l'accueil, la propreté du site et les différents parcours de visite.

Les données récoltées pour le mois de juillet sont basées sur 549 participants.

La note de satisfaction globale est de 8,78/10, avec 95,3% de répondants satisfaits et 4,7% d'insatisfaits.

Une grande partie des visiteurs visitent le monument grâce à sa notoriété :

Comment avez-vous entendu parler de nous ?

QCM



349 réponses ont été choisies au total

280 participants ont répondu à la question

Notoriété du lieu	30% (84)
Par un(e) proche	24,6% (69)
Autre + 34 précisions	18,6% (52)
En passant devant	11,8% (33)
Autres sites internet	10,7% (30)
Notre site internet	7,9% (22)
Autres réseaux sociaux	6,8% (19)
Publicité (affichage, brochures, etc.)	6,1% (17)
Autres médias (tv, radio, journaux)	5,7% (16)
Nos réseaux sociaux	2,1% (6)
Newsletter	0,4% (1)

Juillet 2025

Une majorité des visiteurs (70,9%) visitent le monument pour la première fois.

Êtes-vous déjà venu(e) ?

QCU



519 participants ont répondu à la question

● Non, c'est la première fois	70.9% (368)
● Oui, une fois	20.8% (108)
● Oui, à plusieurs reprises	8.3% (43)

Les visiteurs du mois de juillet viennent majoritairement en famille (66,9% contre 35,2% en juin).

Avec qui êtes-vous venu(e) ?

QCU



287 participants ont répondu à la question

● En famille	66.9% (192)
● En couple	20.8% (60)
● Seul(e)	4.2% (12)
● Entre ami(e)s	3.5% (10)
● En groupe	2.8% (8)
● Autre - 2 personnes	0.7% (2)
● Entre collègues	0.7% (2)
● Avec ma classe	0.3% (1)

Juillet 2025

8,4% des participants à l'expérience en réalité virtuelle ont laissé un avis sur le livre d'or, avec une note moyenne de 8,8/10.

72,2% des visiteurs ont visité ou on prévu de visiter l'Arc de triomphe. Ceux ne le visitant pas indiquent dans la majeure partie des cas que c'est par manque de temps.

Avez-vous ou allez-vous visiter l'Arc de triomphe d'Orange ?

QCU



306 participants ont répondu à la question

● Oui

72.2% (221)

● Non - 45 prévisions

27.8% (85)

RELATIONS EXTÉRIEURES

3 juillet : Commission d'adhésion Atout France avec les élus représentants les adhérents dont nous faisons partie.

13 nouvelles candidatures ont été étudiées. Aujourd'hui, Atout France compte près de 1220 adhérents répartis en 4 collèges : les organismes institutionnels du tourisme, les hébergeurs, les opérateurs de séjours et les transports, puis les établissements culturels, divertissements, et autres prestataires et services.

8 juillet : COTECH Office de Tourisme / Edeis notamment sur le plan d'actions 2026.

L'objectif a été d'identifier les marchés à privilégier, ainsi que les actions pertinentes en adéquation avec l'ensemble des offres du territoire. La synergie entre nos 2 structures reste primordiale pour promouvoir le territoire.

9 juillet : Conseil d'administration statuaire et Assemblée générale extraordinaire du Comité Régional du Tourisme Provence-Alpes-Côte-d'Azur

À l'ordre du jour, le traité de fusion par absorption de Linkeus par le CRT, et ainsi la modification des statuts du CRT.

Juillet 2025

Celui-ci élabore les programmes de promotion touristique de la région en France et à l'étranger, fédère les partenaires institutionnels, notamment départementaux, les grands offices de tourisme et les partenaires privés pour la mise en œuvre de ses programmes pour les actions de promotion et de communication des trois marques monde Provence, Alpes et Côte d'Azur, également pour le tourisme de loisirs et d'affaires désormais.

RELATIONS AVEC LES SERVICES DE LA VILLE

Exposition temporaire du Musée

Les équipes du service Conservation de la Ville d'Orange nous ont proposé une visite guidée de leur nouvelle exposition temporaire, présentant la collection Vallentin Du Cheylard acquise par la Ville.

Cela a permis aux équipes d'Edeis d'en apprendre davantage et de pouvoir en faire la promotion auprès des visiteurs.

Don Beaux-Arts Magazine

Nous avons effectué un don à la Ville d'Orange de 2 670 de l'hors-série Beaux-Arts Magazine, récemment édité sur l'histoire des monuments d'Orange. La première vague d'impression de cet ouvrage présentait un léger défaut (texte intégré par erreur sur un visuel n'altérant en aucun cas la qualité de l'ouvrage) ayant engendré la réimpression de l'ensemble des exemplaires.

Ces magazines étaient voués à être détruits, mais nous avons souhaité en faire don à la Ville d'Orange, car nous pensons que cela peut constituer un très bon outil de travail pour les écoles d'Orange par exemple.

Merci pour votre attention.

Août 2025

Coup de projecteur

Création d'un vidéomapping sur-mesure pour le spectacle du Condor

Le 8 août dernier, s'est tenu le concert célébrant les 25 ans du Condor.

À cette occasion, nous avons travaillé en collaboration avec les organisateurs pour leur proposer une projection de vidéomapping sur-mesure selon leurs souhaits.

Ces décors animés ont donc agrémenté le show musical très complet et permis une immersion pour les spectateurs présents.



CHIFFRES CLÉS

La fréquentation du Théâtre est en hausse de presque 29% par rapport à 2024, malgré les fermetures anticipées et la forte chaleur (température allant jusqu'à 41°C certains jours).

Les nombreux événements prévus au mois d'août au Théâtre permettent d'accroître sa visibilité auprès de plusieurs publics.

La fréquentation du Musée est plus timide comparée à celle de 2024. Les fortes chaleurs représentent un frein à la visite qui est généralement écourtée, et c'est notamment la visite du Musée qui en pâti.

Aussi, il ne faut pas oublier que l'année dernière, la boutique était située au Musée, ce qui attirait plus de visiteurs en son sein.

	Fréquentation Août 2025	Comparatif Août 2024
Théâtre antique	29 934	23 291
Musée d'art et d'histoire	8 953	11 000

Août 2025

La fréquentation des groupes est aussi en baisse de près de 50% sur le mois d'août. Le comportement des visiteurs tend vers la décision de dernière minute : moins d'anticipation, donc moins de réservations. De manière générale, les groupes sont peu présents juillet et août et laissent plutôt la place aux familles. Quelques groupes spontanés se présentent mais ne restent pas longtemps à cause de la chaleur.

	Fréquentation Août 2025	Comparatif Août 2024
Groupes	389	761

Sur la période de janvier à août, la fréquentation totale pour la visite des monuments est en hausse de près de 16%.

L'expérience historique en réalité virtuelle a quant à elle accueilli **3629** spectateurs, soit 12,35% de la fréquentation totale du Théâtre.

L'**Odysée Sonore**, programmée sur 15 soirées en août (une soirée a été annulée pour cause de mauvaise météo), a continué de faire vibrer les spectateurs, avec des premières séances complètes entre le 2 et le 18 août. Nous avons accueilli près de 3000 spectateurs au total.

Concernant les provenances, nous avons accueilli 54% de visiteurs français, et 56% de visiteurs étrangers. Les 3 provenances étrangères les plus représentées au mois de juillet sont l'Allemagne, la Belgique puis les Pays-Bas. On note également une présence importante d'italiens, de britanniques et d'espagnols.

Les visiteurs français quant à eux sont représentés par les départements Nord, Vaucluse, Ile-de-France, Rhône-Alpes et Hauts-de-Seine. Ainsi, on remarque que les visiteurs locaux laissent place aux départements situés dans la partie Nord de la France.

La conjoncture de l'été indique qu'en région Provence-Alpes-Côte-d'Azur, la dynamique est la même qu'en 2024. La fréquentation touristique a été faible les 2 premières semaines de juillet seulement et les prévisions de septembre sont très positives.

Au niveau national, les tendances sont plutôt dans les réservations de dernières minutes. Quelques beaux dossiers sont prévus en 2026 selon les Entreprises du Voyage.

Août 2025

PROJET CULTUREL

Les Gardiens de l'Histoire, les ateliers pédagogiques et les visites animées

Du 5 juillet au 14 août, les visiteurs du Théâtre antique ont pu découvrir les Gardiens de l'Histoire, 8 personnages qui ont marqué l'histoire du Théâtre et de la ville. Ce sont près de 42 000 visiteurs qui ont pu découvrir les récits extraordinaires de leurs époques.

Les ateliers pédagogiques, accessibles du lundi au vendredi sur la même période, ont quant à eux accueilli 3 254 visiteurs, majoritairement des familles avec des enfants. En supplément des activités fibules, argile, marelle et calligraphie, nous avons proposé une fois par semaine un nouvel atelier : la mosaïque. Sur un petit plateau de bois de 10 x 10 cm, les visiteurs ont pu laisser libre court à leur imagination (ou bien suivre les modèles de notre médiatrice) et créer leur propre mosaïque !



Août 2025

Pour la deuxième année consécutive, des visites animées ont été proposées aux visiteurs. Le titre de la visite était « Les âmes du Théâtre ». Présentées du lundi au vendredi à raison de 2 visites par jour (11h et 15h), ces visites permettaient de faire le lien entre une visite guidée classique et les Gardiens de l'Histoire. Au total, entre le 14 juillet et le 15 août, ce sont près de 800 visiteurs qui ont pu profiter de cette visite, avec une moyenne de 17 visiteurs par séance.

Chapeau bas à Maëlle !



Août 2025

PARTENARIATS MÉDIAS

France Inter

Diffusion le 12 août à 7h20 de la chronique de Laëtitia Bernard sur France Inter, sur le thème de l'Odyssée Sonore dans la chronique *Les festivals de l'été* : <https://www.radiofrance.fr/franceinter/podcasts/le-petit-journal-de-la-culture/le-petit-journal-de-la-culture-du-mardi-12-aout-2025-5523064>

Julia Pons, directrice du Théâtre et Cécile Cros, directrice de l'entreprise Narrative (qui a réalisé la partie sonore de l'expérience) ont échangé avec Laëtitia Bernard. Les échanges étaient particulièrement intéressants puisque Laëtitia Bernard est malvoyante et a donc vécu l'expérience uniquement par le biais du son.

Ici Vaucluse

Dans le cadre de notre partenariat avec Ici Vaucluse, de nombreuses annonces et présentations de nos offres sont faites très régulièrement à l'antenne, ainsi que l'organisation de jeux-concours, permettant la visite des monuments ainsi que la découverte de l'Odyssée Sonore.

Nous avons également bénéficié de 2 interviews les 2 et 30 août à 8h20 pour l'Odyssée Sonore.

Radio Vinci Autoroutes 107.7

Rediffusion de l'interview de Mathilde Moure sur l'Odyssée Sonore réalisée en août 2024, pour la rubrique *Sortie en famille* de Radio Vinci Autoroutes.

Août 2025

COMMUNICATION

Alors que les campagnes d'affichage se sont poursuivies entre juillet et août, nous avons misé sur la stratégie digitale pour la promotion de l'Odyssée Sonore sur le mois d'août.

La campagne ayant début le 22 juillet, les résultats très prometteurs pour ce début de campagne. Les coûts par clic et les coûts par conversion sont très bas, ce qui indique que le ciblage est pertinent et les visuels donnent envie de cliquer.

Couverture : 41 545

Nombre de personnes uniques qui ont vu la publicité au moins une fois.

Impressions : 136 661

Nombre total d'affichages de la publicité, toutes personnes et répétitions confondues.

Clics sur le lien : 2 611

Nombre de fois où les utilisateurs ont cliqué sur le lien de la publicité.

Conversions : 51

Nombre d'actions précises réalisées par les utilisateurs après avoir vu ou cliqué sur la publicité (achat, inscription, etc.).



Août 2025

ACTIONS COMMERCIALES

Tournées de prospection & pots d'accueil dans les campings

Les pots d'accueil dans les campings cet été nous ont permis de nous faire connaître directement auprès des vacanciers. En effet, ce fut l'opportunité d'une visibilité directe auprès d'un public déjà sur place, intéressé par des activités à faire durant leur séjour. La démonstration avec le casque de réalité virtuelle a permis de capter l'attention des familles dans un moment détendu.

Les tournées de prospection depuis le printemps ont également permis de créer des liens humains et de confiance. Ainsi les chances de convertir des curieux en visiteurs sont plus importantes. Les départements du Vaucluse et ses alentours ont été concernés : Gard, Drôme, Ardèche et Bouches-du-Rhône.



Août 2025

Promotion

Les jeudis d'Orange

Sur 4 jeudis d'Orange, 2 ont bien fonctionné : le premier et le 3ème. Notre présence sur le marché de 18h30 à 21h environ a permis de renseigner près d'une quinzaine de familles à chaque fois, soit une moyenne de 30 personnes. La diversité de nos offres de visite a beaucoup séduit, presque surpris, et la mention du tarif orangeois a été appréciée.

Les mauvaises conditions météorologiques du 14 août n'ont pas favorisé les passages sur notre stand et le dernier jeudi d'Orange a simplement dû être annulé.



Août 2025

Marketplaces

Les billets du Théâtre antique d'Orange, ainsi que la visite en réalité virtuelle, sont désormais disponibles sur la marketplace **Tiqets**.

Leur mise en ligne est en cours sur **GetYourGuide**, tandis qu'une présence sur **TUI Musement** est prévue prochainement.

Ce déploiement reste maîtrisé et réfléchi puisque l'objectif n'est pas une marchandisation à outrance, mais une diffusion raisonnée via des plateformes reconnues pour leur fiabilité. Il convient également de souligner que le choix de la solution de billetterie Smeetz a largement facilité cette ouverture à de nouveaux canaux de vente.

TIQETS : plus de 50 millions d'utilisateurs comblés dans le monde et plus de 3,9 millions de téléchargements de l'application. Noté 4.8/5 sur Google, Tiqets a noué des partenariats avec plus de 2500 sites dans plus de 60 pays pour offrir au public un meilleur accès à la culture.

GETYOURGUIDE : Les voyageurs utilisent GetYourGuide pour se connecter avec ce qu'il y a de mieux à faire où qu'ils aillent - y compris des billets pour les attractions les plus emblématiques du monde, des visites à pied par les meilleurs experts locaux, des excursions immersives de nourriture et de boissons, des cours de cuisine et d'artisanat, les meilleures expériences et des offres de niche que l'on ne trouve nulle part ailleurs. Depuis sa création en 2009, les voyageurs de plus de 170 pays ont réservé plus de 30 millions de billets de circuits, d'activités et d'attractions via GetYourGuide.

Label Qualidog

Heureux de faire partie des lieux patrimoniaux *dogfriendly*, nous avons décroché le label Qualidog. En effet, nous accueillons les visiteurs accompagnés de leur chien, avec bienveillance, dans le respect du lieu, des animaux et des autres visiteurs.

Août 2025

RÉSEAUX SOCIAUX

Le mois d'août est un des mois les plus importants en termes de couverture sur les réseaux sociaux. Cela s'explique par la fréquentation élevée du site mais aussi par les nombreux événements comme le concert de Will Smith, le Positiv Electronic Festival, les soirées de l'Odyssée Sonore, etc.



Pendant l'été, nous avons également nos animations et notamment les Gardiens de l'Histoire qui nous permettent de diversifier notre contenu vidéo, notamment avec deux *trends* qui ont été appréciées par nos abonnés.

Visibilité et engagement

Notre communauté en ligne continue de croître.

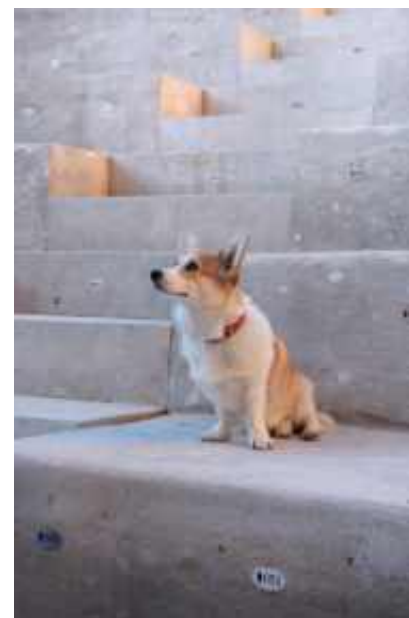
Sur Instagram, nous avons atteint 12 000 abonnés soit 602 followers supplémentaires (augmentation de 6%), et notre page Facebook compte désormais 19 745 abonnés soit 540 followers supplémentaires (augmentation de 2%).

Publications phares

Sur Instagram et Facebook, la vidéo qui a remporté le plus grand succès est une vidéo « This is summer in Orange » avec différentes images d'Orange ainsi que du Théâtre et de l'Arc de triomphe.

Elle comptabilise 76 000 vues entre Facebook et Instagram.

La photo rencontrant le plus grand succès sur Facebook et Instagram est en lien avec le label Qualidog du Théâtre antique d'Orange.



Août 2025

Marketing d'influence



En juillet, nous avons accueilli Louise Ebel, créatrice de contenus culturels. En août, elle a ainsi pu publier une vidéo ainsi qu'un set de stories retraçant sa visite.

La vidéo a rencontré un grand nombre de likes. Elle comptabilise 1 032 likes et 30 000 vues.

Au mois d'août, nous avons eu le plaisir d'accueillir la créatrice de contenu Cash Pistache, installée dans la région d'Aix-en-Provence pour une mise en lumière du Théâtre antique. Sa venue s'inscrivait dans une stratégie de communication ciblée, visant à toucher un public local et régional.

Nous avons ainsi saisi l'opportunité de lui faire découvrir non seulement le Théâtre antique d'Orange, mais également la ville de Nîmes, afin de valoriser l'ensemble de nos sites romains et de renforcer les liens entre ces hauts lieux du patrimoine.

Lors de sa visite, elle a pu explorer :

- Le Théâtre antique, ses parcours de visite, l'Odyssée Sonore,
- Le Musée d'art et d'histoire,
- L'Arc de triomphe.

Tout au long de son séjour, elle a partagé son expérience avec sa communauté à travers de nombreuses stories, photos, et reels.

Sa vidéo dédiée au Théâtre antique a d'ailleurs enregistré plus de 9 000 vues, générant une belle visibilité pour nos sites.



Août 2025

ÉVÉNEMENTS

Candlelight - 3 août

Le second concert Candlelight de la saison a une nouvelle fois connu un franc succès puisqu'il était complet. Ce sont les musiques de Coldplay et Imagine Dragons qui ont été mises à l'honneur.



Coproduction Positiv Prod

Dans le cadre de la coproduction entre Positiv Prod et Edeis, plusieurs concerts ont été organisés. **54 000 spectateurs ont été accueillis, faisant entrer cette édition entrée dans la légende.**

La 7^e édition du **POSITIV Festival** restera gravée dans l'histoire : **54 000 spectateurs** se sont réunis au Théâtre Antique d'Orange, au POSITIV Camp et au Parc des Expositions pour vivre un mois d'août d'exception, marqué par des concerts inédits, une programmation éclectique et des scénographies spectaculaires.

- Mardi 29 juillet - Dream Theatre / Extreme : 3 500 spectateurs
- Jeudi 31 juillet et vendredi 1er août - Will Smith : 12 500 spectateurs
- Vendredi 15, samedi 16 et dimanche 17 août - Positiv Electronic Festival : près de 30 000 spectateurs

Août 2025



EXPLOITATION

Arrivée des saisonniers

Deux anciennes saisonnières de l'année dernière sont venues nous prêter mains fortes pour ce mois d'août, période la plus importante pour notre activité en termes de fréquentation.

> Equipe d'accueil :

- Yvanna RANAIVOSON - hôtesse d'accueil polyvalente
- Pauline SCULFORT - hôtesse d'accueil polyvalente

Août 2025

Soirée de fin de saison

Le vendredi 29 août dernier, nous avons organisé une petite soirée conviviale, sur la terrasse de l'espace billetterie-boutique, pour remercier les équipes des efforts fournis au cours de cette belle saison estivale et pour dire au revoir aux saisonniers qui, pour la plupart, retournent chez eux poursuivre leurs études.

Livre d'or numérique

Les données récoltées pour le mois d'août sont basées sur **617 participants**. La note de satisfaction globale est de **8,5/10**, avec 92.2% de répondants satisfaits et 7.8% d'insatisfaits. Cela représente :

- 20 participants par jour en Moyenne
- 61 emails récupérés
- 189 commentaires comptabilisés

Une grande partie des visiteurs visitent le monument grâce à sa notoriété :

Comment avez-vous entendu parler de nous ?
QCM



423 réponses ont été choisies au total

347 participants ont répondu à la question

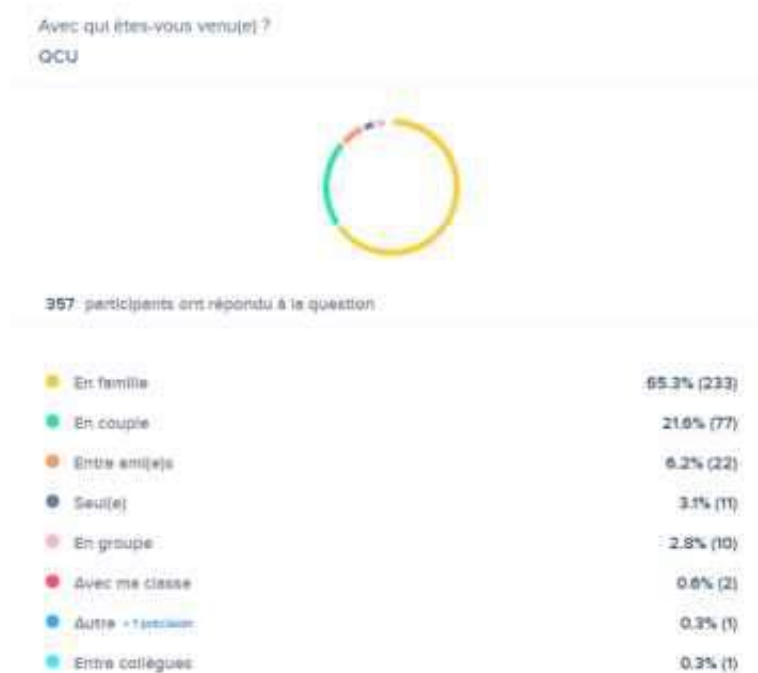
Notoriété du lieu	38.9% (128)
Par un(e) proche	21.3% (74)
Autre : 27 personnes	16.4% (57)
En passant devant	11.2% (39)
Notre site internet	10.4% (36)
Autres sites internet	8.9% (31)
Autres réseaux sociaux	8.6% (33)
Autres médias (tv, radio, journaux)	3.7% (13)
Publicité (affichage, brochures, etc.)	3.6% (10)
Des réseaux sociaux	2.3% (8)
Newsletter	1.2% (4)

Août 2025

Une majorité des visiteurs (73,6%) visitent le monument pour la première fois.



Les visiteurs du mois d'août viennent majoritairement en famille, comme au mois de juillet (65,3%).



5% des participants à l'expérience en réalité virtuelle ont laissé un avis sur le livre d'or, avec une note moyenne de 8,6/10.

Août 2025

75,9% des visiteurs ont visité ou ont prévu de visiter l'Arc de triomphe. Ceux ne le visitant pas indiquent dans la majeure partie des cas que c'est par manque de temps.

Avez-vous ou allez-vous visiter l'Arc de triomphe d'Orange ?

OCU



370 participants ont répondu à la question

Oui

75.9% (281)

Non = 38 participants

24.1% (89)

RELATIONS EXTÉRIEURES

12 août : découverte du spectacle de Nîmes *Le rêve du gladiateur*

Les équipes d'Orange sont allées découvrir le nouveau spectacle d'Edeis mis en place aux Arènes de Nîmes mêlant spectacle vivant, cascades et vidéo projections. Une très belle découverte pour l'ensemble de l'équipe qui a également permis une belle cohésion.



Août 2025

13 août : Conseil d'administration extraordinaire d'Atout France dont l'ordre du jour était la délibération pour la désignation du nouveau directeur général.

L'article 16 du contrat constitutif du GIE stipule que le directeur général du groupement est nommé par le ministre chargé du Tourisme, sur proposition du conseil d'administration. En conséquence, il est proposé au Conseil d'administration, réuni le 13 août 2025, de proposer à Mme Nathalie Delattre, ministre déléguée au Tourisme, de nommer M. Adam Oubuih en qualité de directeur général du GIE. Il prendra ainsi ses fonctions le 4 septembre 2025. À noter qu'une centaine de candidatures ont été reçues.

Merci pour votre attention.

Septembre 2025

Coup de projecteur

Une fréquentation record pour les monuments d'Orange

Depuis le début de l'année 2025, les monuments d'Orange connaissent une augmentation remarquable de la fréquentation (+16%) et une augmentation considérable sur la période estivale (juillet et août) avec +27%.

Cette fréquentation s'approche des taux de fréquentation de 2019, soit avant la pandémie de Covid-19 qui a bouleversé les habitudes de voyage des visiteurs du monde entier. Nous retrouvons les visiteurs étrangers, notamment asiatiques, que nous avons perdus.



CHIFFRES CLÉS

Sur le mois de septembre, la fréquentation du Théâtre est en hausse de près de 3% par rapport à 2024.

La fréquentation du Musée est plus timide comparée à celle de 2024, étant donné que le Musée ne se trouve pas, en 2025, sur le parcours « obligatoire » du visiteur, la billetterie n'y étant plus installée. La fréquentation du Musée est en revanche conforme avec les années précédentes.

Sur la période de janvier à septembre, la fréquentation totale pour la visite des monuments est en hausse de près de 16%.

	Fréquentation Septembre 2025	Comparatif Septembre 2024
Théâtre antique	17 056	16 659
Musée d'art et d'histoire	5 824	12 345

La fréquentation des groupes est en hausse de 16%, soit une nette progression. Cette progression est marquée par la reprise du tourisme scolaire, mais le tourisme international n'est pas en reste. L'attrait du site s'inscrit également dans une dynamique régionale favorisée par les conditions météo en septembre.

	Fréquentation Septembre 2025	Comparatif Septembre 2024
Groupes	2 137	1 843

Septembre 2025

Sur le mois de septembre, l'expérience historique en réalité virtuelle a quant à elle accueilli **2 187** spectateurs, soit 12,82% de la fréquentation totale du Théâtre.

L'**Odysée Sonore**, programmée sur 5 soirées en septembre a accueilli 597 spectateurs, soit une moyenne de 120 spectateurs par soirée. Malgré un ensoleillement appréciable en journée, sauf en début du mois avec de fortes pluies, la chute marquée des températures en soirée a sans doute freiné l'affluence du spectacle nocturne.

Concernant les provenances, nous avons accueilli 42% de visiteurs français, et 58% de visiteurs étrangers. On note que le mois de septembre accueille donc de nombreux visiteurs étrangers, notamment une clientèle de seniors. Les provenances les plus représentées, chez les visiteurs étrangers et français sont les suivantes :

VISITEURS ÉTRANGERS	VISITEURS FRANÇAIS
Allemagne	Vaucluse
Pays-Bas	Rhône
États-Unis	Drôme
Royaume-Uni	Gard
Belgique	Bouches-du-Rhône
Suisse	Meurthe-et-Moselle
Canada	Isère
Italie	Var
Espagne	Nord
Italie	Gironde

Durant les Journées Européennes du Patrimoine, nous avons proposé cette année :

- La gratuité pour les groupes scolaires le vendredi 19 septembre ;
- La gratuité pour tous les visiteurs les samedi 20 et dimanche 21 septembre.

Les compléments de visite - VR et audioguides - ont été proposés aux tarifs habituels, ainsi que l'**Odysée Sonore** les vendredi et samedi soir.

Nous n'avons pas accueilli de groupes scolaires le vendredi 19 septembre.

En revanche, **nous avons accueilli 2 388 visiteurs sur le week-end** (1 449 pax le samedi et 939 pax le dimanche), soit 29% de visiteurs en moins par rapport à 2024. Malheureusement, les fortes pluies le dimanche n'ont pas permis le succès de ces journées sur l'intégralité du week-end.

Près de 300 visiteurs ont profité de l'expérience en réalité virtuelle, soit un taux de prise de 13% environ, et 350 ont profité de l'audioguide, soit un taux de prise d'environ 15%.

Septembre 2025

PARTENARIATS MÉDIAS

Marie-Claire

Dans le cadre du partenariat, une publicité sur l'Odyssée Sonore a été intégrée dans la newsletter du média.

Ici Vaucluse

Dans le cadre de notre partenariat avec Ici Vaucluse, de nombreuses annonces et présentations de nos offres sont faites très régulièrement à l'antenne, et notamment une semaine de jeux-concours sur le mois de septembre, permettant la visite des monuments ainsi que la découverte de l'Odyssée Sonore.

Stratégie digitale

Des campagnes de stratégie digitale ont été poursuivies en septembre, notamment autour des Journées Européennes du Patrimoine afin de dynamiser les ventes de l'Odyssée Sonore.

ACTIONS COMMERCIALES

Salon professionnels et CSE

Le 25 septembre dernier, s'est tenu un salon à destination des professionnels et CSE, au cinéma CGR de Manosque, auquel nous avons participé. 60 représentants et élus de CSE ont répondu présents au rendez-vous et 26 exposants étaient présents (établissements de loisirs, ANCV, prestataires de billetterie, villages vacances, SUDREAU Foie gras, etc.).



Septembre 2025

RÉSEAUX SOCIAUX

Le mois de septembre reste une période dynamique au Théâtre antique, marquée par de nombreux événements : concert Candlelight, Odyssée Sonore, Journées Européennes du Patrimoine, etc. Une belle occasion de continuer à produire du contenu et de mettre en avant les créations livrées par les influenceurs accueillis en août.

Visibilité et engagement

Notre communauté en ligne continue de croître.

Sur Instagram, nous avons atteint 12 200 abonnés soit 200 followers supplémentaires (augmentation de 2%), et notre page Facebook compte désormais 20 240 abonnés soit 300 followers supplémentaires (augmentation de 1,5%).

Ces résultats confirment l'intérêt constant pour nos contenus et la fidélité de notre audience.

Publications phares

Nos publications les plus performantes ce mois-ci témoignent de l'efficacité de notre stratégie visuelle :



- **Une nouvelle thématique nommée « Orange »** a été créée, pour la mise en lumière de la ville et de ses monuments. Cette vidéo représente la meilleure performance du mois avec 984 likes sur Instagram et 838 sur Facebook.

Septembre 2025

- **Une nouvelle vidéo de l'Arc de triomphe**, suivant la tendance des « pépites » à découvrir en France. Cette vidéo connaît également un franc succès avec 608 likes sur Instagram, et 52 000 vues, et 532 sur Facebook, et 46 000 vues.
- **Des photos d'archives de la ville**, sur Facebook, qui représentent un contenu patrimonial apprécié, générant nostalgie et engagement. Cette publication a connu 611 likes.



Marketing d'influence

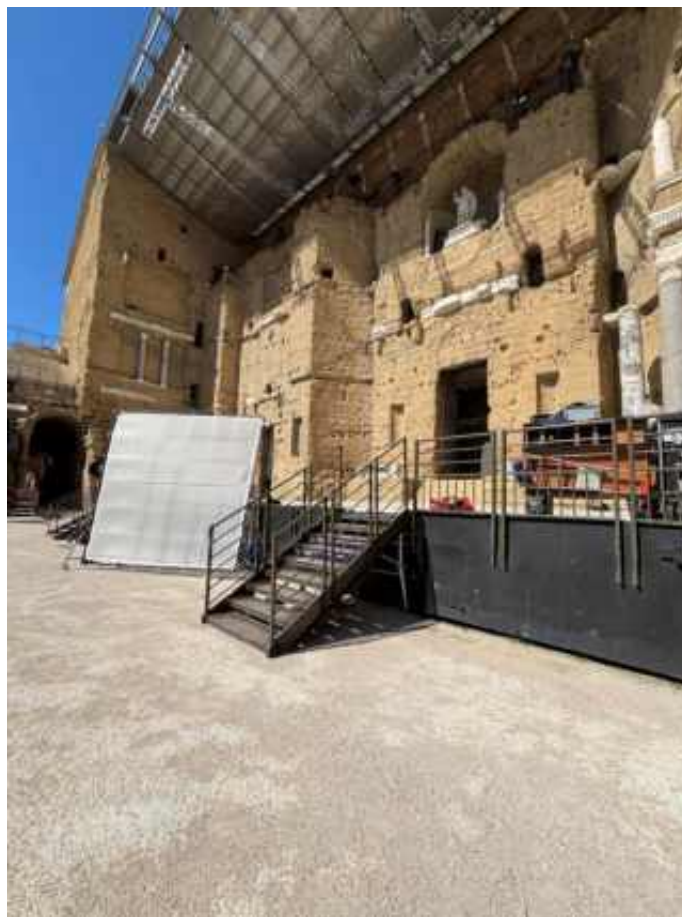
En septembre, **Julianontheroute**, créateur de contenu spécialisé dans les découvertes touristiques est venu visiter Orange et son Théâtre antique. Sa visite a donné lieu à une vidéo très qualitative, générant :136 000 vues et 4 527 likes, soit une belle vitrine pour la destination.

Septembre 2025

ÉVÉNEMENTS

Tournage campagne publicitaire - 18 septembre

Nous avons accueilli à cette date le tournage d'une campagne publicitaire pour l'agence immobilière César et Brutus, basée à Paris et à Lyon, réalisée par l'agence de communication Peps. Cela permet une belle visibilité pour le monument, et pour l'agence qui souhaitait mettre en avant la romanité dans le cadre de ce tournage.



Septembre 2025

Candlelight - 19 septembre

Le troisième et dernier concert Candlelight de la saison a une nouvelle fois connu un franc succès puisqu'il était complet, avec une jauge augmentée par rapport aux concerts précédents. 1160 spectateurs ont ainsi été accueillis parmi quelques milliers de bougies, pour mettre à l'honneur les chefs-d'œuvres musicaux d'Hans Zimmer.



Septembre 2025

EXPLOITATION

Ressources humaines

Le 15 septembre dernier, Alban de Goulaine a rejoint les équipes d'Edeis en tant que directeur des opérations culture. Après une expérience sur des exploitations de site touristiques tels que la Grotte Chauvet ou la Grotte Cosquer, Alban a rejoint les équipes d'Edeis afin de coordonner la gestion des exploitations des sites touristiques et culturels d'Edeis, ne cessant de s'agrandir.

Par ailleurs, trois saisonniers ont rejoint les équipes d'accueil pour le mois de septembre :

- Quentin NAPIERALA, jusqu'au 31 octobre
- Laurine REYNAUD, jusqu'au 30 septembre
- Carla CHAVANNE, jusqu'au 30 septembre

Ainsi qu'une étudiante en BTS Tourisme, arrivée pour une alternance au sein de l'équipe d'accueil, pour une durée de 2 ans.

Formation

Le 18 septembre, une partie des équipes administratives a été formée à l'utilisation des outils d'Intelligence Artificielle, par Valentin Schmite, fondateur et directeur général d'Ask Mona qui développe de nombreux outils au service de la culture grâce à l'intelligence artificielle. Une partie de l'équipe ne les utilisait pas du tout, d'autres les utilisait au contraire trop, et donc mal, et d'autres étaient assez fébriles à l'idée de se faire aider par une IA dans le quotidien. La formation nous a tout d'abord permis de comprendre son fonctionnement, et la meilleure manière de l'utiliser, selon le résultat que l'on souhaite obtenir. Il existe en effet de nombreux outils, qui peuvent réellement nous aider à gagner du temps dans notre quotidien, au profit d'autres missions. Le fait d'avoir appris la meilleure manière d'utiliser ces outils permet d'en comprendre les mécanismes et la richesse des résultats pouvant être obtenus.

Fermeture exceptionnelle du Musée

Le 1er septembre, en raison de violentes intempéries survenues dans la nuit, le Musée a dû fermer exceptionnellement ses portes. La coupure d'électricité et l'infiltration d'eau dans les salles souterraines ont rendu l'accueil du public impossible. Le Musée a rouvert ses portes dès le lendemain, après intervention des services de la Ville.

Séminaire communication

Le 24 septembre, les équipes d'Orange ont eu le plaisir d'accueillir le séminaire communication d'Edeis Culture. L'ensemble des équipes de communication des autres sites culturels étaient présents, dans le but d'échanger sur les bonnes pratiques, mais également de mettre en place un challenge collaboratif pour l'ensemble des collaborateurs d'Edeis, dont la grande finale aura lieu lors de la soirée de Noël du groupe. Les quelques 15 personnes présentes ont également pu profiter de la visite du monument, de ses coulisses, de ses parcours de visite et de l'Odyssée Sonore.

Septembre 2025

Accueil du rectorat de l'académie d'Aix-Marseille

Le 29 septembre, nous avons eu le plaisir d'accueillir le rectorat de l'académie d'Aix-Marseille, en collaboration avec Paulin Reynard des Chorégies d'Orange, à qui nous avons eu le plaisir de faire visiter le monument, ses coulisses et ses parcours de visite, notamment ceux ayant une portée pédagogique.

Challenge VR

Afin de challenger les équipes et de dynamiser les ventes du complément de visite virtuelle, nous avons organisé un défi pour les équipes d'accueil durant les Journées Européennes du Patrimoine.

Ces journées offrent au public l'opportunité de découvrir notre patrimoine. Afin d'enrichir l'expérience de nos visiteurs, nous avons proposé l'expérience VR en complément. Nos équipes ont relevé le défi en visant un objectif de fréquentation minimum. Cet objectif ayant été largement dépassé, le personnel a été chaleureusement remercié par une formule petit déjeuner offerte par la boulangerie MIENZO située sur la place des frères Mounet, face au Théâtre.

Nous en profitons pour saluer la collaboration établie avec Noémie MAILLET, gérante de la boulangerie MIENZO pour cette saison 2025.



Livre d'or numérique

Les données récoltées pour le mois de septembre sont basées sur **415 participants**. La note de satisfaction globale est de **8,6/10**, avec 93% de répondants satisfaits et 7% d'insatisfaits. Cela représente :

- 14 participants par jour en moyenne
- 31 emails récupérés
- 94 commentaires comptabilisés

Septembre 2025

Une grande partie des visiteurs visitent le monument grâce à sa notoriété :

Comment avez-vous entendu parler de nous ?

QCM



253 réponses ont été choisies au total

216 participants ont répondu à la question

Notoriété du lieu	40.4% (88)
Par un(e) proche	20.8% (45)
Autre - > 10 personnes	17.9% (39)
En passant devant	11.9% (26)
Autres sites internet	7.8% (17)
Notre site internet	8% (18)
Autres réseaux sociaux	4.1% (9)
Nos réseaux sociaux	3.7% (8)
Publicité (affichage, brochures, etc.)	2.3% (5)
Autres médias (tv, radio, journaux)	1.4% (3)
Newsletter	0% (0)

Une majorité des visiteurs (67,5%) visitent le monument pour la première fois.

Êtes-vous déjà venu(e) ?

QCM



394 participants ont répondu à la question

Non, c'est la première fois	67.5% (266)
Oui, une fois	26.4% (104)
Oui, à plusieurs reprises	6.1% (24)

Septembre 2025

Les visiteurs du mois d'août viennent majoritairement en couple (45%), contrairement aux périodes de vacances scolaires qui accueillent davantage de famille.



39% des participants à l'expérience en réalité virtuelle ont laissé un avis sur le livre d'or, avec une note moyenne de 8,6/10.

70% des visiteurs ont visité ou ont prévu de visiter l'Arc de triomphe. Ceux ne le visitant pas indiquent dans la majeure partie des cas que c'est par manque de temps.



Septembre 2025

RELATIONS EXTÉRIEURES

16 et 17 septembre : Commission Marketing du SNELAC

Une commission marketing du SNELAC a été accueillie par le site de Batorama à Strasbourg. Celle-ci a été l'occasion d'échanger spécifiquement sur le sujet de la communication avec une quinzaine d'autres sites adhérents. Ces commissions permettent également des échanges très enrichissants avec les autres sites de la branche culture, leur exploitation, leurs bonnes pratiques, etc.



17 septembre : Comité de pilotage Label Vignobles et Découvertes

Il s'agissait d'une première réunion de travail en vue de la demande du label pour la destination Châteauneuf du Pape - Orange - Courthézon - Jonquières (Pays d'Orange en Provence) ainsi que les communes des Portes du Ventoux.

Les 2 communautés de communes souhaitent développer une stratégie majeure d'attractivité nécessitant une synergie entre les acteurs du tourisme local. L'obtention du label est un atout important pour la destination afin de valoriser le territoire, le patrimoine viticole et ainsi l'offre touristique.

Le label Vignoble et Découvertes est un label national français créé par Atout France en 2009 et attribué pour un droit d'usage durant 3 ans.

Porté par POP Tourisme, soutenu par VPA et le Syndicat des Vignerons de Châteauneuf-du-Pape, le dossier de demande doit être constitué et déposé pour la fin de l'année.



Septembre 2025

25 septembre : Comité de direction de l'Office de Tourisme

Invités par Yan BACZKOWSKI, directeur de l'Office de Tourisme du Pays d'Orange en Provence, nous avons participé au comité de direction au cours duquel ont été présentés la ligne stratégique et le suivi de performance de l'Office de Tourisme.

En présence d'autres invités comme Cathy Fermanian, directrice de Vaucluse Provence Attractivité, ainsi que des hébergeurs du territoire, la priorisation des objectifs de l'Office de Tourisme à court, moyen et long terme nous a permis de mieux comprendre ses orientations et d'enrichir le partage de nos visions.

30 septembre : Comité de suivi de la délégation de service public avec la Ville d'Orange

Ce 9ème comité de suivi s'est tenu en présence de M. le Maire ainsi que plusieurs membres des équipes de la Ville d'Orange et d'Edeis, afin d'évoquer les points listés à l'ordre du jour :

PARTIE 1 - BILAN DE FRÉQUENTATION, PROVENANCES ET SATISFACTION

PARTIE 2 - PROJET CULTUREL

PARTIE 3 - LE RAYONNEMENT D'ORANGE

PARTIE 4 - POINT FINANCIER

PARTIE 5 - SUJETS CONTRACTUELS

Merci pour votre attention.

Octobre 2025

Coup de projecteur

Les équipes du Théâtre aux couleurs
d'Octobre Rose !

À l'occasion d'Octobre Rose, l'équipe du
Théâtre antique s'est parée de ses plus beaux
habits afin de promouvoir cette cause
essentielle.

L'objectif d'Octobre Rose est de sensibiliser les
femmes et de les inviter à se faire dépister
pour diminuer le nombre de décès causés par
le cancer du sein : détecté tôt, le cancer du
sein se guérit dans 9 cas sur 10 !



CHIFFRES CLÉS

Sur le mois d'octobre, la fréquentation du Théâtre est en
hausse de près de 1% par rapport à 2024, soit une
fréquentation stable malgré une météo peu engageante
pendant les vacances de la Toussaint.

La fréquentation du Musée est en baisse d'environ 46% par
rapport à 2024, ce qui s'explique par le fait que la billetterie
du Théâtre se trouvait au Musée à cette période, en raison des
travaux de restauration de la Basilica. En octobre 2022, soit
avant cette délocalisation, les chiffres de fréquentation
étaient assez similaires à 2025.

Sur la période de janvier à octobre, la fréquentation totale
pour la visite des monuments est en hausse de 10%.

	Fréquentation Octobre 2025	Comparatif Octobre 2024
Théâtre antique	11 309	11 233
Musée d'art et d'histoire	3 554	6 644

La fréquentation des groupes est en hausse de 2% sur le mois
d'octobre.

	Fréquentation Octobre 2025	Comparatif Octobre 2024
Groupes	24 679	24 198

/ Octobre 2025

Sur le mois d'octobre, l'expérience historique en réalité virtuelle a quant à elle accueilli 3 410 spectateurs, soit près de 14% de la fréquentation totale du Théâtre.

L'**Odysée Sonore**, programmée sur 6 soirées en octobre a accueilli 526 spectateurs, soit une moyenne de 87 spectateurs par soirée. La mauvaise météo des vacances de la Toussaint a réfréné plusieurs visiteurs à sortir découvrir notre spectacle immersif nocturne.

Concernant les provenances, nous avons accueilli 46% de visiteurs français, et 54% de visiteurs étrangers. On note que le mois de d'octobre accueille donc de nombreux visiteurs étrangers, notamment une clientèle de seniors. Les provenances les plus représentées, chez les visiteurs étrangers et français sont les suivantes :

VISITEURS ÉTRANGERS	VISITEURS FRANÇAIS
Allemagne	Vaucluse
Suisse	Gard
États-Unis	Bouches-du-Rhône
Pays-Bas	Rhône
Royaume-Uni	Drôme
Belgique	Isère
Canada	Var
Italie	Nord
Espagne	Gironde
Australie	Hérault

Côté français, on remarque une prédominance des départements proches du Vaucluse, qui signifie que les visiteurs recherchent des activités à effectuer durant les week-ends, que les familles se déplacent plutôt à proximité durant les vacances de la Toussaint.

Octobre 2025

PROJET CULTUREL

Offre des vacances de la Toussaint

Durant les vacances de la Toussaint, nous avons renouvelé notre offre de visite incluant : le parcours audioguidé du Théâtre et ses parcours thématiques, la visite libre du Musée et de l'Arc de triomphe, les Gardiens de l'histoire et les ateliers pédagogiques, et l'expérience historique en réalité virtuelle. Ce package complet, proposé à partir de 14€, a été proposé sur 8 journées, du 22 au 25 octobre et du 29 octobre au 1^{er} novembre. 2 580 visiteurs ont pu profiter de cette offre permettant de découvrir la diversité de nos parcours.



Octobre 2025

Projet Manufactures Musée

En collaboration avec les équipes du Musée souhaitant mettre en place une nouvelle thématique au sein du monument, sur le sujet des manufactures présentes à Orange au cours des siècles (textile, sucre, etc.), témoins de la richesse et de la position stratégique de la ville, les équipes d'Edeis ont travaillé sur les traductions des textes en anglais ainsi que sur la mise en page des panneaux, afin de garder une cohérence avec le reste du parcours de visite.



COMMUNICATION

Presse

Afin d'assurer la promotion des animations des vacances de la Toussaint, nous avons accueilli la presse locale ainsi que des créateurs de contenus à venir découvrir l'offre de visite du Théâtre le 15 octobre dernier. Cela a permis de générer des articles dans la presse et des contenus sur les réseaux sociaux. Trois journalistes ont répondu présents : Objectif Gard, La Provence et Vaucluse Matin ainsi qu'une créatrice et des deux filles : Les Petits Drômois. Après une visite guidée du Théâtre présentée par Maëlle Pivet (médiatrice culturelle), d'une exploration des parcours « Du génie romain au génie moderne » et des « Légendes du Théâtre », les invités ont pu tester les ateliers pédagogiques, dont l'atelier mosaïque (nouveau 2025), l'expérience historique en réalité virtuelle « Les secrets du Théâtre », ainsi que l'Odyssée Sonore à la tombée de la nuit. **Une immersion complète dans l'Antiquité !**

La radio RTS n'ayant pu être présente, une interview a été réalisée par Julia Pons en visio, avec de présenter l'offre du monument.

Octobre 2025



Octobre 2025

Parution des articles

> Objectif Gard

PAYS: FRA
TYPE: Web
EAE: €310,74
AUDIENCE: 20681TYPOLOGIE DU SITE WEB: News and Media
VISITES MENSUELLES: 617201,79
JOURNALISTE:
URL: www.objectifgard.com

> 19 octobre 2025 à 0:00



L'INTERVIEW Julia Pons : « Le Théâtre antique devient un véritable terrain de jeux »

Originaire de Cavaillon, Julia Pons a rejoint l'équipe du Théâtre antique d'Orange en 2018, alors géré par Culturespaces, comme attachée de direction.

À la reprise du site par Edeis, elle devient directrice adjointe, puis directrice en juillet 2025, à la suite du départ de Mathilde Moure. Entretien

powered by

Objectif Gard : Vous avez pris la direction du Théâtre antique cet été. Quel a été votre parcours avant cela ?

Julia Pons : J'ai suivi un master en gestion de projets culturels avant d'enchaîner plusieurs contrats temporaires dans le domaine de la culture, entre Paris et Montpellier. Je travaille au Théâtre antique d'Orange depuis 2018.

Quels sont vos principaux chantiers depuis votre arrivée à la direction ?

La nouvelle direction a d'abord consolidé les investissements réalisés depuis 2022, dont l'Odyssée sonore lauréate du CES 2024 Innovation Awards dans la catégorie "Content & Entertainment", les parcours, l'expérience de réalité virtuelle et la création de nouveaux espaces d'accueil dont le bâtiment situé à l'entrée. L'objectif est désormais de renforcer et d'actualiser ces dispositifs, tout en développant de nouvelles offres culturelles et scolaires afin de diversifier le public. Pour les vacances de la Toussaint, nous agrémentons le parcours d'ateliers pédagogiques (mosaïques, poterie) et de rencontres avec des comédiens, les Gardiens de l'Histoire qui incarnent sept personnages ayant un lien avec l'histoire du monument ou de la ville d'Orange. Le théâtre devient un véritable terrain de jeux. Chaque animation aura un lien avec l'époque romaine, en faisant écho, évidemment, à l'histoire de l'édifice. Et sur le parcours, attendez-vous à rencontrer des comédiens, comme Aurore qui est Sarah Bernhardt.

Oui, le public, parlons-en ! D'où viennent aujourd'hui les visiteurs du Théâtre ?

Les visiteurs français sont légèrement majoritaires (52 %). Et les provenances françaises sont, dans l'ordre : Vaucluse, Paris et région parisienne, Auvergne, Rhône-Alpes. Le Gard, en revanche, est encore peu représenté. Côté international, les visiteurs allemands, belges et néerlandais sont depuis longtemps les plus représentatifs, tandis que la fréquentation suisse et italienne progresse nettement cette année. Et après, on a ceux du Royaume-Uni et des États-Unis qui restent aussi toujours à peu près à la même place.

Les chiffres de fréquentation semblent encourageants...

Entre janvier et août 2025, la fréquentation a augmenté de 16 % par rapport à 2024, et même de 27 % sur la période estivale. Nous estimons une fréquentation de 160 000 pour l'année 2025. Un

résultat qui confirme l'attractivité du site, renforcée par des événements exceptionnels comme la venue de Will Smith en concert cet été, qui a adoré cet endroit et l'a fait savoir sur les réseaux sociaux !

Quels sont les projets à venir pour 2026 ?

La priorité sera de poursuivre la commercialisation à l'international et de consolider la croissance actuelle avant de renouveler certains dispositifs comme l'Odyssée sonore ou la visite en réalité virtuelle. Une application mobile est également à l'étude dans le but d'enrichir l'expérience de visite. En attendant, je vous invite à profiter en famille d'une offre packagée pour la Toussaint.

Octobre 2025

> La Provence

ORANGE

Plongez dans l'histoire romaine au Théâtre antique

Du 22 octobre au 1^{er} novembre, le site se transforme en terrain de jeux et d'activités dédiés à la culture romaine. Des animations que nous avons testées pour vous...

A partir de ce mercredi 22 octobre, se promener dans les couloirs du Théâtre antique d'Orange ne sera pas sans conséquences... Quatre comédiens pourraient vous tomber dessus. Rencontrer la grande Sarah Bernhardt ? C'est possible.

Propulsée en 1869, lors de ce qui sera l'inauguration des actuelles Chorégies d'Orange. Aurore, la comédienne incarnant ce personnage, déroule son texte, captivant petits et grands. Les Gardiens de l'histoire, une animation instaurée en 2022, fera (re)vivre Auguste Caristie, Tiburge, Marullus, Lucius, Corinne, Guillaume au Cornet et Sarah Bernhardt.

Mais avant de pouvoir rencontrer les comédiens, il faudra pénétrer dans l'enceinte de la bâtisse romaine. "Première porte à droite !" lance une dame à l'accueil. La visite commence. Vous serez accueillis par Maëlle, une guide ; c'est elle qui est en charge de narrer la partie historique du théâtre. "Allez, direction le temple". Le groupe s'exécute et c'est parti pour 2 000 ans d'histoire, "condensés évidemment".

Au gré de ses paroles, nous apprenons, notamment, que le théâtre fut un temps la prison d'Orange, sous la Révolution, ou encore un poste de défense "grâce à son mur de scène imposant". "Société après société, les Hommes ont trouvé au théâtre



Un espace créatif, avec un atelier mosaïque, calligraphie et jeux. / PHOTO ES

un rôle au fil des siècles." Mais dans les gradins, une question se fait entendre au milieu des explications de la guide : "Combien y a-t-il de marches dans le théâtre ?" questionne Eva, une jeune fille venue participer à la découverte des activités. Silence dans l'enceinte. "Bonne question. Nous n'avons pas cette information", rigole Maëlle.

Quatre parcours proposés

Visite terminée, la partie ludique débute. Après avoir grimpé la quasi-totalité des 73 marches, nous nous retrouvons dans les couloirs du théâtre.

Maëlle nous a quittés, remplacée par Julia Pons, directrice du monument. "Nous avons installé quatre pièces qui renferment des activités différentes", explique-t-elle. Autour du théâtre ; écriture, lois et école ; hydraulique ; nourriture et jeux. Voilà les quatre parcours proposés. Au cours de chacun d'eux, une activité ludique pour en apprendre plus sur l'histoire des Romains. Comment écrivaient-ils ? Quelle nourriture consommaient-ils ? Leurs écoles... Les jeunes filles présentes se sont empressées de toucher à tout ! En poursuivant la déambulation, nous

avons pu assister au concert de Toï ou Charlotte de Witt, à leurs côtés mais... en réalité virtuelle ! Et c'est dans l'alcôve d'hôte qu'il a été possible de faire déborder notre imagination artistique. "Le musée des œuvres oubliées" a laissé place à de la calligraphie, mosaïque et fabrication de fibule, autant d'activités manuelles qui ont un sens avec l'époque romaine, et qui nous ont bien occupés. De notre côté, nous avons choisi de réaliser une mosaïque, aux couleurs de La Provence, c'était (presque) facile !

Emma STINELLIS

editions FlashInfo

Octobre 2025

> Vaucluse Matin

Orange

Le théâtre antique: un programme immersif pour les vacances d'automne

Du mercredi 29 octobre au dimanche 1^{er} novembre, le théâtre antique d'Orange convie petits et grands à une expérience immersive. Entre culture romaine, ateliers créatifs et spectacles, les visiteurs vont découvrir ce monument sous un nouveau jour.

Comment être contemporain et à la pointe de la technologie quand on a 2000 ans d'existence ?

Le théâtre antique d'Orange a su concilier antiquité et modernisme. Ces vacances d'automne ne sont-elles pas, le meilleur moment pour découvrir ou redécouvrir ses nombreux atouts ?

Ça tombe bien : Edeis, la société qui gère ce monument, a pensé aux enfants et aux familles en proposant un combo gagnant à un tarif préférentiel. Les visiteurs pourront profiter des différentes expériences proposées par le théâtre.

Si l'odyssée sonore constitue le point fort de la visite avec Quand les dieux s'en mêlent, une immersion nocturne au cœur de la mythologie grâce à une technologie de réalité sonore augmentée (vendredi 31 octobre et samedi 1^{er} novembre, vendredi 7 novembre et samedi 8 novembre), d'autres animations, toutes aussi ludiques et pédagogiques, parsèment le parcours de visite.

Au programme : ateliers créatifs, espace aménagé, spectacles...

Les visiteurs, en déambulant entre les vieilles pierres, pourront rencontrer des figures historiques interprétées par des comédiens. Les gardiens de l'histoire Marullus, Sarah Bernhardt, Anguste Caristie et Tiburge, vous plongent dans l'histoire avec un grand H.

Les ateliers, eux, permettent de confectionner des fibules (un accessoire servant à tenir les vêtements, le plus porté entre la fin de l'âge du bronze et le Moyen Âge), de réaliser un médaillon à l'effigie de l'empereur Auguste, de s'initier à la calligraphie romaine ou, nouveauté de cette saison lancée par Maëlle Pivet, médiatrice culturelle, de créer une mosaïque à partir de tesselles de couleurs variées.

Les enfants et les plus grands pourront repartir avec leurs créations avant de retrouver des articles permettant de développer leur sens artistique à la boutique.

Le théâtre antique d'Orange dévoile également "les légendes du théâtre", un espace aménagé dans les alcôves qui, en mêlant archives exclusives et documentaires inédits, associe réalité virtuelle, panneaux graphiques et coulisses de l'opéra Carmen et du Positif festival de 2024.



Maëlle Pivet, médiatrice culturelle, et Julia Pons, directrice du théâtre antique, allient visites didactiques et ludiques. Photo Le DL / Pascal Turc

Les secrets du théâtre, un voyage inattendu plonge le spectateur dans l'Antiquité, offrant une reconstitution 3D du théâtre à son apogée.

L'offre des vacances d'automne s'étend du mercredi 29 octobre au samedi 1^{er} novembre.

■ **Pascal Turc**
Tarif : 10 euros, Tarif réduit : 14 euros.

Le monument orangeois attire de plus en plus les étrangers

En 2024, l'odyssée sonore a remporté à Las Vegas, le prestigieux Innovation awards honoree. Un prix qui contribue pleinement au rayonnement du théâtre antique à l'international. Entre janvier et août de cette année, « la fréquentation a augmenté de 16% et 25% sur la période estivale », confie Julia Pons, la directrice du théâtre. Elle précise également que, « la clientèle asiatique est de retour. 50% des visiteurs sont étrangers avec dans le top trois, les Belges, les Allemands et les Néerlandais. » Sur les provenances françaises, le Vaucluse est en tête, suivie par le Bassin parisien et la région Auvergne-Rhône-Alpes. Un plan important de communication à l'international a été mis en place par Edeis : « On part au Mexique l'année prochaine. On ouvre les horizons en déterminant les marchés vers lesquels le département et la région souhaitent s'orienter et on suit le mouvement en voyant les retombées que ça génère. Ensuite on fait notre plan d'action commerciale pour l'année suivante », conclut-elle.

> La Provence

ORANGE

Que faire au Théâtre durant les vacances de la Toussaint ?

Le Théâtre antique propose un programme riche en activités durant les vacances de la Toussaint. Ateliers, comédies, animations, le parcours dévoile une offre complète.

Les vacances de la Toussaint vont offrir leur lot d'activités au Théâtre antique. Ateliers pédagogiques, visite virtuelle, comédie... Le Théâtre deviendra un véritable terrain de jeu. Chaque animation aura un lien avec l'époque romaine, en faisant écho, évidemment, à l'histoire de l'édifice.

ATELIERS PÉDAGOGIQUES

"Nous avons souhaité proposer une offre qui regroupe tous les parcours que l'on propose au Théâtre durant les vacances de la Toussaint", détaille Julia Pons, directrice du Théâtre. Plusieurs ateliers nichés dans un recoin de l'édifice offriront aux familles l'occasion de fabriquer une fibule, un bijou antique utilisé par les Romains pour attacher leurs vêtements. Ils pourront également s'initier à la calligraphie et la numérotation romaine et s'imprégner totalement de l'écriture des anciens. Une animation pour apprendre à modeler un médaillon est également prévue. Enfin, un atelier mosaïque va leur permettre de laisser libre cours à leur imagination. Ils pourront également jouer au jeu de la mosaïque, semblable au bien connu "Puissance 4".

THÉÂTRE

Les Gardiens de l'Histoire vont prendre place et donner à voir des personnages historiques qui ont marqué l'histoire du Théâtre. Au milieu du parcours proposé,



Julia Pons, directrice du Théâtre, a présenté les activités de la Toussaint. / PHOTO E.S.

"les comédiens vont tomber sur les visiteurs". Interprétés par des acteurs, les personnages clés seront réincarnés : Auguste Caristie, Sarah Bernhardt, Tiburge, Marullin, Lucius, Corinne ou encore Guillaume au Cornet. Un voyage temporel qui mêle histoire et amusement.

ODYSSÉE SONORE ET VISITE VIRTUELLE

En plus des animations, des visites virtuelles retraçant l'évolution du Théâtre au fil des siècles sont prévues tous les jours. Équipés d'un casque, les visiteurs partiront à la rencontre de Jude, une jeune comédienne qui fera découvrir le monde du Théâtre antique, de son architecture im-

pressionnante en passant par les coulisses et les machines sophistiquées. La réalité virtuelle permettra également d'assister, comme si vous y étiez, au concert de Charlotte de Witt ou de Tuto. Une fois celle-ci terminée, petits et grands pourront profiter d'une immersion nocturne mêlant son, histoire et technologie. L'Odyssée sonore plongera le spectateur au cœur de la mythologie romaine qui pourra lui-même déclencher des sons et des images qui prendront vie. Neuf soirées sont prévues jusqu'au mois de novembre. Le 25 et le 31 octobre puis les 1,7,8,10,15,22 et 29 novembre.

La fréquentation du Théâtre est en hausse de 16% entre janvier et août 2025, "et grimpé à plus 27%

uniquement sur la période estivale", précise la directrice. Julia Pons note également le retour d'une clientèle asiatique. "Les événements que nous organisons au Théâtre tels que la venue de Will Smith cet été contribuent à attirer du monde, se réjouit-elle, et l'année prochaine, nous organisons un salon au Mexique pour nous faire connaître encore un peu plus". Rendez-vous dès le 22 octobre pour le début des animations, que nous avons testé pour vous...

Emma STINELLIS
esth@theatreantiqueorange.com

Du 22 au 25 octobre et du 29 octobre au 1^{er} novembre. Tarif 15 €, réduit 14 €.

Octobre 2025

Campagnes d'affichage

Des campagnes d'affichage grand format ont été réalisées en vue des vacances de la Toussaint, entre le 13 et 28 octobre à Orange, Avignon et Nîmes :

- Flancs de bus à Nîmes et Avignon
- Gares d'Orange, Avignon et Nîmes
- Affichages 2m² Orange, Avignon et Nîmes

Au total, 229 faces ayant permis d'impacter de nombreux visiteurs potentiels.

Des campagnes digitales via les réseaux sociaux ont également été réalisées.



Octobre 2025

Orange les Vignes

Pour la première fois, du 6 au 20 octobre puis du 31 octobre au 9 novembre, une campagne d'affichage a été mise en place à l'entrée du centre commercial Orange les Vignes, afin de sensibiliser davantage le public local à nos offres de visite tout au long de l'année, et d'affirmer l'ancrage territorial de notre activité.

Le partenariat avec le centre commercial devrait se poursuivre en 2026 et s'inscrire dans la durée.



Octobre 2025



Le Messenger

En collaboration avec l'Office de Tourisme d'Orange, nous avons travaillé avec le média Le Messenger afin d'assurer non seulement la promotion des monuments d'Orange, mais également le territoire du Pays d'Orange en Provence. Différentes actions de promotion ont été menées avec différents supports :

- Deux articles en lectorat garanti, l'un à destination des seniors, l'autre à destination des familles ;
- La promotion d'une vidéo ;
- Des publicités.

Octobre 2025

PARTENARIATS MÉDIAS

Ici Vaucluse

Dans le cadre de notre partenariat avec le média Ici Vaucluse, deux interviews ont été réalisées sur la période des animations :

- Dans le cadre de la rubrique « Un jour en Vaucluse », Philippe Garcia est venu sur site le 22 octobre pour interviewer les Gardiens de l'histoire, et pour évoquer notre offre des vacances de la Toussaint à retrouver ici : <https://www.francebleu.fr/emissions/mon-vaucluse-moi/vaucluse> ;
- Une interview a été réalisée dans l'émission « Ça se passe ici » le 27 octobre, dans laquelle Mélina Grange, attachée de direction, a fait la promotion de l'expérience historique en réalité virtuelle.

Des jeux-concours ont également été maintenus sur l'antenne, permettant de gagner des billets pour la visite des monuments et l'Odyssée Sonore.



ACTIONS COMMERCIALES

Salon TTG Travel Experience Rimini B2B

Du 8 au 10 octobre dernier, s'est tenu ce salon organisé par Atout France, le salon international incontournable dédié à l'innovation et aux tendances du tourisme Mondial, dans le but de rencontrer les tour-opérateurs italiens, prescripteurs de voyages en France. Il s'agissait d'une première participation pour le Théâtre antique, intéressante afin de capter cette clientèle intéressée par la Romanité et faisant partie des provenances importantes du monument.

Portée par le groupe « Les hôtels de Nîmes », l'opération a regroupé les principaux sites romains sur un même stand aux dimensions confortables de 24m² : Pont du Gard, Musée de la Romanité, Edeis Romanité (Arènes, Maison Carrée et Tour Magne) et Orange Edeis pour le Théâtre antique, Musée d'art et d'histoire et l'Arc de triomphe d'Orange.

Octobre 2025

Plus de 170 contacts ont été récupérés sur le stand pendant les 3 jours, tous éblouis par la richesse de la destination en termes d'héritages aussi bien conservés. 2 éductours (novembre et mars) sont prévus à la suite de ce salon, ainsi qu'un partenariat avec les créatrices de contenus Mahe De Salvador (@thesoulsofttravel - 35,4k followers sur Instagram) et Selena Castoldi (@inviaggioconselena - 27,1k followers sur Instagram). Toutes les 2 sont également présentes et bien actives sur les réseaux (Facebook, Pinterest, LinkedIn).



Octobre 2025

Salon CSE cinéma CGR La Ciotat

Le 16 octobre dernier, nous avons participé au salon CSE organisé par le cinéma CGR de La Ciotat. C'était une première participation pour le Théâtre antique à La Ciotat, pour venir à la rencontre des représentants et élus CSE. Ce salon particulièrement dynamique a permis d'échanger avec une dizaine de représentants séduits et impressionnés par nos offres de visite. La présentation d'un extrait de l'expérience historique en réalité virtuelle « Les Secrets du Théâtre » grâce au casque de réalité virtuelle a constitué un véritable atout. À la suite de ces rencontres, plusieurs CSE ont déjà passé commande de codes promo destinés à leurs salariés.



Tournée de prospection

Notre chargée de promotion, Lisa, a effectué une journée de prospection le 13 octobre dernier, pour le réapprovisionnement en dépliants et gazettes du Théâtre, des établissements hôteliers et commerces d'Orange à Bollène, en passant par Piolenc, afin d'assurer la visibilité du site tout au long de l'année.

RÉSEAUX SOCIAUX

Le mois d'octobre a été une très belle période pour la présence en ligne du Théâtre antique d'Orange. De nombreuses publications ont suscité un fort engagement de notre communauté, confirmant l'intérêt croissant pour notre patrimoine et nos actualités.

Ce mois-ci, Octobre Rose a été mis à l'honneur : nos équipes ont fièrement posé avec leurs foulards roses, tandis que l'Arc de triomphe d'Orange s'est paré de lumière rose pour soutenir cette cause essentielle.

Octobre 2025

Nous avons également valorisé les animations de la Toussaint, afin d'en assurer la promotion auprès de notre public familial et touristique.



Visibilité et engagement

Notre communauté poursuit sa progression constante :

- **Instagram** : 12 500 abonnés (+300 | +3 %)
- **Facebook** : 20 240 abonnés (+320 | +1,5 %)

Ces chiffres confirment la **fidélité de notre audience** et l'efficacité de notre stratégie de contenu.

Publications phares

Nos meilleures publications d'octobre illustrent la puissance du visuel dans la mise en valeur du Théâtre et de ses monuments.

> Instagram

1.  Vidéo - Coucher de soleil sur le Théâtre antique
→ **658 likes** - meilleure performance du mois

Octobre 2025

2.  Vidéo "Orange"
→ **658 likes** - format très apprécié pour la mise en valeur du site.
3.  Vidéo - Arc de triomphe illuminé en rose
→ **441 likes** - contenu patrimonial fort, générant nostalgie et émotion.

> Facebook

1.  Photo - Arc de triomphe Octobre Rose → **1 171 likes**
2.  Vidéo "Orange" → **571 likes**
3.  Vidéo - Coucher de soleil → **564 likes**

Marketing d'influence

En octobre, dans le cadre de la promotion de nos animations de la Toussaint, nous avons eu le plaisir d'accueillir la famille de blogueurs "Les Petits Drômois". Invités à une avant-première de nos activités, ils ont pu :

- Participer à une **visite guidée du Théâtre**,
- Rencontrer les "**Gardiens de l'histoire**",
- Tester nos **ateliers pédagogiques**,
- Découvrir la **visite virtuelle immersive**,
- Et assister au **spectacle nocturne de l'Odyssée Sonore**.

Leur contenu a permis de **renforcer la visibilité du site auprès d'un public familial et local**, tout en valorisant notre offre culturelle et éducative.

ÉVÉNEMENTS

Tournage Cesar & Brutus

Suite au tournage de la campagne publicitaire pour l'agence immobilière Cesar & Brutus, basée à Lyon, ayant eu lieu au mois de septembre, le clip publicitaire a été finalisé et diffusé. Ce dernier est très qualitatif, et visible via ce lien :

<https://www.youtube.com/watch?v=1HsGMSpnsCU>

Octobre 2025

Soirée Orano - 9 octobre

Pour la 2ème année consécutive, le groupe ORANO clôture son séminaire annuel au Théâtre antique d'Orange. 60 convives ont répondu présents à l'événement et ont pu profiter d'un cocktail privilégié sur la scène du Théâtre et de l'expérience en réalité virtuelle, « Les secrets du Théâtre ».

EXPLOITATION

Ressources humaines

Malgré la fin de la saison, et la fin de plusieurs contrats saisonniers, nous avons accueilli 4 salariés au mois d'octobre :

- Florian PIERRE en tant que comédien, pour l'interprétation de 2 rôles des Gardiens de l'histoire (Lucius et Marullus) ;
- Inès DE DOMAHIDY, en tant que comédienne également, pour l'interprétation de 2 rôles des Gardiens de l'histoire (Sarah Bernhardt et Tiburge) ;
- Lisa MARQUIS, en tant que médiatrice culturelle, pour l'animation des ateliers pédagogiques durant les vacances de la Toussaint ;
- Esteban SOYER, recruté lors d'un événement organisé par France Travail, en tant qu'agent d'entretien et de maintenance pour le remplacement de notre salarié en CDI absent actuellement.

Taille du cyprès

Nous avons procédé à la taille de l'immense cyprès de la cour du Musée, afin d'aider à conserver son équilibre et sa santé. Cela a également des bénéfices esthétiques pour cette cour arborée.



Octobre 2025

Livre d'or numérique

Les données récoltées pour le mois d'octobre sont basées sur **447 participants**. La note de satisfaction globale est de **8,7/10**, avec 93,4% de répondants satisfaits et 6,6% d'insatisfaits. Cela représente :

- 14 participants par jour en moyenne
- 35 emails récupérés
- 135 commentaires comptabilisés

Une grande partie des visiteurs visitent le monument grâce à sa notoriété :

Comment avez-vous entendu parler de nous ?
QCM



267 réponses ont été choisies au total

225 participants ont répondu à la question

Notoriété du lieu	57.8% (85)
Autre - 26 réponses	20% (48)
Par un(e) proche	19.1% (43)
En passant devant	10.7% (24)
Autres sites internet	10.2% (23)
Notre site internet	9.8% (22)
Autres réseaux sociaux	4% (9)
Publicités (affichage, brochures, etc.)	3.1% (7)
Autres médias (tv, radio, journaux)	2.7% (6)
Not réseaux sociaux	1.3% (3)
Newsletter	0% (0)

Octobre 2025

Une majorité des visiteurs (70,8%) visitent le monument pour la première fois.

Êtes-vous déjà venu(e) ?

QCU



425 participants ont répondu à la question

● Non, c'est la première fois	70.8% (301)
● Oui, une fois	22.6% (96)
● Oui, à plusieurs reprises	6.6% (28)

Comme habituellement, les visiteurs visitant davantage en couple ou en famille. Lorsqu'il y a des périodes de vacances scolaires, comme c'est le cas en octobre, ce sont les familles qui sont les visiteurs les plus présents.

Avec qui êtes-vous venu(e) ?

QCU



236 participants ont répondu à la question

● En famille	47% (111)
● En couple	30.1% (71)
● Seule	8.1% (19)
● En groupe	5.5% (13)
● Entre ami(e)s	4.7% (11)
● Autre - 4 personnes	2.5% (6)
● Avec ma classe	1.7% (4)
● Entre collègues	0.4% (1)

Octobre 2025

53% des participants à l'expérience en réalité virtuelle ont laissé un avis sur le livre d'or, avec une note moyenne de 8,8/10. Cette note en hausse est très satisfaisante compte tenu du nombre de visiteurs importants ayant participé à l'expérience en octobre, puisque celle-ci était incluse dans l'offre des vacances de la Toussaint.

Près de 70% des visiteurs ont visité ou ont prévu de visiter l'Arc de triomphe. Ceux ne le visitant pas indiquent dans la majeure partie des cas que c'est par manque de temps.

Avez-vous ou allez-vous visiter l'Arc de triomphe d'Orange ?
QCU



255 participants ont répondu à la question

Oui

69.4% (177)

Non - à 38 précisions

30.6% (78)

RELATIONS EXTÉRIEURES

2 octobre : Réunion bilan Évasion Plus

Le 2 octobre dernier, s'est tenu la réunion de bilan de la saison et des actions de communication menées en 2025, de l'association Évasion Plus. Cette association, qui regroupe différents sites touristiques de la région à laquelle nous adhérons depuis de nombreuses années, permet des actions de communication mutualisées pour tous les sites adhérents. En 2025, en plus des réseaux de distribution habituels, nous avons procédé à une refonte du site internet et avons collaboré avec une community manager afin d'améliorer notre visibilité sur les réseaux sociaux. Julia Pons, directrice du Théâtre antique, étant secrétaire de l'association, nous sommes particulièrement investis dans cette mission.

14 octobre : Réunion bilan saison service culturel

Une réunion de bilan de la saison 2025 a été organisée par le service culturel de la Ville d'Orange, en présence d'élus, des directeurs de services et des productions ayant occupé le Théâtre cette saison. Cela a été une belle occasion de dresser le bilan et de réfléchir à des pistes d'amélioration pour 2026.

Octobre 2025

14 octobre : Réunion bilan Smeetz

Après 6 mois d'utilisation de notre nouvel outil de Billetterie, Smeetz, les équipes de Smeetz se sont rendues sur place à Orange afin de dresser un premier bilan. Cela a également été l'occasion de définir les axes de priorité pour les mois à venir en termes de développements et de réfléchir à des axes d'amélioration pour l'expérience utilisateur.

Les équipes des autres sites d'Edeis Culture utilisant le logiciel étaient également présents, soit les équipes de monuments de Nîmes et du Petit Train de la Mure.

Cela a également été l'occasion d'un moment de cohésion entre les équipes, avec une visite privilégiée du Théâtre.



20 octobre : réunion préparation Urban Trail d'Orange

Nous avons participé à la réunion préparatoire de l'Urban Trail d'Orange, qui s'est tenue le 20 octobre dernier, afin de préparer l'organisation de cet événement dont l'arrivée se déroulera au cœur du monument.

Merci pour votre attention.

Novembre 2025

Coup de projecteur

En mai dernier, un tournage avec les équipes de l'émission *C'est Toujours Pas Sorcier* avait été réalisé sur le thème de la technologie au service de l'archéologie.

À cette occasion, les équipes d'Art Graphique & Patrimoine ainsi que celles du Théâtre antique s'étaient réunies au sein du monument afin de valoriser le travail réalisé autour de l'expérience en réalité virtuelle.

Depuis le 29 novembre, l'émission est accessible sur la plateforme de France TV ([via ce lien](#)) et sera bientôt diffusée à la télévision.



CHIFFRES CLÉS

Sur le mois de novembre, la fréquentation du Théâtre est en baisse de 7% par rapport à 2024, pouvant s'expliquer par les conditions météorologiques peu engageantes (froid et vent) pour la visite d'un monument en plein air.

La fréquentation du Musée est en baisse d'environ 24% par rapport à 2024, ce qui s'explique par le fait que la billetterie du Théâtre se trouvait au Musée à cette période, en raison des travaux de restauration de la Basilica. En novembre 2022, soit avant cette délocalisation, les chiffres de fréquentation étaient similaires à 2025.

	Fréquentation Novembre 2025	Comparatif Novembre 2024
Théâtre antique	3 420	3 678
Musée d'art et d'histoire	1 572	2 058

Sur la période de janvier à novembre, la fréquentation totale pour la visite des monuments reste en hausse de 10%.

La fréquentation des groupes est en baisse de 26% sur le mois de novembre.

	Fréquentation Novembre 2025	Comparatif Novembre 2024
Groupes	443	595

Novembre 2025

Concernant les groupes, nous accueillons principalement des scolaires à cette période. Les changements apportés au dispositif du Pass Culture en début d'année ont entraîné une forte baisse des réservations pour le reste de l'année, particulièrement durant les mois hivernaux. Les prévisions se concentrent désormais principalement sur la période d'avril et mai.

Sur le mois de novembre, l'expérience historique en réalité virtuelle a quant à elle accueilli 713 spectateurs, soit près de 21% de la fréquentation totale du Théâtre. À noter qu'entre les vacances de la Toussaint et les vacances de Noël, la salle de réalité virtuelle est ouverte uniquement les week-ends et jours fériés, ainsi qu'à la demande des groupes et des visiteurs en semaine, lorsque nos effectifs le permettent.

L'**Odyssée Sonore**, programmée sur 7 soirées en novembre a accueilli 387 spectateurs, soit une moyenne de 55 spectateurs par soirée. Le froid glacial ajouté au mistral de certaines soirées a réfréné les sorties nocturnes.

Concernant les provenances, nous avons accueilli 45% de visiteurs français, et 55% de visiteurs étrangers. On note que comme le mois de d'octobre, celui de novembre accueille donc de nombreux visiteurs étrangers, notamment une clientèle de seniors. Les provenances les plus représentées, chez les visiteurs étrangers et français sont les suivantes :

VISITEURS ÉTRANGERS	VISITEURS FRANÇAIS
Allemagne	Vaucluse
États-Unis	Rhône
Italie	Drôme
Espagne	Gard
Pays-Bas	Bouches-du-Rhône
Belgique	Meurthe-et-Moselle
Royaume-Uni	Isère
Suisse	Var
Canada	Nord
Australie	Gironde

Côté français, on remarque une prédominance des départements proches du Vaucluse, qui signifie que les visiteurs recherchent des activités à effectuer durant les week-ends et jours fériés.

Novembre 2025

PROJET CULTUREL

Visite virtuelle

Habituellement, entre les vacances de la Toussaint et celles de Noël, la visite virtuelle n'est accessible que pour les groupes sur réservations, ainsi que les weekends et les jours fériés. Cette année, nous avons la possibilité grâce à nos effectifs, de la proposer à la carte, pour les visiteurs qui la souhaiteraient, en semaine également. Cela résulte de notre volonté de permettre la découverte de notre expérience en réalité virtuelle au plus grand nombre,



Novembre 2025

COMMUNICATION

Tournage réseaux sociaux

Afin d'alimenter nos réseaux sociaux durant la période hivernale, où les animations et événements sont bien moins présents, nous avons effectué un tournage dans le but de créer une micro-série basée sur des anecdotes historiques, racontées par Julia Pons, directrice du Théâtre. Ces vidéos permettront une actualité régulière sur d'autres types de contenus.



Novembre 2025

ACTIONS COMMERCIALES

Salons CSE organisés par les cinémas CGR de Nîmes et Brignais (69) - 4 et 13 novembre

Les 4 et 13 novembre, nous avons participé aux salons professionnels /CSE organisés par les cinémas CGR, de Nîmes et Brignais (au sud de Lyon). Afin de maintenir la dynamique engagée autour de la conquête des CSE, nous avons choisi ces deux départements pour promouvoir le Théâtre antique, le Musée d'art et d'histoire ainsi que l'Arc de triomphe d'Orange.

Ces événements ont rencontré un franc succès, rassemblant 117 CSE à Nîmes et 118 à Brignais. La présentation de nos offres, enrichie par une démonstration en casque de réalité virtuelle, a permis de valoriser de manière immersive nos sites et de positionner le Théâtre antique d'Orange comme un lieu incontournable pour les entreprises.



Novembre 2025

Salons des voyages Vaulx-en-Velin - 4 au 6 novembre

Pour la 2ème année consécutive, nous étions présents au Salon des voyages dédié au tourisme collectif du bassin Auvergne-Rhône-Alpes. Cette édition s'est tenue au Cirque Imagine à Vaulx-en-Velin avec l'ensemble des équipes des voyages MIGRATOUR, SEYT, BUCHET, VOYAGES COURRIER DES DOMBES, TRACES & DECOUVERTES, CHABANNES et PUBLITOUR.



Novembre 2025

Workshop Mirabilia Nîmes - 24 et 25 novembre

Le workshop MIRABILIA France est un événement incontournable pour développer son réseau et saisir de nouvelles opportunités auprès d'acheteurs européens. Nous avons pu participer avec l'Office de Tourisme d'Orange à cette expérience B2B exceptionnelle, durant laquelle nous avons échangé avec une vingtaine de professionnels (tours opérateurs, spécialiste MICE, agences de voyage spécialisées, etc.). Soutenue par la CCI Vaucluse, cette édition a été organisée à Nîmes par la CCI Gard.



Tournée de prospection

Afin de renforcer notre visibilité dans la région, nous avons sillonné pendant deux jours les villes et villages du Haut-Vaucluse. Cette tournée nous a permis de réapprovisionner les Offices de Tourisme et les commerces en dépliant et gazettes : Jonquières, Courthézon, Bédarrides, Châteauneuf-Du-Pape, Gigondas, Vacqueyras, Vaison-La-Romaine, Beaumes-De-Venise, etc.

Novembre 2025

RÉSEAUX SOCIAUX

Novembre marque une période plus calme en termes d'animations au Théâtre, mais notre présence en ligne reste dynamique afin de maintenir l'attention et l'engagement de notre communauté.

Ce mois-ci, nous avons mis en lumière deux joyaux du patrimoine : l'Arc de triomphe et le Théâtre antique, à travers des contenus visuels forts.

Nous avons également soutenu la promotion de l'Odyssée Sonore avec une offre Black Friday, et relayé l'ouverture de la boutique en ligne du Théâtre, très bien accueillie par nos abonnés.

Visibilité et engagement

Notre communauté continue de progresser de manière régulière :

- **Instagram** : 12 503 abonnés (+3 | +0,1 %)
- **Facebook** : 20 760 abonnés (+200 | +1,5 %)

Ces résultats témoignent de la fidélité de notre audience et de la pertinence de notre stratégie éditoriale.

Publications phares

Les performances du mois confirment l'impact du visuel dans la valorisation de nos monuments, et l'attachement fort de notre communauté à l'Arc de triomphe d'Orange.



Novembre 2025

> Instagram

1.  Vidéo - Arc de triomphe
→ **456 likes** - meilleure performance du mois
2.  Vidéo - Arc de triomphe
→ **375 likes**
3.  Vidéo - Jen et sa clique (visite en famille)
→ **180 likes**

> Facebook

1.  Photo - Arc de triomphe
→ **742 likes**
2.  Vidéo - Arc de triomphe
→ **670 likes**
3.  Vidéo - Arc de triomphe
→ **418 likes**

Marketing d'influence

En novembre, nous avons reçu la famille « Jen et sa clique » (5 832 abonnés), un foyer composé de deux parents et trois enfants.

Ils ont pu découvrir l'ensemble de notre offre : le Théâtre antique, les animations de la Toussaint, la visite virtuelle, le Musée d'art et d'histoire, l'Arc de triomphe et l'Odysée Sonore.

Pour partager cette expérience, ils ont réalisé une vidéo chaleureuse et authentique en collaboration avec le Théâtre, renforçant notre visibilité auprès d'un public familial.

EXPLOITATION**Ressources humaines**

Durant le mois de novembre, nous avons accueilli Quentin NAPIERALA en tant qu'agent d'entretien et de maintenance, afin de pallier un besoin de renfort des effectifs.

Par ailleurs, le mois de novembre est celui durant lequel nous réalisons les entretiens annuels d'évaluation. L'occasion pour chaque salarié de faire le bilan de l'année écoulée avec sa direction, et de fixer les objectifs de l'année à venir.

Novembre 2025

Livre d'or numérique

Les données récoltées pour le mois d'octobre sont basées sur **137 participants**. La note de satisfaction globale est de **8,8/10**, avec 96,6% de répondants satisfaits et 3,4% d'insatisfaits. Cela représente :

- 4,5 participants par jour en moyenne
- 11 emails récupérés
- 38 commentaires comptabilisés

Une grande partie des visiteurs (42%) visitent le monument grâce à sa notoriété :

Comment avez-vous entendu parler de nous ?

GCM



99 réponses ont été choisies au total

81 participants ont répondu à la question

Notoriété du lieu	42% (34)
Par un(e) proche	18.5% (15)
Autre - à préciser	17.2% (14)
En passant devant	11.1% (9)
Autres sites Internet	9.9% (8)
Notre site Internet	8.6% (7)
Publicité (affichage, brochures, etc.)	7.4% (6)
Autres médias (tv, radio, journaux)	3.7% (3)
Autres réseaux sociaux	1.2% (1)
Nos réseaux sociaux	1.2% (1)
Newsletter	0% (0)

Novembre 2025

Une majorité des visiteurs (67,7%) visitent le monument pour la première fois :

Êtes-vous déjà venu(e) ?

QCU



133 participants ont répondu à la question

● Non, c'est la première fois

67.7% (90)

● Oui, une fois

25.6% (34)

● Oui, à plusieurs reprises

6.8% (9)

Le mois de novembre se trouvant en dehors de périodes de vacances scolaires, ce sont les couples qui sont les plus représentés (45,2%), suivis des familles (21,4%) :

Avec qui êtes-vous venu(e) ?

QCU



84 participants ont répondu à la question

● En couple

45.2% (38)

● En famille

21.4% (18)

● Seul(e)

15.5% (13)

● Entre ami(e)s

8.3% (7)

● En groupe

6% (5)

● Entre collègues

2.4% (2)

● Avec ma classe

1.2% (1)

● Autre

0% (0)

Novembre 2025

60% des participants à l'expérience en réalité virtuelle ont laissé un avis sur le livre d'or, avec une note moyenne de 8,7/10. Cette note similaire au mois d'octobre est très satisfaisante, puisqu'elle repose sur une majorité de participants.

Avez-vous ou allez-vous visiter l'Arc de triomphe d'Orange ?

QCU



85 participants ont répondu à la question

● Oui

89.4% (59)

● Non + 52 personnes

10.6% (26)

Près de 70% des visiteurs ont visité ou ont prévu de visiter l'Arc de triomphe. Ceux ne le visitant pas indiquent dans la majeure partie des cas que c'est par manque de temps.

RELATIONS EXTÉRIEURES

5 novembre : Commission Ressources Humaines organisée par le SNELAC

Julia Pons, directrice de site, et Mélina Grange, attachée de direction, ont participé à une commission sur le thème des ressources humaines, organisée par le SNELAC dans les locaux de l'Afdas (opérateur de compétences du secteur culturel notamment). Une quinzaine de représentants d'autres sites touristiques étaient présent pour aborder particulièrement le sujet de la modulation du temps de travail.

13 novembre : Réunion avec l'Office de Tourisme d'Orange

Cette réunion s'est tenue en présence de Yan Baczowski et Guillaume Auffan pour l'Office de Tourisme, et de Julia Pons et Elsa Randrianarisoa, responsable commerciale, pour Edeis.

Le dernier trimestre constitue à la fois un moment de bilan de l'année écoulée et une période de préparation pour l'année à venir. Les équipes de l'Office de Tourisme et d'Edeis se sont donc réunies lors d'un cotech majoritairement dédié aux actions commerciales. Cette rencontre a permis d'identifier les marchés prioritaires pour 2026 et de définir les actions pouvant être mutualisées ou menées de manière complémentaire.

Novembre 2025

14 novembre : Audit de conformité Accueil Vélo

Dans le cadre du renouvellement de la marque collective « Accueil Vélo », un audit a été réalisé au Théâtre antique par le référent qualité de Vaucluse Provence Attractivité afin de vérifier la conformité au règlement d'usage ainsi que l'engagement du site, conformément aux conditions prévues.

Parallèlement, un autodiagnostic a été mené en vue d'initier la transition vers un tourisme responsable. Celui-ci permettra d'élaborer, avec l'accompagnement de l'ADEME via le Club TRES#84, un plan d'action dès le mois de décembre. Cette étape prépare favorablement les actions à venir.

18 novembre : Visite de la direction de France Travail

Linda Keniche, directrice adjointe France Travail Région Provence-Alpes-Côte-d'Azur et Mme Karine Romero, directrice de l'agence d'Orange sont venues au Théâtre antique d'Orange dans le but de découvrir ce magnifique monument et les différents métiers associés à sa gestion. Au programme, visite du site et des différents parcours, avant de finir par la découverte de notre expérience en réalité virtuelle.

Par ailleurs, un projet national intitulé « Agence communicante » a permis à l'agence d'Orange de personnaliser son espace d'accueil en mettant en valeur des visuels du Théâtre antique. Cette initiative contribue également à sensibiliser les Orangeois à la richesse du patrimoine historique présent sur leur territoire.



Novembre 2025



21 novembre : Réunion avec le service Conservation du Musée d'art et d'histoire

Cette réunion s'est tenue en présence de Laëtitia Copeau, Raphaël Aubert et Philippe Soler pour le service conservation, et de Julia Pons et Mélina Grange pour Edeis.

Le but de cette réunion était de faire le point sur les projets réalisés en 2025, mais également de prévoir l'année 2026.

28 novembre : Conférence de presse des Chorégies d'Orange

Comme chaque année, les équipes d'Edeis ont participé à la conférence de presse des Chorégies d'Orange, annonçant la programmation 2026

Merci pour votre attention.

Décembre 2025

Coup de projecteur

Une année de fréquentation record pour le Théâtre antique !

2025 marque une année de fréquentation remarquable pour le monument, avec près de 157 000 visiteurs, soit une hausse de 10% par rapport à 2024 sur le public individuel. La fréquentation des groupes reste stable.

L'expérience historique en réalité virtuelle connaît elle aussi un franc succès, avec près de 24 000 spectateurs, soit 27% de fréquentation en plus par rapport à 2024, et un taux de prise de 15% sur l'ensemble de l'année.

Cela marque le résultat des plans de communication et d'actions commerciales mené par Edeis depuis 2022.



CHIFFRES CLÉS

Sur le mois de décembre, la fréquentation du Théâtre est en hausse de 6% par rapport à 2024, avec des journées de fréquentation importante entre Noël et le jour de l'An.

La fréquentation du Musée est en baisse d'environ 36% par rapport à 2024, ce qui s'explique par le fait que la billetterie du Théâtre se trouvait au Musée à cette période, en raison des travaux de restauration de la Basilica. En décembre 2022, soit avant cette délocalisation, les chiffres de fréquentation étaient similaires à 2025 (1 534 visiteurs).

	Fréquentation Décembre 2025	Comparatif Décembre 2024
Théâtre antique	3 232	3 055
Musée d'art et d'histoire	1 663	2 620

Sur l'ensemble de l'année, la fréquentation totale pour la visite des monuments reste en hausse de 10%.

La fréquentation des groupes est en baisse de 51% sur le mois de décembre.

En 2024, nous avons accueilli 9 groupes dont 4 groupes scolaires. Les réservations ont nettement baissé en 2025, vraisemblablement en lien avec la suspension du dispositif pass culture en cours d'année.

Sur l'année 2025, la fréquentation des groupes est légèrement en hausse (+0,5%).

	Fréquentation Décembre 2025	Comparatif Décembre 2024
Groupes	199	407

/ Décembre 2025

Sur le mois de décembre, l'expérience historique en réalité virtuelle a quant à elle accueilli 612 spectateurs, soit près de 19% de la fréquentation totale du Théâtre. À noter qu'entre les vacances de la Toussaint et les vacances de Noël, la salle de réalité virtuelle est ouverte uniquement les week-ends et jours fériés, ainsi qu'à la demande des groupes et des visiteurs en semaine, lorsque nos effectifs le permettent. **Sur l'ensemble de l'année, la fréquentation est de +27% par rapport à 2024.**

L'Odyssée Sonore, programmée sur 9 soirées en décembre a accueilli 760 spectateurs, soit une moyenne de 85 spectateurs par soirée. Le froid glacial ajouté au mistral de certaines soirées a réfréné les sorties nocturnes, même si la période entre Noël et le jour de l'An nous ont permis des soirées bien fréquentées, en corrélation avec la fréquentation du monument en journée.

Concernant les provenances, nous avons accueilli 65% de visiteurs français, et 35% de visiteurs étrangers. On note que qu'au mois de décembre, ce sont les visiteurs français qui sont les plus représentés. Nous accueillons en effet de nombreuses familles françaises en déplacement pour les fêtes de fin d'année. Les provenances les plus représentées, chez les visiteurs étrangers et français sont les suivantes :

VISITEURS ÉTRANGERS	VISITEURS FRANÇAIS
Italie	Vaucluse
Allemagne	Rhône
Espagne	Gard
États-Unis	Bouches-du-Rhône
Suisse	Ile-de-France
Belgique	Yvelines
Pays-Bas	Hauts-de-Seine
Royaume-Uni	Haute-Garonne
Australie	Var
Chine	Hérault

Côté français, on remarque une prédominance des départements proches du Vaucluse, qui signifie que les visiteurs recherchent des activités à effectuer durant les week-ends et jours fériés. La région parisienne est également bien représentée, indiquant des déplacements durant les congés de fin d'année.

Sur les visiteurs étrangers, on observe les pays limitrophes les plus représentés, et un retour de la Chine dans ce top 10.

Décembre 2025

PROJET CULTUREL

Visite virtuelle

Habituellement, entre les vacances de la Toussaint et celles de Noël, la visite virtuelle n'est accessible que pour les groupes sur réservations, ainsi que les weekends et les jours fériés. Cette année, nous avons la possibilité grâce à nos effectifs, de la proposer à la carte, pour les visiteurs qui la souhaiteraient, en semaine également. Cela résulte de notre volonté de permettre la découverte de notre expérience en réalité virtuelle au plus grand nombre,



Décembre 2025

COMMUNICATION

Tournage teaser enfants

Afin de promouvoir notre offre pour auprès du jeune public, nous avons réalisé le tournage d'un teaser spécifique à destination des familles et enfants. 8 enfants ainsi que leurs parents étaient présents à cette occasion. D'une durée d'environ 1 minute, ce teaser sortira courant janvier et constituera un nouvel outil de communication.



Décembre 2025

Campagne d'affichage

Du 10 au 23 décembre, une campagne d'affichage a été réalisée sur plusieurs villes de la région Provence-Alpes-Côte-d'Azur, afin de promouvoir les soirées d'Odyssée Sonore de la fin de l'année. Cela représente 240 faces, qui ont été présentes à Aix-en-Provence, Avignon, Marseille, Montélimar, Nîmes, Orange et Valence, en affichages classique et numérique. Ce plan d'affichage a permis une couverture massive sur 7 grandes villes de la zone de chalandise du Théâtre avec plus de 8 millions de contacts potentiels. Ces réseaux d'affichages sont principalement en cœur de ville pour permettre de toucher une cible en adéquation avec le domaine du tourisme et de la culture.

En corrélation avec ces affichages, une campagne digitale a également été effectuée par une agence spécialisée.



Décembre 2025

Tournage 100% immo

Le 16 décembre dernier, en collaboration avec les équipes de l'Office de Tourisme d'Orange, nous avons eu le plaisir d'accueillir les équipes de M6 dans le cadre de l'émission 100% immo, diffusée prochainement sur M6 et 6ter. Cela a été l'occasion pour Julia Pons, directrice de site, de présenter le Théâtre antique en tant que lieu emblématique de la ville d'Orange, participant à l'attractivité du territoire.



Décembre 2025

Forum Club Innovation & Culture

Le 12 décembre dernier, Julia Pons a participé à une table ronde organisée par le réseau CLIC (Club Innovation & Culture), qui s'est tenu au Musée Fabre de Montpellier. Rassemblant près de 130 professionnels de la culture ainsi que des étudiants de l'école Montpellier Management et de l'université Paul-Valéry, ce forum portait sur 3 grandes thématiques :

- Évasion, ralentissement et déconnexion : explorer autrement les œuvres (interventions du Musée Goya de Castres, du Musée Fabre de Montpellier, du Musée d'art moderne de Collioure, etc.) ;
- Les musées polymorphes : le nécessaire logique partenariale (interventions de structures ayant coopéré sur des projets tels que l'Opéra de Montpellier et l'école Epitech) ;
- Regards croisés sur des dispositifs immersifs (interventions du Musée Granet d'Aix-en-Provence, du Musée National de la Marine, du Théâtre antique d'Orange).

Dans cette dernière table ronde, nous avons donc pu intervenir afin de mettre en valeur les expériences immersives proposées par Edeis, notamment au Théâtre antique, avec l'expérience en réalité virtuelle et l'Odyssée Sonore. Les enjeux techniques et humains, les retours d'expérience, les perspectives ouvertes par ces dispositifs ont permis des échanges très enrichissants.



Décembre 2025

ACTIONS COMMERCIALES ET PARTENARIATS

Partenariat avec l'Apprenti fleuriste

Grâce à un partenariat avec l'Apprenti fleuriste à Orange, nous avons pu bénéficier de décorations de Noël dans l'espace d'accueil du Théâtre. Cela a été l'occasion de poursuivre la synergie entre les acteurs économiques locaux.



Décembre 2025



Partenariat avec Positiv Prod

La première campagne numérique en partenariat avec le Positiv Prod a été lancée le 19 décembre auprès des CSE. Un code promo permettant une réduction sur les billets des concerts de Macklemore et du groupe Kool and the Gang a été créé, et les détenteurs de billets de spectacle bénéficieront de tarifs réduits pour la visite du monument.

Décembre 2025

Promotion

Des tournées de prospection ont pu être effectuées dans le centre-ville d'Orange, notamment sur le marché de Noël ainsi qu'au centre commercial Orange Les Vignes pour continuer la distribution de dépliant du Théâtre antique. Ce fut l'occasion de redistribuer la très appréciée Gazette du Théâtre antique dans les commerces.



Décembre 2025

RÉSEAUX SOCIAUX

Le mois de décembre a été marqué par une ambiance festive, propice à la décoration de la boutique du Théâtre et à l'accueil des visiteurs lors de nombreuses soirées d'Odysée Sonore.

Nous avons également profité de cette période plus calme pour lancer une série de vidéos consacrées aux anecdotes du Théâtre, dans le but de développer et fidéliser notre audience.

Par ailleurs, de nombreux posts en collaboration ont rencontré un franc succès, notamment lors de l'annonce de concerts majeurs au Théâtre, tels qu'Apashe, Julien Doré, ou encore la Star Academy.

Visibilité et engagement

Notre communauté continue de progresser de manière régulière :

- **Instagram** : 12 600 abonnés (+100 | +1 %)
- **Facebook** : 20 951 abonnés (+191 | +1,5 %)

Ces résultats témoignent de la fidélité de notre audience et de la pertinence de notre stratégie éditoriale.

Publications phares

Les publications phrases montent une nouvelle fois l'importance des vidéos sur nos réseaux.

> Instagram

1. *Vidéo - Anecdote du Théâtre*
→ **362 likes** - meilleure performance du mois
2. *Vidéo - Anecdote du Théâtre*
→ **253 likes**
3. *Photo - Voeux de Noël*
→ **77 likes**

> Facebook

1. *Photo - Voeux de Noël*
→ **615 likes**
2. *Photo - Mur du Théâtre*
→ **593 likes**
3. *Photo - Arc de triomphe*
→ **369 likes**



Décembre 2025

EXPLOITATION

Ressources humaines

Durant le mois de décembre, nous avons accueilli 4 salariés en extras pour des besoins de renfort sur l'exploitation :

- Esteban SOYER en tant qu'agent d'entretien et de maintenance ;
- Morgan AURILIO, Laurence SEVILLA et Ève DE DOMAHIDY en tant qu'hôtes et hôtesse d'accueil pour les soirées d'Odyssée Sonore.

Formation

Sarah Shakhun, notre responsable de l'accueil, a participé à une formation sur la gestion des publics difficiles à Lyon le 16 décembre. Une journée d'apprentissage très enrichissante pour notre activité quotidienne.

Audit et accompagnement tourisme responsable

Après l'audit pour le renouvellement du label Accueil Vélo en novembre, nous avons entamé la démarche pour la mise en œuvre du Plan de transition touristique en Vaucluse pour un Tourisme responsable. Un auto-diagnostic a été effectué, avec l'accompagnement de Vaucluse Provence Attractivité, qui a ensuite missionné un consultant expert grâce à une subvention de l'ADEME. La démarche RSE est ainsi en cours.

Audit tourisme et handicap

En vue de l'obtention éventuelle du label Tourisme et Handicap, nous avons été évalués par Vaucluse Provence Attractivité, relai local du label. Le monument peut en effet être labellisé à partir de 2 familles de handicap s'il répond à 100% des critères obligatoires pour les familles concernées et 75% des critères de confort d'usage pour les mêmes familles concernées. Ce pré-audit a permis de déterminer les types de handicap sur lesquels nous pouvons prévoir une conformité, ainsi que ceux pour lesquels des améliorations sont possibles, sans envisager une labellisation, en raison des caractéristiques du monument. Ainsi, nous espérons une labellisation pour les handicaps auditifs et mentaux, et améliorerons un maximum d'éléments pour les handicaps moteurs et visuels.

Pour les handicaps auditifs et mentaux, le travail reste important selon les taux de conformité suivants :

Taux de conformité

AUDITIF

OBLIGATOIRE

12.50 %

CONFORT D'USAGE

85.71 %

MENTAL

OBLIGATOIRE

29.55 %

CONFORT D'USAGE

88.89 %

Décembre 2025

Livre d'or numérique

Les données récoltées pour le mois de décembre sont basées sur **135 participants**. La note de satisfaction globale est de **8,5/10**, avec 94% de répondants satisfaits et 6% d'insatisfaits. Cela représente :

- 5 participants par jour en moyenne
- 19 emails récupérés
- 34 commentaires comptabilisés

Une majorité des visiteurs (28,8%) visitent le monument grâce à sa notoriété :

Comment avez-vous entendu parler de nous ?
GCM



78 réponses ont été choisies au total

66 participants ont répondu à la question

Notoriété du lieu	28.8% (39)
Par un(e) proche	19.7% (13)
Autre - 7 personnes	16.7% (11)
En passant devant	15.2% (10)
Publié(e) (affichage, brochures, etc.)	12.1% (8)
Autres sites internet	10.6% (7)
Notre site internet	7.6% (5)
Autres médias (tv, radio, journaux)	3% (2)
Nos réseaux sociaux	3% (2)
Autres réseaux sociaux	1.5% (1)
Newsletter	0% (0)

Décembre 2025

Une majorité des visiteurs (63,8%) visitent le monument pour la première fois :



Le mois de décembre couvrant une période de vacances scolaires, ce sont les familles qui sont les plus représentées (58,9%), suivies des couples (27,4%) :



17% des participants à l'expérience en réalité virtuelle ont laissé un avis sur le livre d'or, avec une note moyenne de 8,2/10.

Décembre 2025

Plus de 70% des visiteurs ont visité ou ont prévu de visiter l'Arc de triomphe. Ceux ne le visitant pas indiquent dans la majeure partie des cas que c'est par manque de temps.

Avez-vous ou allez-vous visiter l'Arc de triomphe d'Orange ?
QCU



75 participants ont répondu à la question

Oui	70.7% (53)
Non - 13 personnes	29.3% (22)

Soirée de fin d'année

Une soirée de Noël a été organisée pour les équipes du Théâtre antique le 18 décembre, afin de célébrer Noël et la fin d'une année riche en projets et en émotions. Cela a permis un moment de cohésion et d'équipe, qui laisse présager une belle année 2026.



Décembre 2025

RELATIONS EXTÉRIEURES

3 décembre : Éductour organisé par Avignon Tourisme à Vedène

Deux membres de l'équipe d'Orange ont participé à cet éductour sur les activités à faire en teambuilding ou à proposer à une clientèle plutôt familiale.

4 décembre : Comité de direction du Pays d'Orange en Provence

Pour ce dernier comité de direction de l'année, l'Office de Tourisme d'Orange a fait le point sur les actions engagées en 2025. Les premiers résultats ont été partagés et les perspectives pour 2026 sont tracées.

12 décembre : Conseil d'administration d'Atout France

Les élus représentant le collège 4 des adhérents d'Atout France (service aux touristes, établissements culturels, commerces et industrie) ont assisté au Conseil d'Administration qui s'est tenu le 12 décembre dernier. Le budget 2025 a été validé, et clôturé à l'équilibre, avec un léger excédent malgré la baisse des financements publics. On note en effet une gestion plus efficiente et une diversification des ressources financières. Le Conseil a également constaté la stabilité du réseau de partenaires du tourisme, avec plus de 1200 adhérents. Pour 2026, l'opérateur national du tourisme poursuivra sa modernisation et déploiera une feuille de route visant à renforcer l'attractivité touristique de la France, promouvoir un tourisme durable et innovant, valoriser les grands événements internationaux et soutenir le développement des territoires.



Merci pour votre attention.



THÉÂTRE
ANTIQUE
D'ORANGE

RÈGLEMENT INTÉRIEUR

SOMMAIRE

TITRE I - DISPOSITIONS GÉNÉRALES	4
ARTICLE 1 - OBJET	4
ARTICLE 2 - APPLICATION	4
TITRE II - RÈGLES GÉNÉRALES ET PERMANENTES RELATIVES À LA DISCIPLINE	5
ARTICLE 3 - HORAIRES ET TEMPS DE TRAVAIL	5
ARTICLE 4 - ENTRÉES ET SORTIES	5
ARTICLE 5 - RETARDS ET ABSENCES	6
ARTICLE 6 - EXÉCUTION DU TRAVAIL	6
ARTICLE 7 - ATTITUDE ET TENUE DU PERSONNEL	6
ARTICLE 8 - TENUE DES LOCAUX	6
ARTICLE 9 — PRINCIPE DE NEUTRALITÉ	7
ARTICLE 10 - OBJETS TROUVÉS	7
ARTICLE 11 - UTILISATION DU MATÉRIEL ET DES LOCAUX DE L'ENTREPRISE	7
ARTICLE 12 - CORRESPONDANCE, TÉLÉPHONE, E-MAIL, TELEPHONE PORTABLE PERSONNEL, INTERNET	8
ARTICLE 13 - OBLIGATION DE DISCRÉTION	10
ARTICLE 14 - HARCÈLEMENT	11
14.1 - HARCÈLEMENT MORAL	11
14.2 - HARCÈLEMENT SEXUEL	11
14.3— AGISSEMENT SEXISTE	12
TITRE III – HYGIÈNE ET SÉCURITÉ	13
ARTICLE 15 - HYGIÈNE ET SÉCURITÉ	13
ARTICLE 16 – VIDÉOSURVEILLANCE	13
ARTICLE 17 - INCENDIE ET DISPOSITIF DE PROTECTION	13
ARTICLE 18 - ACCÈS ET SORTIES DE SECOURS	14
ARTICLE 19 - REPAS	14
ARTICLE 20 — CONSOMMATION DE STUPÉFIANTS ET DE BOISSONS ALCOOLISÉES	14
ARTICLE 21 - INSTALLATIONS SANITAIRES	16
ARTICLE 22 - MÉDECINE DU TRAVAIL	16
ARTICLE 23 – CASIERS	17
ARTICLE 24 - ACCIDENTS DE TRAVAIL	17
ARTICLE 25 - DROIT DE RETRAIT	17
ARTICLE 26 - PRÉVENTION DES RISQUES	17
TITRE IV - SANCTIONS DISCIPLINAIRES	19
ARTICLE 27 - GENERALITÉS	19
ARTICLE 28 - NATURE ET ÉCHELLE DES SANCTIONS	19
28.1 NATURE	19

28.2 ÉCHELLE	20
TITRE V - DROIT DES SALARIÉS EN CAS DE SANCTION	21
ARTICLE 29 — PROCÉDURE APPLICABLE AUX SIMPLES AVERTISSEMENTS ÉCRITS	21
ARTICLE 30 - PROCÉDURE APPLICABLE AUX AUTRES SANCTIONS	21
TITRE VI - RÈGLES DE PUBLICITÉ	22
ARTICLE 31 - PUBLICITÉ - DÉPÔT - ENTRÉE EN VIGUEUR.....	22
ANNEXES	23
ANNEXE 1. CODE DE CONDUITE	23
ANNEXE 2. CHARTE ÉTHIQUE	23
ANNEXE 3. CHARTE D'UTILISATION DU SYSTÈME D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION	23
ANNEXE 4. CHARTE DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS	23

TITRE I - DISPOSITIONS GÉNÉRALES

ARTICLE 1 - OBJET

Le présent règlement est destiné à fixer :

Les règles générales et permanentes relatives à la discipline,

Les mesures d'application de la réglementation en matière d'hygiène et de sécurité,

Les règles générales relatives à l'abus d'autorité en matière sexuelle et morale et d'agissements sexistes,

La nature de l'échelle des sanctions susceptibles d'être prises au sein de l'Entreprise,

Les dispositions relatives aux droits des salariés en pareil cas tels qu'ils résultent de la Loi.

ARTICLE 2 - APPLICATION

Le présent règlement s'applique à l'ensemble du personnel de la Société quel que soit le lieu où il exerce son activité.

Outre le personnel lié à l'Entreprise par un contrat de travail quelles qu'en soient la nature et la durée, ces règles concernent le personnel non lié par un contrat de travail mais exerçant son activité dans les locaux de l'Entreprise, à l'exception toutefois des dispositions relatives à la nature et l'échelle des sanctions et à la procédure disciplinaire (salarié des Entreprises extérieures, stagiaires...).

Tout salarié, au moment de son embauche, aura communication du présent règlement.

Des notes de service peuvent compléter ou préciser les dispositions du présent règlement ou ses modalités d'application.

Si elles portent prescriptions générales et permanentes dans les matières mentionnées à l'article 1 ci-dessus, elles reçoivent application sous respect des formalités prévues par la Loi : consultation des représentants du personnel s'ils existent, dépôt à l'inspection du Travail et aux Prud'hommes, affichage dans l'Entreprise.

Elles entrent en application au plus tôt un mois après l'accomplissement des formalités de dépôt et de publicité.

Toutefois, et si l'urgence le justifie, les prescriptions relatives à l'hygiène et à la sécurité peuvent recevoir application immédiate. Elles sont alors simultanément et immédiatement communiquées à l'inspection du Travail.

Dans les autres cas et notamment s'il s'agit de préciser simplement certaines modalités d'application du présent règlement ou de fixer des prescriptions n'ayant pas un caractère général et permanent elles font l'objet d'un affichage ou d'une communication particulière et s'appliquent directement.

TITRE II - RÈGLES GÉNÉRALES ET PERMANENTES RELATIVES À LA DISCIPLINE

ARTICLE 3 - HORAIRES ET TEMPS DE TRAVAIL

Les horaires établis et affichés sur les plannings et tableaux prévus à cet effet doivent être obligatoirement respectés par l'ensemble du personnel concerné. Chaque mois, le planning est envoyé par mail à tous les salariés qui doivent en prendre connaissance.

Toute modification de ces horaires s'impose au personnel concerné y compris si elle entraîne l'exécution d'heures supplémentaires avec un respect de délai de prévenance de 48h. Le refus du salarié sans motif légitime d'accomplir des heures supplémentaires peut entraîner une sanction.

En revanche, nul ne peut effectuer des heures supplémentaires sans autorisation préalable de la Direction.

La durée du travail s'entendant pour du travail effectif, le personnel doit être à son poste et en tenue de travail aux heures de début et de fin de séance de travail prévues par l'horaire affiché ou le contrat de travail pour les salariés à temps partiel.

Les salariés en contact direct avec la clientèle et où une présence continue est nécessaire devront rester à leur poste de travail jusqu'à leur remplacement effectif.

Le personnel doit impérativement respecter les heures de pause telles qu'elles résultent de l'horaire de travail affiché.

Pour les salariés sur sites et effectuant des actes de ventes, une tolérance est acceptée du moment que le temps de pause prévu ne soit pas dépassé.

ARTICLE 4 - ENTRÉES ET SORTIES

Les entrées et sorties du personnel s'effectuent en empruntant les itinéraires et issues prévues à cet effet.

Seules les personnes autorisées peuvent pénétrer dans la Société avant les heures d'entrée et y demeurer après les heures de sortie.

Par ailleurs, nul ne peut quitter son poste de travail sauf pour une raison de service, sans autorisation préalable de la Direction.

Ces dispositions ne concernent pas cependant les déplacements des représentants du personnel, s'ils existent, pour l'exercice de leurs fonctions qui s'effectuent conformément aux dispositions légales, réglementaires et conventionnelles en vigueur.

Si les circonstances le justifiaient, notamment en cas de disparition d'objets ou matériels, la Direction se réserve le droit de procéder, lors des entrées et des sorties du personnel, à la vérification des objets transportés, ceci en présence de tiers, autres salariés ou représentants du personnel. En pareil cas, les salariés sont invités à présenter le contenu de leurs effets ou objets personnels étant précisé qu'ils peuvent refuser cette vérification et que les services de police judiciaire compétents peuvent alors être alertés.

Le personnel peut être sanctionné en cas de vols avérés.

ARTICLE 5 - RETARDS ET ABSENCES

Tout retard doit faire l'objet d'une justification à l'arrivée au travail. Les retards répétitifs pourront faire l'objet de sanctions. Toute absence prévisible doit être préalablement autorisée par la Direction.

Si l'absence est imprévisible et notamment si elle est due à un cas fortuit ou de force majeure, le salarié doit informer ou faire informer la Direction dans les plus brefs délais, au besoin par téléphone, et fournir dans les 48 heures une justification de cette absence.

À défaut de justification dans le délai ci-dessus, comme en cas de justification non valable, l'absence est considérée alors comme une absence injustifiée avec toutes conséquences en résultant notamment sur le plan disciplinaire.

Si l'absence résulte d'une maladie ou d'un accident, la justification prévue ci-dessus prend la forme d'un certificat médical indiquant la durée probable de l'absence.

En cas de prolongation, la Direction doit être prévenue au plus tôt, si possible la veille du jour prévu pour la reprise et au plus tard le jour même. La justification de la prolongation doit être fournie, en tout état de cause, dans les 48 heures par l'envoi d'un certificat médical, le cachet de la poste faisant foi.

ARTICLE 6 - EXÉCUTION DU TRAVAIL

Le personnel doit exécuter les travaux qui lui sont confiés en respectant les ordres et directives donnés. Nul ne peut effectuer un travail autre que celui qui est commandé, ni transformer le contenu des tâches du poste auquel il est affecté sans ordre ou autorisation préalable de la Direction.

De la même façon, nul ne peut modifier les processus et modes opératoires sans instruction préalable.

ARTICLE 7 - ATTITUDE ET TENUE DU PERSONNEL

Les employés de la Société devront accueillir le public comme des invités et observer des règles strictes de politesse et de complaisance, ne pas provoquer d'altercations... Les employés ne pourront engager de conversation étrangère au service qu'à la condition que cela n'apporte pas de trouble à l'organisation de leur travail et au service de la clientèle.

Ils devront porter la tenue et le badge prévus à cet effet, qu'ils devront entretenir et restituer en fin de contrat. Ils devront toujours adopter une présentation soignée, impeccable et sobre (coiffure, rasage, bijoux, chaussures...), s'adapter à toutes demandes de la Direction, participer aux réunions qu'elle organise et répondre à toutes convocations adressées par la Direction.

Par ailleurs, le personnel doit faire preuve de correction et de courtoisie, éviter toute altercation et rixe dans son comportement vis-à-vis de leurs collègues et de la hiérarchie.

ARTICLE 8 - TENUE DES LOCAUX

Le personnel est tenu de maintenir la propreté de chaque poste de travail et de ses abords immédiats, et de participer au nettoyage de la Société et de ses abords.

Le personnel devra veiller à la propreté et à la bonne présentation des marchandises en rayon, prendre soin du matériel de présentation et de marquage et ne manquera pas d'appliquer les consignes fixées par la Direction ou les responsables qu'il s'agisse de consignes générales relatives à la vente ou des consignes particulières à un rayon déterminé.

D'une manière générale, les locaux doivent être maintenus en bon état de propreté.
Le personnel doit notamment utiliser les poubelles et corbeilles mises à sa disposition à cet effet.

Il en va de même pour les espaces dédiés au personnel (salle de pause, sanitaires, etc.).

ARTICLE 9 — PRINCIPE DE NEUTRALITÉ

Conformément aux dispositions de l'article L. 1321-2-1 du code du travail, la société Orange Edeis, qui a vocation à promouvoir la culture, souhaite afficher, dans les relations avec les clients/visiteurs tant publics que privés, une politique de neutralité politique, philosophique ou religieuse.

Ainsi, les membres du personnel qui sont en relation avec les clients/visiteurs devront se garder d'exprimer leurs convictions (ex : religieuses / philosophiques / politiques) dans le cadre de l'Entreprise et de l'ensemble des sites de celles-ci.

Par ailleurs, les salariés sont tenus d'avoir une tenue correcte conforme à l'image de l'entreprise, particulièrement lorsqu'ils sont en contact avec la clientèle. À ce titre, il est notamment interdit d'afficher tout signe ostentatoire d'appartenance politique, philosophique ou religieuse au sein de l'Entreprise et sur tout lieu de prestation. Est considéré comme ostentatoire tout signe ou tenue qui conduit à faire immédiatement reconnaître l'appartenance de celui ou celle qui le porte à un mouvement politique, syndical, ou religieux.

En particulier, le port d'un couvre-chef de quelque nature qu'il soit est strictement interdit.

Les dispositions ci-avant ne font pas obstacle à l'exercice de la liberté d'expression syndicale, dans les conditions et limites prévues par la Loi.

ARTICLE 10 - OBJETS TROUVÉS

Toute somme d'argent et/ou tout objet trouvé dans les locaux de l'Établissement seront immédiatement remis à la Direction qui en fera le dépôt au commissariat de police. Toute réclamation concernant ces objets devra être adressée à la Direction.

ARTICLE 11 - UTILISATION DU MATÉRIEL ET DES LOCAUX DE L'ENTREPRISE

Les locaux de l'Entreprise seront réservés à un usage professionnel.

En aucun cas, le matériel de l'entreprise ne doit être utilisé à des fins personnelles ou à d'autres fins que celles auxquelles il est destiné (sauf accord préalable obtenu auprès du responsable hiérarchique).

À l'exception de certains instruments (exemple : ordinateurs portables et téléphones portables fournis à certains membres du personnel), il est interdit d'emporter même pour quelques jours seulement, des objets appartenant à l'entreprise, sauf accord préalable écrit du service ou responsable concerné.

En cas de cessation du contrat de travail pour quelque cause que ce soit, tout salarié doit restituer les documents et matériels en sa possession et appartenant à l'entreprise, notamment : documents divers (administratifs, comptables, fichiers, etc.), téléphone portable, ordinateur portable, véhicule de fonction, badges, clefs, etc.

Tout salarié ne respectant pas une telle disposition s'exposerait à des poursuites.
En toute occasion, les salariés doivent veiller au respect et à la sécurité des biens.

Il est de plus interdit d'y effectuer sans autorisation des collectes, distributions et affichages à l'exception

de celles liées à l'exercice d'un mandat syndical ou de représentant du personnel et dans les limites fixées par la Loi.

Il est interdit d'introduire ou de faire introduire dans l'Entreprise des personnes qui y sont étrangères, sans raison de service ou autorisation préalable de la Direction, à l'exception des personnalités syndicales extérieures à l'Entreprise visées à l'article L 2142-10 du code du travail et des experts nécessaires aux institutions représentatives du personnel dont l'intervention est prévue par les textes légaux.

Il est interdit de provoquer des réunions pendant les heures et sur les lieux de travail, sous réserve de l'exercice des droits de grève et d'expression et des droits des représentants du personnel.

Il est interdit d'introduire sans autorisation dans l'établissement des marchandises destinées à être vendues, échangées ou distribuées.

Il est interdit de dormir dans les locaux de travail et de s'y maintenir en cas d'ordre d'évacuation donnée par la Direction.

En dehors des horaires de travail, la présence des salariés n'est pas autorisée dans les locaux de la société sauf demande ou autorisation de la Direction.

ARTICLE 12 - CORRESPONDANCE, TÉLÉPHONE, E-MAIL, TELEPHONE PORTABLE PERSONNEL, INTERNET

Correspondance

Le personnel n'est pas habilité à se faire expédier correspondance et colis personnels à l'adresse de l'Entreprise, sauf accord préalable de la Direction.

Il est interdit d'envoyer toute correspondance personnelle aux frais de l'Entreprise.

Téléphone fixe et/ou mobile professionnel et/ou personnel

L'usage du téléphone fixe et/ou mobile ainsi que du fax à des fins privées est interdit sauf cas grave et urgent et sous réserve d'une autorisation préalable.

Toutefois, une utilisation raisonnable et modérée du téléphone fixe professionnel ou du téléphone portable personnel, dans le cadre des seules nécessités de la vie courante et familiale répondant à des situations d'urgence, est tolérée, à condition que cette utilisation reste exceptionnelle et n'affecte pas le fonctionnement de l'entreprise.

Le personnel est informé que l'Entreprise a la possibilité de connaître la provenance et la destination des communications depuis ou vers la ou les ligne(s) (fixe et le cas échéant mobile) de chacun des salariés, ainsi que le coût, la durée, la date et l'heure des communications, notamment par l'obtention de factures détaillées.

À des fins de contrôle et de gestion, et dans le respect des dispositions légales et réglementaires applicables, l'entreprise se réserve le droit de vérifier le contenu de ces informations, sans jamais procéder à l'écoute ou à la consultation du contenu des conversations ou messages (type SMS, MMS).

Internet et e-mail

Compte tenu des risques inhérents à l'utilisation d'Internet et de la messagerie, les salariés doivent veiller en toutes circonstances à utiliser ces technologies dans le respect des règles élémentaires de sécurité, de bonnes mœurs et de bonne conduite et ce, par principe, dans le cadre exclusif de la réalisation de leurs missions professionnelles.

Ainsi, chaque utilisateur se doit de respecter notamment les règles d'utilisation définies ci-dessous, lesquelles ne font pas obstacle à l'exercice des prérogatives éventuellement reconnues dans le cadre du droit syndical.

Accès à Internet

L'utilisation d'Internet est réservée à un usage professionnel. La consultation de sites Internet à des fins personnelles est interdite.

Dans tous les cas, l'utilisation d'Internet ne doit pas revêtir un caractère fautif ou abusif.

Sont notamment considérés comme fautifs ou abusifs les agissements suivants, sans que cette liste ne présente un caractère limitatif :

- La consultation de site à caractère pornographique, xénophobe, raciste et, d'une façon générale, de tout site susceptible de mettre en jeu la responsabilité pénale de leurs concepteurs et/ou de leurs utilisateurs ;
- La participation à des jeux d'argent ou de hasard, qu'ils soient licites ou illicites, ainsi que la réalisation d'opérations financières d'investissement ou à caractère spéculatif ;
- Le téléchargement de toutes informations et de tous logiciels ou documents, quelle que soit leur forme ou leur nature, à des fins personnelles ;
- L'utilisation d'internet dans des conditions susceptibles de porter atteinte à l'image ou à la réputation d'autrui ou de la société, et d'une façon générale, d'engager la responsabilité civile ou pénale de l'utilisateur et/ou de la société.

Accès à la messagerie et à l'intranet

L'accès à la messagerie est réservé à un usage strictement professionnel. En conséquence, tous documents ou tous courriers électroniques transitant par la messagerie, envoyés ou reçus sur l'intranet, notamment dans des forums, sont réputés revêtir un caractère exclusivement professionnel et ne peuvent dès lors être considérés comme une correspondance privée au sens du Code pénal.

Sont notamment considérés comme fautifs ou abusifs les agissements suivants, sans que cette liste ne présente un caractère limitatif :

- Le fait de télécharger, envoyer ou transmettre tout contenu qui soit illégal, nuisible, menaçant, abusif, constitutif de fausse nouvelle, de harcèlement, diffamatoire, injurieux, vulgaire, obscène, menaçant pour la vie privée d'autrui, haineux, raciste et, d'une façon générale tout contenu susceptible d'engager la responsabilité pénale et/ou civile de son auteur ;
- La diffusion en chaîne de courriers, les envois automatiques ou en masse ou tout autre type de distribution à grande échelle, sauf en cas d'autorisation expresse de la direction ;
- Le fait d'envoyer des messages sous le nom d'une autre personne, sauf autorisation de celle-ci ; Le fait d'envoyer des messages ou documents confidentiels sans respecter les procédures de protection et d'autorisation.

Toute personne disposant d'une messagerie mise à disposition par l'établissement pour l'exercice de son activité devra respecter les règles suivantes :

- Contenu de l'envoi : chacun doit s'assurer que toutes les communications électroniques sont fiables et exactes, et prendre les mêmes précautions pour rédiger un e-mail ou tout autre document électronique que celles habituellement retenues pour toute autre communication écrite. Tout document créé ou stocké sur le réseau peut être lu, ou pourrait l'être, par d'autres personnes.
- Transparence de la communication : il est également interdit de modifier les informations d'attribution des e-mails et notamment la mention « De : » ou toute autre information sur l'origine figurant dans un message e-mail ou dans les affichages. Les communications électroniques anonymes ou pseudo-anonymes sont interdites.

À titre exceptionnel et pour satisfaire à des besoins exprès de la vie quotidienne, le salarié peut être amené à utiliser la messagerie à des fins personnelles. Il doit indiquer, à chaque envoi, et faire indiquer par chaque expéditeur, de manière expresse et in extenso, le caractère « personnel et confidentiel » de la correspondance ; à défaut, elle est réputée être professionnelle. Toute utilisation en dehors des cas exceptionnels visés caractérise une faute.

Contrôle

L'employeur est en droit de contrôler et de surveiller l'activité de son personnel durant le temps de travail, sous réserve de n'apporter aux droits des personnes et aux libertés individuelles et collectives de restrictions qui ne seraient pas justifiées par la nature de la tâche à accomplir ni proportionnées au but recherché. Dans le respect de ces principes, l'employeur peut procéder aux contrôles suivants.

Les connexions établies par un salarié sur des sites Internet pendant son temps de travail étant présumées avoir un caractère professionnel, l'employeur se réserve la possibilité d'en prendre connaissance à tout moment, hors sa présence. L'employeur pourra notamment obtenir des informations sur les plages et l'amplitude horaire des connexions, les sites visités, les fichiers téléchargés et leur volume et les adresses de sites web.

De même, les dossiers et fichiers créés par un salarié grâce à l'outil informatique mis à sa disposition par l'employeur pour l'exécution de son travail sont présumés avoir un caractère professionnel. En conséquence, l'employeur peut y avoir accès, y compris en dehors de sa présence.

En revanche, lorsque des fichiers informatiques sont identifiés comme personnels, l'employeur ne peut en prendre connaissance que lorsque le salarié est présent à son poste de travail lors de leur ouverture ou s'il a été dûment appelé. Cette ouverture peut se faire en présence d'un témoin, notamment d'un représentant du personnel, si le salarié le souhaite. Néanmoins, dans l'hypothèse d'un risque ou d'un événement particulier, l'employeur est autorisé à ouvrir les fichiers même en l'absence du salarié.

Par ailleurs, l'employeur se réserve le droit de prendre connaissance, dans l'intérêt de l'entreprise, du contenu de tous les messages qui n'auront pas été expressément spécifiés comme ayant un caractère « personnel et confidentiel ».

ARTICLE 13 - OBLIGATION DE DISCRÉTION

L'ensemble du personnel est tenu de garder une discrétion absolue vis à vis des autres membres de l'équipe, comme des tiers extérieurs (presse, politique, client), notamment sur l'ensemble des éléments techniques, financiers ou autres dont il aurait pu avoir connaissance à l'occasion de son travail, et plus particulièrement tout ce qui a attiré au savoir-faire de l'Entreprise ou de ses clients.

Tout manquement sur ce point constitue une faute avec toute conséquence en découlant notamment sur le plan de la responsabilité et sous réserve de l'appréciation souveraine des tribunaux.

L'attention du personnel est également attirée sur l'interdiction de communiquer tous renseignements confidentiels par téléphone ou par tout autre moyen à des personnes dont l'identité et la compétence n'auront pas été dûment vérifiées.

Par ailleurs, tout document ou matériel détenu par un salarié dans l'exercice de sa fonction est confidentiel et ne peut être divulgué. Ces documents et matériels doivent être restitués sur simple demande de la Société en cas de modification ou de cessation du contrat de travail pour quelque cause que ce soit.

ARTICLE 14 - HARCÈLEMENT

14.1 - HARCÈLEMENT MORAL

Le Code du travail prohibe tout harcèlement moral.

Conformément à l'article L.1152-1 du Code du travail, « Aucun salarié ne doit subir les agissements répétés de harcèlement moral qui ont pour objet une dégradation de ses conditions de travail susceptible de porter atteinte à ses droits et à sa dignité, d'altérer sa santé physique ou mentale ou de compromettre son avenir professionnel. »

Conformément à l'article L.1152-2 du Code du travail, « Aucun salarié ne peut être sanctionné, licencié ou faire l'objet d'une mesure discriminatoire, directe ou indirecte, notamment en matière de rémunération, de formation, de reclassement, d'affectation, de qualification, de classification, de promotion professionnelle, de mutation ou de renouvellement de contrat pour avoir subi ou refusé de subir des agissements répétés de harcèlement moral ou pour avoir témoigné de tels agissements ou les avoir relatés. »

Conformément à l'article L.1152-3 du Code du travail, « Toute rupture du contrat de travail intervenue en méconnaissance des dispositions des articles L. 1152-1 et L. 1152-2, toute disposition ou tout acte contraire est nul ».

Conformément à l'article L.1152-4 du Code du travail, « L'employeur prend toutes dispositions nécessaires en vue de prévenir les agissements de harcèlement moral. »

Conformément à l'article L.1152-5 du Code du travail, « Tout salarié ayant procédé à des agissements de harcèlement moral est passible d'une sanction disciplinaire. »

Conformément à l'article L.1152-6 du Code du travail, « Une procédure de médiation peut être mise en œuvre par toute personne de l'entreprise s'estimant victime de harcèlement moral ou par la personne mise en cause ». Le choix du médiateur fait l'objet d'un accord entre les parties.

Le médiateur s'informe de l'état des relations entre les parties. Il tente de les concilier et leur soumet des propositions qu'il consigne par écrit en vue de mettre fin au harcèlement.

Lorsque la conciliation échoue, le médiateur informe les parties des éventuelles sanctions encourues et des garanties procédurales prévues en faveur de la victime.

Il est rappelé aux salariés que, aux termes de l'article 222-33-2 du code pénal, « le fait de harceler autrui par des agissements répétés ayant pour objet ou pour effet une dégradation des conditions de travail susceptible de porter atteinte à ses droits et à sa dignité, d'altérer sa santé physique ou mentale ou de compromettre son avenir professionnel, est puni de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 € d'amende ».

14.2 - HARCÈLEMENT SEXUEL

Le harcèlement sexuel est défini à l'article 222-33 du code pénal comme suit :

« I. - Le harcèlement sexuel est le fait d'imposer à une personne, de façon répétée, des propos ou comportements à connotation sexuelle qui soit portent atteinte à sa dignité en raison de leur caractère dégradant ou humiliant, soit créent à son encontre une situation intimidante, hostile ou offensante.

II. - Est assimilé au harcèlement sexuel le fait, même non répété, d'user de toute forme de pression grave dans le but réel ou apparent d'obtenir un acte de nature sexuelle, que celui-ci soit recherché au profit de l'auteur des faits ou au profit d'un tiers.

III. - Les faits mentionnés aux I et II sont punis de deux ans d'emprisonnement et de 30 000 € d'amende. Ces peines sont portées à trois ans d'emprisonnement et 45 000 € d'amende lorsque les faits sont

commis.

- 1° Par une personne qui abuse de l'autorité que lui confèrent ses fonctions ;
- 2° Sur un mineur de quinze ans ;
- 3° Sur une personne dont la particulière vulnérabilité, due à son âge, à une maladie, à une infirmité, à une déficience physique ou psychique ou à un état de grossesse, est apparente ou connue de leur auteur ;
- 4° Sur une personne dont la particulière vulnérabilité ou dépendance résultant de la précarité de sa situation économique ou sociale est apparente ou connue de leur auteur ;
- 5° Par plusieurs personnes agissant en qualité d'auteur ou de complice. »

Le Code du travail prohibe tout harcèlement sexuel :

Conformément à l'article L.1153-1 du Code du travail, « Aucun salarié ne doit subir des faits :

- 1° Soit de harcèlement sexuel, constitué par des propos ou comportements à connotation sexuelle répétés qui, soit portent atteinte à sa dignité en raison de leur caractère dégradant ou humiliant, soit créent à son encontre une situation intimidante, hostile ou offensante ;
- 2° Soit assimilés au harcèlement sexuel, consistant en toute forme de pression grave, même non répétée, exercée dans le but réel ou apparent d'obtenir un acte de nature sexuelle, que celui-ci soit recherché au profit de l'auteur des faits ou au profit d'un tiers. »

Est passible d'une sanction disciplinaire, toute personne qui, dans l'exercice de ses fonctions, aura procédé à de tels agissements.

Conformément à l'article L.1153-2 du Code du travail, « Aucun salarié, aucun candidat à un recrutement, à un stage ou à une période de formation en entreprise ne peut être sanctionné, licencié ou faire l'objet d'une mesure discriminatoire, directe ou indirecte, notamment en matière de rémunération, de formation, de reclassement, d'affectation, de qualification, de classification, de promotion professionnelle, de mutation ou de renouvellement de contrat pour avoir subi ou refusé de subir des agissements de harcèlement sexuel. »

Conformément à l'article L.1153-3 du Code du travail, « Aucun salarié ne peut être sanctionné, licencié ou faire l'objet d'une mesure discriminatoire pour avoir témoigné des agissements de harcèlement sexuel ou pour les avoir relatés. »

Conformément à l'article L.1153-4 du Code du travail, « Toute disposition ou tout acte contraire aux dispositions des articles L. 1153-1 à t. 1153-3 est nul. »

Conformément à l'article L.1153-S du Code du travail, « l'employeur prend toutes dispositions nécessaires en vue de prévenir les agissements de harcèlement sexuel. »

Conformément à l'article L.1153-6 du Code du travail, « Tout salarié ayant procédé à des agissements de harcèlement sexuel est passible d'une sanction disciplinaire. »

14.3— AGISSEMENT SEXISTE

Selon l'article L. 1142-2-1 du Code du travail, « Nul ne doit subir d'agissement sexiste, défini comme tout agissement lié au sexe d'une personne, ayant pour objet ou pour effet de porter atteinte à sa dignité ou de créer un environnement intimidant, hostile, dégradant, humiliant ou offensant ».

TITRE III – HYGIÈNE ET SÉCURITÉ

ARTICLE 15 - HYGIÈNE ET SÉCURITÉ

L'amélioration de l'hygiène, de la sécurité du travail et du public doit rester au centre des préoccupations de chacun et ne peut être obtenue que par une attention constante de la part de la Société comme des salariés.

Elle repose d'abord sur une bonne connaissance tant des risques qui peuvent se présenter que des consignes à observer et des dispositions à prendre pour les éviter.

Il doit se conformer à toutes les indications générales et particulières édictées par la Direction et portées à sa connaissance tant par le présent règlement intérieur que par note de service article L4122-1 du Code du travail.

L'ensemble des règles, mesures et consignes applicables en matière d'hygiène et de sécurité doivent être parfaitement connues du personnel et strictement respectées.

Toute intervention sur les dispositifs de sécurité, notamment pour leur neutralisation, est strictement interdite.

ARTICLE 16 – VIDÉOSURVEILLANCE

Chaque monument est équipé de caméra de vidéosurveillance afin de garantir la sécurité du personnel de vente. Selon les articles L.251-1 à L.255-1 du code de la sécurité intérieure & Décret N°96-296 du 17 octobre 1996 modifié.

Celles-ci sont situées :

- THÉÂTRE : Billetterie intérieure + extérieure / Boutique / Entrée du monument
- MUSÉE : Chaque salle du Musée

L'établissement dispose de moyens informatiques destinés à gérer plus facilement la sécurité des biens et des personnes. Celles-ci pourront être utilisées pour sanctionner le personnel en cas de non-respect des dispositions du règlement intérieur.

Les informations enregistrées sont réservées à l'usage de l'établissement et ne peuvent être communiquées qu'à la direction de l'établissement.

Conformément aux articles 39 et suivants de la loi N°78-17 du 6 janvier 1978, relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés, toute personne peut obtenir communication et, le cas échéant, rectification ou suppression des informations la concernant.

<https://www.cnil.fr/fr/RGPD-exemple-information-salaries-videosurveillance-au-travail>

ARTICLE 17 - INCENDIE ET DISPOSITIF DE PROTECTION

Le personnel doit respecter les consignes de sécurité en cas d'incendie et notamment veiller au libre accès aux moyens et matériels de lutttes (extincteurs, etc.) ainsi qu'aux issues de secours. En cas de péril, l'évacuation doit se faire en bon ordre et conformément aux consignes d'incendie.

Les personnes mises en possession des consignes individuelles doivent veiller à une parfaite conservation des documents remis et s'astreindre à leur utilisation constante.

Tout arrêt ou incident dans le fonctionnement d'engins, appareils, machines ou installations de toute

nature, toute défaillance risquant de compromettre la sécurité doivent immédiatement être signalés à la Direction.

Il est interdit au personnel non qualifié d'essayer de procéder à une réparation ou à un démontage sans autorisation de la Direction.

Toute intervention sur les dispositifs de sécurité, notamment pour leur neutralisation, est strictement interdite et réservée au personnel habilité.

Le non-respect de l'une quelconque des règles, mesures ou consignes résultant du dispositif d'hygiène et de sécurité applicable, constitue une faute disciplinaire passible des sanctions définies dans le présent règlement intérieur.

Il est interdit :

- De fumer, de vapoter, d'allumer des objets susceptibles de produire une flamme ou une étincelle dans les locaux où cette interdiction est prévue, seul un Permis de Feu ou une autorisation spécifique pour les équipements de laboratoire (choc thermique...) peut autoriser l'utilisation de flamme ou étincelle aux dates, heures et lieux spécifiés ;
- De déposer ou de laisser séjourner des matières inflammables dans et sous les escaliers, passages, couloirs ainsi qu'à proximité des issues des locaux et bâtiments ;
- D'encombrer de marchandises ou d'objets quelconques les issues et dégagements ;
- De manipuler les matériels de secours (extincteurs...) en dehors de leur utilisation normale et d'en rendre l'accès difficile.

Les salariés doivent prendre connaissance des consignes de sécurité et d'évacuation en cas d'incendie et les respecter strictement. Celles-ci sont affichées dans les locaux de travail.

Tous les salariés, sans exception, doivent participer aux exercices d'entraînement à la prévention des incendies (extinction de feux, évacuation...), ainsi qu'aux réunions de sécurité organisées ponctuellement.

Toute violation de ces dispositions constitue une faute.

ARTICLE 18 - ACCÈS ET SORTIES DE SECOURS

En aucun cas, les accès ou sorties de l'établissement, de même que les accès ou emplacements de secours ou d'urgence, ne doivent être encombrés. Toute personne constatant une situation d'encombrement ou de gêne contraire aux dispositions du précédent alinéa doit le signaler sans délai à la Direction.

ARTICLE 19 - REPAS

Conformément à l'article R 4228-19 du code du travail, il est interdit au personnel de prendre ses repas ou casse-croûte ailleurs que dans les espaces dédiés à cet effet.

ARTICLE 20 — CONSOMMATION DE STUPÉFIANTS ET DE BOISSONS ALCOOLISÉES

Boissons alcoolisées

L'introduction comme la consommation de boissons alcoolisées dans les locaux de travail est interdite. En application des dispositions de l'article R. 4228-20 du code du travail, seul le vin, le cidre, la bière et le poiré peuvent être consommés, lors du repas, en quantité raisonnable.

Il est interdit d'entrer, de circuler ou de séjourner dans l'entreprise en état d'ivresse. La direction se réserve le droit d'interdire l'accès de l'entreprise à toute personne présentant un trouble manifeste du comportement susceptible de compromettre sa sécurité personnelle, celle des autres salariés de l'entreprise ou encore des visiteurs.

En raison de l'obligation faite au chef d'entreprise d'assurer la sécurité dans l'entreprise et afin de prévenir ou de faire cesser immédiatement une situation dangereuse, dans les cas où l'état d'imprégnation alcoolique constitue un danger pour les intéressés ou leur environnement ou les visiteurs, la Direction pourra soumettre le salarié concerné à un alcootest.

Le contrôle par alcootest pourra être imposé au salarié dont l'état d'imprégnation alcoolique constituerait une menace pour lui-même ou pour son entourage (qu'il s'agisse de salariés de la société ou de visiteurs), notamment les salariés :

- Amenés à conduire un véhicule motorisé dans le cadre de ses fonctions ;
- Participant à toute autre activité dont une mauvaise exécution pourrait avoir des conséquences sur la sécurité des biens et des personnes ;
- Amenés à utiliser des outils et/ou du matériel dangereux (à titre d'exemple, des outils tranchants, comme un sécateur ou une tronçonneuse ; du matériel électrique, comme des rallonges électriques, du matériel de cuisine, etc.).

Ce contrôle pourra être pratiqué à n'importe quel moment de la journée de travail dès lors que le comportement du salarié laissera supposer une consommation d'alcool de nature à nuire à sa propre sécurité et à celle d'autrui.

Le contrôle sera effectué par une personne habilitée à cet effet (membre de la Direction par exemple).

L'alcootest pourra être pratiqué en présence d'un autre membre du personnel, si le salarié le demande. Ce dernier pourra en outre demander une contre-expertise, c'est-à-dire qu'un nouveau test soit effectué.

En aucun cas, ce contrôle ne peut être systématique.

Tout contrôle positif pourra entraîner une sanction disciplinaire. Cette sanction peut aller jusqu'au licenciement pour faute grave.

Drogues et médicaments

La consommation de drogues dans les locaux de l'entreprise et, d'une manière générale, pendant les heures de travail, est strictement interdite. L'introduction et la distribution de drogues dans les locaux de l'entreprise sont également strictement interdites.

De même, il est interdit d'introduire ou de consommer, en toute connaissance de cause, tout produit médicamenteux pouvant altérer la bonne réalisation de son travail et de ce fait pouvant être à l'origine d'un accident. En cas de prescription médicale d'un tel produit, le salarié en avertira le médecin du travail qui vérifiera si le traitement prescrit est compatible avec le poste occupé.

Il est interdit d'entrer, de circuler ou de séjourner dans l'entreprise sous l'emprise de drogue. La direction se réserve le droit d'interdire l'accès de l'entreprise à toute personne présentant un trouble manifeste du comportement susceptible de compromettre sa sécurité personnelle ou celle des autres salariés de l'entreprise.

Le non-respect des dispositions énoncées ci-dessus constitue une faute et entraînera la mise en œuvre des sanctions disciplinaires correspondant à la gravité du préjudice effectif ou potentiel, subi par l'Entreprise.

La consommation de drogues et autres stupéfiants peut mettre en danger la santé et la sécurité du consommateur, de son entourage professionnel ou de tiers et être à l'origine d'accidents de travail. En raison de l'obligation faite à la Direction d'assurer la sécurité des salariés, pour les salariés qui occupent un poste comportant des exigences particulières de sécurité et de maîtrise du comportement, c'est-à-dire des postes où une défaillance humaine, ou même un simple défaut de vigilance, peut entraîner des conséquences graves pour le salarié lui-même ou pour autrui, notamment pour les salariés :

- Amenés à conduire un véhicule motorisé dans le cadre de ses fonctions ;
- Participant à toute autre activité dont une mauvaise exécution pourrait avoir des conséquences sur la sécurité des biens et des personnes ;
- Amenés à utiliser des outils et/ou du matériel dangereux (à titre d'exemple, des outils tranchants, comme un sécateur ou une tronçonneuse ; du matériel électrique, comme des rallonges électriques, du matériel de cuisine, etc.).

Un test de dépistage salivaire de drogues pourra être organisé.

Ce contrôle pourra être pratiqué à n'importe quel moment de la journée de travail dès lors que le comportement du salarié laissera supposer une consommation de drogue de nature à nuire à sa propre sécurité et à celle d'autrui.

Le test de dépistage sera effectué par une personne habilitée à cet effet (soit un membre de la Direction par exemple), qui sera soumise au secret professionnel sur les résultats du contrôle et aura reçu au préalable une information appropriée sur la manière d'administrer le test concerné et d'en lire les résultats.

Préalablement au test, le salarié sera informé qu'il a la possibilité de refuser le test de dépistage (son refus pouvant toutefois donner lieu à une sanction pouvant aller jusqu'au licenciement), de demander la présence d'un témoin, membre du personnel de l'entreprise et qu'il pourra solliciter une contre-expertise en cas de contestation des résultats du test, c'est-à-dire qu'un nouveau test soit effectué.

Tout dépistage positif pourra entraîner une sanction disciplinaire. Cette sanction peut aller jusqu'au licenciement pour faute grave.

ARTICLE 21 - INSTALLATIONS SANITAIRES

L'Entreprise met à la disposition du personnel des installations sanitaires régulièrement entretenues et qui doivent être maintenues en parfait état de propreté.

Tout salarié qui se livrerait à des détériorations ou des souillures pourrait faire l'objet d'une sanction.

ARTICLE 22 - MÉDECINE DU TRAVAIL

L'ensemble du personnel est tenu de se soumettre aux différents examens médicaux prévus par le Code du Travail, à savoir la visite d'information et de prévention d'embauche, les visites périodiques et de reprise et les éventuels examens complémentaires selon les modalités en vigueur au sein de l'Entreprise.

Ces visites et examens étant obligatoires, tout refus de s'y soumettre constitue une faute grave de la part du salarié sous réserve de l'appréciation souveraine des tribunaux.

ARTICLE 23 – CASIERS

Le personnel dispose, pour ranger ses effets personnels, de casiers qui doivent être nettoyés régulièrement par chaque utilisateur et qui doivent impérativement être fermés à clé.

Si les circonstances le justifient, notamment en cas de disparitions rapprochées d'objets ou de matériels, la Direction se réserve le droit de procéder à des vérifications dans les casiers ceci en présence de tiers, autres salariés ou représentants du personnel.

En pareil cas, les salariés sont invités à présenter le contenu de leur casier étant précisé qu'ils peuvent refuser cette vérification et que les services de police judiciaire compétents peuvent alors être alertés.

En cas d'absence d'un salarié concerné et après avoir pris tous les moyens pour le prévenir, la Direction pourra ouvrir son casier en présence de deux témoins qui sont membres du personnel.

ARTICLE 24 - ACCIDENTS DE TRAVAIL

Sauf empêchement visé à l'article L 441-1 du code de la sécurité sociale, tout salarié victime d'un accident de travail, même de peu d'importance, survenu au cours du travail ou au cours du trajet aller et retour du domicile au lieu de travail, est tenu de le signaler immédiatement à son chef de service afin que toutes les mesures nécessaires soient prises, notamment celles relatives aux soins et aux formalités.

De même, tout symptôme pouvant être considéré comme relevant d'une maladie professionnelle doit être signalé par l'intéressé au Médecin du Travail.

Toute fausse déclaration en la matière constitue une faute grave sous réserve de l'appréciation souveraine des tribunaux.

ARTICLE 25 - DROIT DE RETRAIT

Tout salarié doit signaler immédiatement à l'employeur ou à son représentant toute situation de travail dont il a un motif raisonnable de penser qu'elle représente un danger grave et imminent pour sa vie ou sa santé ainsi que toute défectuosité qu'il pourrait constater dans les systèmes de protection.

Il doit en principe et en tant que de besoin consigner ce danger ou cette défectuosité par écrit, et attendre qu'une décision lui soit notifiée par la Direction.

Dans l'attente du résultat de l'enquête menée à ce sujet, le salarié sera affecté à des travaux de qualification similaire ou, en cas d'impossibilité, voisine.

L'employeur ou son représentant ne peut demander au salarié de reprendre son activité dans une situation de travail où persiste un danger grave et imminent.

Le droit de retrait n'entraîne ni sanction, ni retenue sur salaire. L'employeur ne peut demander au salarié de reprendre le travail si le danger grave et imminent persiste.

ARTICLE 26 - PRÉVENTION DES RISQUES

Tout salarié est tenu de participer aux actions de prévention d'informations mises en place au sein de l'entreprise pour lesquelles leur présence est prévue. Tout refus serait constitutif d'une faute.

De même, tout salarié ne saurait pas se soustraire à l'obligation de participer, selon les consignes particulières qui lui seront données au coup par coup, aux différentes actions, aux opérations mises en

œuvre pour rétablir les conditions de travail protectrices de la sécurité et de la santé, si besoin était.

De manière générale, il incombe à chaque salarié de prendre soin de sa sécurité et de sa santé mais aussi de celles des autres personnes, notamment les visiteurs qui pourraient être affectées du fait de ses actes ou de ses manquements.

TITRE IV - SANCTIONS DISCIPLINAIRES

ARTICLE 27 - GENERALITÉS

L'ensemble des dispositions disciplinaires contribue à l'instauration et au maintien d'une bonne organisation dans l'Entreprise. Le pouvoir de direction de l'employeur et de tout responsable ayant reçu délégation s'exerce dans le respect de l'intérêt général de celle-ci.

En conséquence, toute personne employée dans l'Etablissement est tenue de remplir consciencieusement la tâche qui lui est confiée à l'exclusion de toute occupation étrangère à ses fonctions et de se conformer aux instructions et directives qui lui sont données, sous réserve des droits de représentants du personnel.

Le personnel est tenu de respecter les consignes et prescriptions portées à sa connaissance par le présent règlement et ses modifications éventuelles ou par notes de service prises en application dudit règlement.

Il est rappelé qu'aucun salarié ne peut être sanctionné en raison de son origine, sexe, situation de famille, appartenance à une ethnie, une nation ou une race, de ses opinions politiques, syndicales, de l'exercice du droit de grève, de ses convictions religieuses.

De même, aucun salarié ne peut être sanctionné pour avoir subi ou refusé de subir des agissements de harcèlement.

ARTICLE 28 - NATURE ET ÉCHELLE DES SANCTIONS

28.1 NATURE

Conformément à l'article L 1331-1 du Code du travail, constitue une sanction toute mesure, autre que les observations verbales, prise par l'employeur à la suite d'un agissement du salarié considéré par lui comme fautif, que cette mesure soit de nature à affecter immédiatement ou non la présence du salarié dans l'Entreprise, sa fonction, sa carrière ou sa rémunération.

Les sanctions régies par les présentes dispositions sont celles qui sont susceptibles d'intervenir en cas de manquement aux règles de discipline et/ou aux règles d'hygiène et de sécurité définies dans le présent règlement.

Les sanctions susceptibles d'être prises en fonction de la gravité des fautes commises sont les suivantes :

- Avertissement
- Mise à pied disciplinaire
- Mutation disciplinaire
- Rétrogradation
- Licenciement pour cause réelle et sérieuse
- Licenciement pour faute grave
- Licenciement pour faute lourde
- Rupture immédiate du préavis

28.2 ÉCHELLE

Les sanctions définies ci-dessus sont énumérées selon un ordre de gravité croissant.

Le choix de la sanction dans l'échelle ainsi définie sera fonction de la gravité de la faute.

La décision à intervenir dans chaque cas sera toutefois arrêtée en tenant compte de l'ensemble des facteurs qui sont de nature à atténuer ou à aggraver la sanction applicable.

En conséquence, l'une des sanctions pourra être directement appliquée sans qu'il soit nécessaire, au préalable, d'en passer par une sanction moindre :

Avertissement : constatation d'un comportement fautif destinée à attirer l'attention du salarié sur la faute commise et à le prévenir des conséquences pouvant résulter d'une éventuelle récidive

Mise à pied disciplinaire : suspension temporaire du contrat de travail d'une durée d'un à 6 jours ouvrés sans rémunération à titre de sanction

Mutation disciplinaire : changement de lieu de travail au sein de l'entreprise ou de l'une de ses branches et/ou de service

Rétrogradation : changement de qualification professionnelle de niveau inférieur à titre de sanction emportant diminution de la rémunération

Licenciement pour cause réelle et sérieuse : rupture du contrat avec le versement de l'indemnité de préavis (exécuté ou non) et indemnité de licenciement

Licenciement pour faute grave : rupture immédiate du contrat sans indemnités de préavis ni de licenciement

Licenciement pour faute lourde : rupture immédiate du contrat sans indemnités de préavis, ni de licenciement, ni de congés payés

Rupture immédiate du préavis : sanction applicable à un salarié qui commet une faute grave en cours de préavis. Tenant compte des faits et circonstances, la sanction sera prise sans suivre nécessairement l'ordre de ce classement.

TITRE V - DROIT DES SALARIÉS EN CAS DE SANCTION

ARTICLE 29 — PROCÉDURE APPLICABLE AUX SIMPLES AVERTISSEMENTS ÉCRITS

Les simples avertissements écrits font l'objet d'une notification au salarié concerné précisant les griefs retenus contre lui.

Cette notification est effectuée :

- Soit par lettre remise en main propre contre signature d'un exemplaire,
- Soit par lettre recommandée avec accusé de réception.

ARTICLE 30 - PROCÉDURE APPLICABLE AUX AUTRES SANCTIONS

Lorsqu'une sanction, autre qu'un simple avertissement écrit est envisagé, la procédure suivante est alors mise en œuvre.

Convocation à un entretien préalable

Le salarié à l'égard duquel la sanction est envisagée est convoqué à un entretien. Cette convocation est effectuée soit par lettre remise en main propre contre signature d'un exemplaire, soit par lettre recommandée avec accusé de réception.

Cette convocation indique l'objet de l'entretien, précise le lieu, la date et l'heure à laquelle il doit avoir lieu et rappelle au salarié la possibilité qu'il a de se faire assister par un membre du personnel de son choix pendant cet entretien.

Il convient de laisser un délai suffisant entre la date de convocation et la date de l'entretien (2 à 3 jours). Ce délai sera plus long dans le cas d'une convocation par lettre recommandée avec accusé de réception.

Objet de l'entretien

L'entretien a pour objet d'exposer au salarié le ou les motifs de la sanction envisagée et de recueillir ses explications.

Il peut se faire assister au cours de cet entretien par une personne de son choix appartenant au personnel de l'Entreprise.

Notification de la sanction

Elle ne peut intervenir moins de deux jours ouvrables, ni plus d'un mois après le jour fixé pour l'entretien.

Elle est opérée :

- Soit par lettre remise en main propre contre signature d'un exemplaire,
- Soit par lettre recommandée avec accusé de réception.

Cette notification indique les motifs évoqués lors de l'entretien.

TITRE VI - RÈGLES DE PUBLICITÉ

ARTICLE 31 - PUBLICITÉ - DÉPÔT - ENTRÉE EN VIGUEUR

Le présent Règlement a été :

Communiqué en deux exemplaires à l'Inspection du Travail d'Avignon ;
Déposé au Secrétariat du Greffe du Conseil des Prud'hommes d'Orange ;
Affiché dans les locaux de l'entreprise sur le panneau réservé à cet effet ou publié sur l'intranet de la société.

Il entre en application dans le délai de 40 jours à compter de la date de dépôt au secrétariat du conseil des prud'hommes et d'affichage, date à laquelle il annule et remplace le règlement intérieur précédemment en vigueur.

Fait à Orange, le 23 avril 2024.

ANNEXES

ANNEXE 1. CODE DE CONDUITE

ANNEXE 2. CHARTE ÉTHIQUE

ANNEXE 3. CHARTE D'UTILISATION DU SYSTÈME D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION

ANNEXE 4. CHARTE DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS

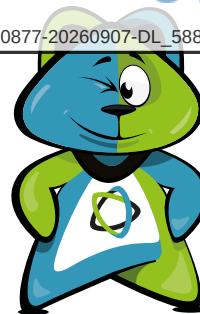
Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LOW



ANNEXE N°1

AU RÈGLEMENT INTÉRIEUR

Code de conduite
en application
de la Loi Sapin II

2023



Le mot du Président

« Notre rayonnement national et notre leadership sur le marché de l'Ingénierie et des Concessions nous confèrent une responsabilité envers l'ensemble de nos parties prenantes. C'est pourquoi le Groupe CIPIM a inscrit l'Éthique et le Développement Durable au cœur de sa stratégie et poursuit son développement autour de deux principes fondamentaux que sont l'intégrité et la transparence.

Cette ambition, bâtie sur les valeurs rappelées dans notre Charte RSE, se traduit notamment par des actions concrètes dans trois domaines clés :

- Le respect de l'environnement et des droits humains constituent l'un des piliers de notre responsabilité sociale d'entreprise. Chaque entité contribue activement à promouvoir la Charte RSE, gage de nos actions en la matière.
- Le présent Code de Conduite anti-corruption constitue un guide devant être appliqué au quotidien pour prévenir et lutter contre la corruption et les conflits d'intérêts.

La lutte contre la corruption est l'affaire de tous les collaborateurs du Groupe CIPIM. Nous devons être exemplaires et porter ce message de « tolérance zéro » à l'ensemble de nos parties prenantes.

Enfin, le Groupe CIPIM s'engage pour une préservation durable des relations avec nos parties prenantes. Il nous appartient de veiller à établir des rapports de confiance tant avec nos collaborateurs, qu'avec nos clients, fournisseurs et actionnaires. Chaque collaborateur, quel que soit son niveau hiérarchique ou de responsabilité, se doit d'agir en conformité avec les exigences posées par le présent Code et la culture éthique de notre Groupe CIPIM.

L'éthique est l'affaire de tous et je reste persuadé que c'est par l'action de chacun d'entre nous que notre démarche sera efficace et pérenne ».

Jean-Luc SCHNOEBELEN

Le présent code de conduite (le « Code ») s'applique à toutes les entités du groupe CIPIM ainsi qu'à tous leurs collaborateurs internes et externes et mandataires sociaux (les « Collaborateurs »). Le Code fait partie intégrante du règlement intérieur de la société. Il est complété par des politiques et directives internes. Il présente de manière synthétique les comportements attendus de la part de chacun ; ces règles se fondent sur des obligations légales et sur les valeurs éthiques que porte la Société EDEIS notamment exprimées dans le Code de conduite qui avait été précédemment été appliqué au sein de la Société, ainsi que le corpus de règles qui y sont en vigueur.

Ce document se décline en thématique « savoir-faire » et se veut concret et pratique. Dans ce contexte, des comportements similaires peuvent être évoqués à plusieurs reprises.

À ce titre, chacun doit connaître et partager les principes et les règles de ce code, les respecter et les mettre en œuvre.

Ce code ne se substitue pas aux différents textes qui régissent déjà nos activités et nos établissements et aux obligations issues du contrat de travail, mais rassemble, en un document de référence, les principes et les règles qui les inspirent, il doit contribuer à fédérer l'ensemble des collaborateurs, dans le respect des dispositions légales et conventionnelles en vigueur. Il doit permettre à chacun de s'interroger sur l'attitude à adopter dans les situations délicates pouvant être rencontrées dans les relations internes comme externes.

Si une difficulté apparaît, vous pouvez en faire part à votre hiérarchie pour vous faire expliquer plus précisément les règles à respecter.

Les descriptifs d'attitude n'ont pas un caractère exhaustif ; en toute circonstance, vous vous devez d'avoir une conduite professionnelle, éthique et respectueuse des lois et de la réglementation en cohérence avec les valeurs d'EDEIS. Différents types de comportements, contraires à la probité, sont proscrits par la loi et pénalement sanctionnés.

Il s'agit notamment des comportements suivants :

- la corruption,
- le trafic d'influence,
- la concussion,
- la prise illégale d'intérêts,
- le détournement de fonds publics,
- le favoritisme.

Vous devez faire preuve de votre propre jugement et de bon sens face aux diverses situations que vous pouvez rencontrer. En cas de constat de conduite inadaptée, notamment en matière de fraude, de corruption... si vous ne souhaitez pas l'évoquer directement avec votre hiérarchie, nous vous rappelons que vous disposez de la possibilité de recourir au dispositif d'alertes professionnelles mis en place au sein du Groupe EDEIS.

Ce présent Code de conduite constitue une annexe au règlement intérieur des entités du Groupe EDEIS, ce qui lui donne un caractère réglementaire. Le règlement intérieur demeure en tout état de cause un incontournable auquel chaque salarié doit continuer à se référer.

Le manquement aux règles de ce Code de conduite est susceptible d'entraîner une sanction disciplinaire. Le présent Code de conduite entre en application à compter du 11 décembre 2023. Ce délai pourra être reporté au délai légal fixé à un mois après l'exercice du dépôt visé ci-dessous.

Toute modification ultérieure ou tout retrait de clause de ce Code de conduite serait, conformément au Code du Travail, soumis à la même procédure, étant entendu que toute clause du Code de conduite et de conduite qui deviendrait contraire aux dispositions légales, réglementaires ou conventionnelles applicables à l'entre-prise du fait de l'évolution de ces dernières serait nulle de plein droit.

Chaque collaborateur doit exercer son propre jugement et faire preuve de bon sens. En cas de doute sur la conduite à tenir, les collaborateurs s'appuient sur les outils d'aide et de conseil que la société /Groupe CIPIM a mis en place et sont invités à contacter leur manager ou la Direction des Ressources Humaines. Le Code pourra être révisé le cas échéant.

Pour faciliter la rédaction du présent code, le choix a été d'utiliser le masculin en sous-entendant l'inclusion de toutes les femmes et les hommes.

¹En particulier la Loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, dite « Sapin II » et le règlement n°2016/679, dit règlement général sur la protection des données (RGPD).

²Le corpus des règles comprend notamment :

- règlement intérieur,
- chartes,
- politique (notamment des achats),
- notes,
- guides.

DÉFINITIONS	5
FICHE N° 1 : RÈGLES ÉTHIQUES	6
FICHE N° 2 : RÈGLES EN MATIÈRE DE CADEAUX ET D'INVITATIONS D'ENTREPRISES	7
FICHE N° 3 : PRÉVENTION DE LA CORRUPTION ET DU TRAFIC D'INFLUENCE	8
FICHE N° 4 : PRÉVENTION DES CONFLITS D'INTÉRÊTS	9
FICHE N° 5 : LUTTE CONTRE LE BLANCHIMENT ET LE FINANCEMENT DU TERRORISME	10
FICHE N° 6 : LUTTE CONTRE LA FRAUDE	11
FICHE N° 7 : POLITIQUE DES ACHATS	12
FICHE N° 8 : DEVOIR DE LOYAUTÉ	13
FICHE N° 9 : SECRET PROFESSIONNEL, OBLIGATIONS DE CONFIDENTIALITÉ ET DE DISCRÉTION	14
FICHE N° 10 : PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES	15
FICHE N° 11 : UTILISATION DES NOUVEAUX OUTILS DE COMMUNICATION - RÉSEAUX-SOCIAUX	16
FICHE N° 12 : LE DISPOSITIF DE SIGNALEMENT ET LE RÉGIME DES SANCTIONS	17
FICHE N°13 : LE COMITÉ D'ETHIQUE	18



DÉFINITIONS

La conformité

La conformité est l'action visant à rendre des mesures ou des comportements, au sein d'une structure donnée comme vis-à-vis de tiers, conformes à une norme (externe et/ou interne) applicable au lieu et dans les domaines où cette structure exerce son activité. La compliance, inspirée des pratiques anglo-saxonnes et qui est très proche de la conformité, se définit comme l'ensemble des processus qui permettent d'assurer le respect des normes applicables à une structure donnée par l'ensemble de ses membres, mais aussi des valeurs et d'un esprit éthique insufflé par ses dirigeants.

La corruption

La corruption est un comportement par lequel une personne (agent public ou personne privée) propose, demande ou accepte directement ou par le biais d'un intermédiaire un don, une offre ou une promesse, des présents ou des avantages quelconques en vue d'accomplir, de retarder ou d'omettre d'accomplir un acte entrant d'une façon directe ou indirecte dans le cadre de ses fonctions afin d'obtenir ou de conserver un avantage commercial ou financier, influencer une décision.

On distingue deux types de corruption :

- La corruption est active lorsque c'est la personne qui corrompt qui est à l'initiative de la corruption,
- La corruption est passive lorsque l'acte de corruption est à l'initiative de la personne qui est corrompue, c'est-à-dire de la personne qui accomplit ou n'accomplit pas un acte en échange d'une contrepartie.

L'éthique

L'éthique est l'ensemble des valeurs et des principes moraux qui sont à la base de la conduite d'une personne et qui servent de fondement à la vie en société. L'éthique professionnelle vise les valeurs et les principes moraux qui motivent les conduites des personnes

dans le milieu professionnel, qu'elles appartiennent à la même profession ou qu'elles exercent leur activité dans une structure donnée. La déontologie est l'ensemble des règles et des devoirs régissant la conduite à tenir pour les membres d'une profession ou pour les personnes exerçant leur activité dans une structure donnée. Elle se confond avec l'éthique professionnelle.

L'intégrité

L'intégrité est la qualité d'une personne (et de son comportement) qui respecte les valeurs et principes moraux qui servent de fondement à la vie en société et qui est fidèle à ses devoirs ainsi qu'à ses engagements.

La probité

La probité est la qualité d'une personne (et de son comportement) qui observe les valeurs et les principes moraux qui servent de fondement à la vie en société, respecte scrupuleusement ses devoirs ainsi que la loi, les règlements et toute norme applicables à son activité ou dans la structure où elle intervient.

Le trafic d'influence

Le trafic d'influence désigne le fait pour une personne de monnayer sa qualité ou son influence, réelle ou supposée, pour influencer une décision qui sera prise par un tiers.

Il implique trois acteurs :

- le bénéficiaire (celui qui fournit des avantages ou des dons),
- l'intermédiaire (celui qui utilise le crédit qu'il possède du fait de sa position),
- et la personne cible qui détient le pouvoir de décision (autorité ou administration publique, magistrat, expert, etc.). Pour les besoins du Code, le terme « corruption » vise la corruption dans toutes ses formes ainsi que le trafic d'influence.



FICHE N° 1 : RÈGLES ÉTHIQUES

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le Groupe EDEIS et ses collaborateurs se doivent de respecter les lois et règlements. Chaque collaborateur évite les activités et comportements pouvant générer une pratique contraire aux droits et aux valeurs du Groupe CIPIIM pour lui-même, pour d'autres collaborateurs EDEIS

Il convient de faire preuve d'intégrité dans l'exercice de ses fonctions.

S'il ne peut être demandé à chacun d'avoir une connaissance pleine et entière de l'ensemble de la législation, chaque collaborateur doit en revanche disposer d'une connaissance suffisante des règles de droit applicables à ses activités. En cas de difficulté sur les règles applicables, il peut solliciter sa hiérarchie qui lui apportera une réponse ; le cas échéant en lien avec les experts internes (notamment la direction Juridique, la direction des Ressources humaines...).

Le strict respect des règles en matière de droits humains est fondamental. Il convient de veiller aux libertés fondamentales, notamment celles liées au travail et à l'emploi, à l'hygiène, à la santé et à la sécurité.

Au-delà, notamment dans le domaine de la gestion des ressources humaines, les relations entre les collaborateurs sont fondées sur les principes de confiance et de respect mutuels, avec l'exigence de traiter chacun avec dignité.

EDEIS s'implique dans une politique de ressources humaines équitable et conforme aux lois. Il est indispensable de lutter contre toutes les formes de discrimination fondées sur un motif illicite et toute pression, poursuite ou harcèlement à caractère moral ou sexuel.

Les activités exercées au sein d'EDEIS doivent rendre chacun d'autant plus sensible au respect de l'ensemble de ces droits. Cette attention s'inscrit dans la démarche volontariste de l'entreprise en matière de responsabilité sociétale et environnementale (RSE).

Si un Collaborateur est confronté à une situation à risque, il doit se poser les questions suivantes :

- Les lois et la réglementation sont-elles respectées ?
- Est-ce conforme au Code de conduite et à l'intérêt de la société /Groupe CIPIIM ?
- Est-ce dénué d'intérêt personnel ?

À FAIRE

- Serais-je gêné si ma décision était communiquée ?

Chaque collaborateur doit notamment :

- respecter les règles éthiques vis-à-vis des clients, des fournisseurs, des autres collaborateurs d'EDEIS en général,
- veiller à la qualité des relations et s'abstenir de toute forme de discrimination ou de harcèlement,
- agir avec professionnalisme et responsabilité,
- Prendre conseil s'il a un doute sur le respect d'une disposition réglementaire ou d'une procédure interne,
- aviser sa hiérarchie s'il constate le non-respect d'une règle éthique et, le cas échéant, utiliser le dispositif d'alertes professionnelles,
- se sentir responsable en contribuant activement à réduire l'impact environnemental de son activité au quotidien,
- signaler tout dysfonctionnement pouvant présenter un risque pour l'environnement en informant sa hiérarchie,
- participer auprès des fournisseurs à la promotion de l'importance du respect des règles en matière de développement durable.

À NE PAS FAIRE

Aucun collaborateur ne doit, entre autres :

- transgresser la loi ou les règlements,
- contourner les procédures internes,
- négliger la mise en œuvre des obligations en matière sociétale et environnementale.

Il est impératif de ne traiter qu'avec des partenaires qui respectent les règles d'intégrité, les valeurs et les principes d'action de la société /Groupe CIPIIM. En conséquence, aucune opération ne peut être entamée ou poursuivie tant que tous les éléments de doute ne sont pas levés au terme des contrôles d'intégrité.



FICHE N° 2 : RÈGLES EN MATIÈRE DE CADEAUX ET D'INVITATIONS D'ENTREPRISES

LE SAVIEZ VOUS ?

Un cadeau à (ou d'un) un partenaire commercial peut prendre des formes très diverses : paiement, gratification ou avantage quelconque (pécuniaire ou non pécuniaire), offert ou reçu directement ou indirectement.

Il peut s'agir, par exemple, d'une donation, d'un service, d'une faveur, d'un repas d'affaires ou d'une invitation à un événement (spectacle culturel ou sportif, voyage, séminaire externe à EDEIS, ...).

Le fait d'offrir un cadeau ou une invitation ne doit jamais être réalisé avec pour objectif d'obtenir un avantage quel qu'il soit ou d'influencer l'issue d'une décision.

Le fait de recevoir un cadeau ou une invitation ne doit jamais influencer votre décision. Dans le cas contraire, il convient de le refuser (ou le restituer s'il vous est parvenu) quel que soit son montant. En tout état de cause, les collaborateurs qui reçoivent ou transmettent des invitations et cadeaux, doivent se déterminer en appréciant la raison du geste, la perception que pourrait en avoir un tiers, la position des personnes faisant ce geste ou en bénéficiant, la possibilité de réciprocité, le contexte professionnel et législatif. Dans le cadre de la politique du Groupe CIPIM et afin d'éviter tout soupçon de corruption ou de conflit d'intérêts ; une demande préalable d'accord de principe est obligatoire dans les cas suivants : repas, visite d'entreprise, relations fournisseurs, journée d'information, réunions externes au groupe CIPIM, séminaire...

Cette demande préalable concerne toutes relations avec des partenaires du groupe CIPIM, que l'invitation ait lieu ou non pendant les horaires de travail (journée, soirée, week-end, congés, ...). Elle doit être complétée par votre supérieur hiérarchique et par la Direction

À FAIRE

pour les cadres de direction, 48h à l'avance et transmise à la DRH.

Chaque collaborateur doit notamment :

- respecter strictement les règles concernant les cadeaux et les invitations d'entreprises,
- s'interroger sur l'influence que le cadeau ou invitation peut avoir sur une décision à prendre quel que soit son montant,
- évaluer les motifs et conséquences de toute offre de cadeau ou invitation avant de l'accepter,
- en cas de doute, demander l'avis du supérieur hiérarchique et/ou de la DRH,
- faire connaître les valeurs et les règles du Groupe EDEIS aux partenaires,
- respecter le cas échéant les consignes propres à certaines entités - EDEIS - ou à certaines fonctions.

À NE PAS FAIRE

Aucun collaborateur ne doit, entre autres :

- accepter un cadeau qu'il n'oserait pas montrer ou évoquer avec sa hiérarchie ou ses collègues,
- accepter un cadeau ou invitation au cours d'un appel d'offre,
- offrir un cadeau ou une invitation en vue d'influencer une décision, en dehors d'une offre commerciale définie au sein d'EDEIS,
- solliciter des cadeaux ou des invitations,
- accepter ou offrir à plusieurs reprises des cadeaux de faible montant à un même bénéficiaire,
- participer à des séminaires dans lesquels le temps de loisirs serait supérieur au temps de travail,
- accepter des invitations (restaurant ou réception) dont leur motif n'est pas essentiellement professionnel.



FICHE N° 3 : PRÉVENTION DE LA CORRUPTION ET DU TRAFIC D'INFLUENCE

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les actes de corruption, actifs ou passifs, et de trafic d'influence sont sanctionnés pénalement. Constitue un acte de corruption, toute action (proposition, offre ou don) et également toute sollicitation ou réception :

- d'un avantage indu,
- direct ou indirect,
- monétaire ou non,
- pour soi ou pour autrui,
- visant à influencer de quelque façon que ce soit une personne ou une organisation dans l'exercice de ses fonctions pour qu'elle accomplisse ou s'abstienne d'accomplir un acte.

La corruption est dite « active » lorsqu'une personne – le corrupteur – propose des dons, promesses ou avantages quelconques à une personne afin que cette dernière accomplisse, retarde ou s'abstienne d'accomplir un acte en lien avec ses fonctions.

La corruption est dite « passive » lorsqu'une personne – le corrompu – sollicite ou accepte des dons, promesses ou avantages quelconques d'une personne (physique ou morale) afin d'accomplir, de retarder ou de s'abstenir d'accomplir un acte de sa fonction.

En cas de corruption, de tentatives ou de complicité de corruption, les sanctions pénales³ sont extrêmement conséquentes :

- pour une personne physique (corrompu ou corrupteur) : 10 ans d'emprisonnement au maximum et jusqu'à 1 millions d'euros d'amende,
- pour une personne morale (société, association...) : jusqu'à 5 millions d'euros d'amende.

La publicité liée aux condamnations au titre de la corruption a également un impact significatif sur la réputation des personnes condamnées.

Constituent un trafic d'influence, des manœuvres corruptrices avec pour objectif que la personne corrompue mette à profit du corrupteur son influence réelle ou supposée. La personne ainsi corrompue est alors amenée à user de sa qualité (abuse de son crédit), et non de ses fonctions, pour influencer une autorité ou une administration publique.

À FAIRE

Chaque collaborateur doit notamment :

- s'interdire de favoriser directement ou indirectement son intérêt personnel ou celui de personnes physiques ou morales auxquelles il est lié ou dont il est proche (notamment familiale) au détriment des intérêts d'EDEIS,
- respecter strictement les règles concernant les cadeaux et les invitations d'entreprises,
- respecter les procédures d'achat instituées,
- refuser de verser et de recevoir un avantage injustifié,
- alerter son supérieur hiérarchique de toute tentative de corruption ou de fait de corruption ; cette information peut également être faite en utilisant le dispositif d'alertes professionnelles institué par EDEIS,
- en cas de doute, demander l'avis du supérieur hiérarchique,
- faire connaître les valeurs et les règles d'EDEIS aux partenaires le plus en amont possible.

À NE PAS FAIRE

Aucun collaborateur ne doit, entre autres :

- garder pour soi une information relative à une tentative de corruption,
- chercher à résoudre par soi-même la difficulté rencontrée et retarder le processus d'alerte,
- avoir recours à un intermédiaire pour faire ce qu'il n'a pas le droit de faire,
- procéder à un paiement de facilitation, c'est-à-dire à un paiement non officiel en vue d'accélérer l'exécution de certaines formalités,
- chercher à recourir à une personne affirmant qu'elle peut exercer une influence sur un agent public, en lui octroyant un avantage indu en contrepartie de son influence illicite,
- percevoir un avantage injustifié ou conduisant à un comportement déloyal vis-à-vis d'EDEIS, ou l'un quelconque de ses partenaires, cocontractants, clients, fournisseurs, etc...

³Article 433-1 et 131-38 du code pénal



FICHE N° 4 : PRÉVENTION DES CONFLITS D'INTÉRÊTS

LE SAVIEZ VOUS ?

EDEIS INGÉNIERIE doit être informé de tout risque de conflit d'intérêts pour éviter toute ambiguïté ou remise en cause d'un contrat ou d'un partenariat.

Un conflit d'intérêts correspond à toute situation d'interférence entre un intérêt d'EDEIS et des intérêts personnels (ou une activité personnelle) de nature à influencer ou paraître influencer l'exercice indépendant, impartial et objectif des missions qui sont confiées au collaborateur.

Le conflit d'intérêts peut semer le doute sur la capacité d'assumer ses responsabilités en toute objectivité.

Les intérêts personnels en interférence avec les fonctions peuvent résulter d'engagements financiers ou professionnels en dehors d'EDEIS.

Ils peuvent être d'ordre associatif, caritatif, culturel, politique, religieux, sportif ou résulter de liens familiaux ou sentimentaux.

Le conflit d'intérêts, ou la simple apparence d'un conflit d'intérêts, peut compromettre la qualité d'un acte en faisant prévaloir l'intérêt privé d'un salarié, pour un tiers, au détriment des intérêts d'EDEIS.

Il convient d'identifier et de déclarer dès leur connaissance les conflits d'intérêts réels ou potentiels pour permettre d'éviter toute ambiguïté.

Vis-à-vis de la clientèle, il convient également de ne pas être en situation de conflit d'intérêts et de toujours agir de manière honnête, impartiale et professionnelle, au mieux des intérêts des clients, dans le respect des règles d'EDEIS.

À FAIRE

Chaque collaborateur a la responsabilité d'éviter les conflits d'intérêts et de protéger EDEIS. Il doit notamment :

- informer sa hiérarchie si ses missions sont susceptibles de créer un conflit d'intérêts même potentiel,
- se retirer d'une procédure de décision en présence d'une situation avérée ou potentielle de conflit d'intérêts,
- obtenir l'autorisation d'EDEIS pour exercer toute activité en qualité de salarié à l'extérieur d'EDEIS,
- informer EDEIS de toute activité non salariée susceptible de nuire à l'exercice normale du contrat de travail ou aux intérêts d'EDEIS,
- respecter le cas échéant les consignes propres à certaines entités et certaines activités : EDEIS, audit interne, contrôle interne...

À NE PAS FAIRE

Aucun collaborateur ne doit, entre autres :

- influencer le recrutement, l'évaluation ou la rémunération d'un proche,
- faire passer ses intérêts personnels ou ceux de ses proches avant ceux d'EDEIS,
- faire un usage abusif de l'influence ou utiliser les ressources (nom, temps...) d'EDEIS sans autorisation,
- retenir ou contribuer à faire retenir une entité pour laquelle lui ou un de ses proches possède un intérêt,
- utiliser ou partager des informations confidentielles concernant EDEIS, dans son intérêt personnel ou celui d'un proche,
- recourir pour ses contrats personnels à des entités avec lesquelles il est en relation d'affaires dans le cadre de ses activités professionnelles, dès lors qu'il peut en tirer un avantage quelconque,
- dissimuler des informations sur tout conflit d'intérêts, même potentiel,
- faire contracter un produit non adapté à un client dans le but d'en tirer bénéfice, notamment en matière de rémunération ou d'avantage.



FICHE N° 5 : LUTTE CONTRE LE BLANCHIMENT ET LE FINANCEMENT DU TERRORISME

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le blanchiment est le fait de faciliter, par tout moyen, la justification mensongère de l'origine des biens ou des revenus de l'auteur d'un crime ou d'un délit ayant procuré à celui-ci un profit direct ou indirect. Constitue également un blanchiment le fait d'apporter un concours à une opération de placement, de dissimulation ou de conversion du produit direct ou indirect d'un crime ou d'un délit.

Le financement du terrorisme consiste à fournir des biens, des prestations, des services ou des fonds susceptibles d'être utilisés dans le cadre d'activités terroristes.

EDEIS lutte contre la criminalité sous toutes ses formes et notamment le blanchiment de capitaux et le financement du terrorisme.

À ce titre, EDEIS a mis en œuvre des procédures in-ternes pour favoriser cette lutte et être en mesure d'aviser les autorités en cas de soupçon. Il s'agit notamment de la vigilance à l'entrée en relation et au cours de la relation d'affaires pour repérer les opérations atypiques, un examen renforcé des personnes politiquement exposées et des clients en gel des avoirs.

En cas de blanchiment et de financement du terrorisme, les sanctions pénales sont extrêmement conséquentes :

- pour une personne physique : 10 ans d'emprisonnement au maximum et jusqu'à 750 000 d'euros d'amende,
- pour une personne morale (société, association...) : jusqu'à 3,5 millions d'euros d'amende.

Aussi bien les personnes physiques que les personnes morales (les entreprises) sont passibles de poursuites à ce titre. La publicité liée aux condamnations au titre du blanchiment et/ou du financement du terrorisme a également un impact significatif sur la réputation des entités condamnées.

À FAIRE

Chaque collaborateur doit notamment :

- être en permanence vigilant dans le cadre des relations d'affaires nouvelles ou existantes, ainsi que des opérations particulières (fonds en provenance ou à destination d'un pays extérieur à la France et plus particulièrement hors de l'Espace Economique Européen, interlocuteurs domiciliés hors de France (société ou personne physique),
- respecter le cas échéant les consignes propres à certaines entités ou découlant de procédures particulières,
- signaler tout soupçon.

À NE PAS FAIRE

Aucun collaborateur ne doit, entre autres :

- accepter de procéder à des règlements via des tiers,
- faire preuve de légèreté en particulier quand il constate une opération inhabituellement complexe ou impliquant des montants inhabituellement élevés.



FICHE N° 6 : LUTTE CONTRE LA FRAUDE

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les risques en fraude et l'abus de prestation font partie des risques majeurs auxquels est confrontée EDEIS.

La fraude est un acte intentionnel de la part d'un ou de plusieurs individus, tiers ou salariés d'EDEIS, impliqués dans l'usage de pratiques visant à obtenir un avantage injustifié ou illégal. Elle peut être externe ou interne. L'abus de prestations consiste à exploiter par complaisance ou de manière intentionnelle, de manière répétitive, les dispositions contractuelles ou les règles d'attribution des contrats, marchés, etc ...

Exemple : Une Direction de la lutte contre la fraude, les abus et les erreurs de prestations et un service dédié « Service Enquête Fraude » sont à votre disposition en cas de suspicion de fraude.

À FAIRE

Chaque collaborateur doit notamment :

- suivre les formations de sensibilisation à la lutte contre la fraude,
- être en permanence vigilant dans le cadre de ses missions,
- respecter les procédures internes,
- informer sa hiérarchie en cas de suspicion,
- respecter les règles de sécurité concernant les accès aux systèmes d'information.

À NE PAS FAIRE

Aucun collaborateur ne doit, entre autres :

- laisser un dysfonctionnement constaté sans évoquer la situation avec sa hiérarchie,
- être négligent dans le traitement d'une situation,
- contourner une procédure interne parce que « d'autres le font »,
- conduire une investigation sur une fraude présumée sans l'appui des services en charge de la fraude,
- fournir ses mots de passe et code d'accès au système d'information.



La lutte anti-fraude est l'affaire de tous !



FICHE N° 7 : POLITIQUE DES ACHATS

LE SAVIEZ-VOUS ?

La politique des achats d'EDEIS s'inscrit dans un référentiel global spécifique comportant des procédures précises qu'il convient de respecter strictement pour éviter notamment tout risque de suspicion de trafic d'influence, de corruption, de fraude...

Cette politique se décline autour d'une procédure d'achats dans laquelle sont rappelées les règles spécifiques à respecter en fonction de la typologie de l'achat et des montants. Il y est notamment rappelé qu'aucun fournisseur ne doit avoir de lien connu, de nature personnelle, familiale, amicale, capitalistique, managériale... avec un administrateur d'une institution, un membre d'une Cellule régionale d'action sociale ou avec un salarié d'une des institutions, susceptible de créer ou pouvant mettre en cause l'objectivité des choix.

Cette procédure est prolongée par une note sur le rôle et fonctionnement de la commission des marchés, la procédure en matière d'achat de travaux dans les immeubles de placement, la mise en œuvre des travaux immobiliers, la procédure d'engagement et de paiement et la charte des achats responsables.

Il convient de respecter l'intégralité des procédures liées à l'acte d'achat qui sont consultables sur l'intranet.

À FAIRE

Chaque collaborateur doit notamment :

- respecter les procédures internes,
- prévenir tout conflit d'intérêts,
- signaler toute tentative de corruption à sa hiérarchie ou via la procédure d'alerte professionnelle,
- être transparent,
- faire connaître les valeurs et les règles d'EDEIS aux partenaires le plus en amont possible.

À NE PAS FAIRE

Aucun collaborateur ne doit, entre autres :

- dissimuler des informations sur tout conflit d'intérêts, même potentiel et demeurer dans une situation de conflit d'intérêts,
- contourner tout ou partie de la procédure d'achats,
- garder pour soi une information relative à une tentative de corruption.



Il convient de respecter l'intégralité des procédures liées à l'acte d'achat qui sont consultables sur l'intranet.



FICHE N° 8 : DEVOIR DE LOYAUTÉ

LE SAVIEZ VOUS ?

Chaque collaborateur est tenu à une obligation de loyauté vis-à-vis d'EDEIS, de ses clients, des fournisseurs, de ses collègues de travail et d'EDEIS INGENIERIE.

Il est indispensable d'exécuter de bonne foi son contrat de travail.

Dans ce contexte, il convient de faire connaître à EDEIS tout élément pouvant impacter l'exercice des fonctions.

En outre, chaque collaborateur doit consacrer l'intégralité de son temps professionnel aux activités de sa fonction et utiliser les moyens mis à sa disposition dans le seul but du bon exercice de celle-ci. Il s'engage à ne pas conserver ou accepter une autre activité.

En cas d'activité complémentaire, il faut informer EDEIS, voire dans certains cas (activité en qualité de salarié et/ou ré-munéré) obtenir son autorisation dès lors que cette situation pourrait conduire à un conflit d'intérêt.

En cas d'activité d'étude ou de formation, réalisée à la demande et/ou avec l'accord d'EDEIS, les données d'EDEIS ne devront pas être utilisées à l'externe.

Chaque collaborateur se doit de suivre les formations décidées avec son encadrement pour maintenir un niveau de professionnalisme en adéquation avec les attentes d'EDEIS.

Ce devoir de loyauté comprend un devoir de fidélité et de confidentialité. Il persiste pendant tout le temps du contrat de travail ; la confidentialité doit continuer à être respectée à l'issue des relations contractuelles.

De même, aucun collaborateur ne doit tirer profit à titre personnel, pour un membre de sa famille ou pour un tiers, des connaissances et accès qui lui sont ouverts dans le cadre de ses fonctions. Il s'engage par ailleurs à ne pas se trouver en situation de conflit d'intérêts. L'obligation de loyauté est également essentielle vis-à-vis des clients d'EDEIS INGENIERIE dans les intérêts desquels chacun s'engage à agir.

À FAIRE

Chaque collaborateur doit notamment :

- informer EDEIS d'éléments qui impacte l'exercice de ses fonctions,
- respecter son obligation de confidentialité,
- agir au mieux des intérêts des adhérents dans le respect des procédures internes,
- se former régulièrement.

À NE PAS FAIRE

Aucun collaborateur ne doit, entre autres :

- prononcer des propos susceptibles de nuire à la représentation ou à la considération d'EDEIS en interne ou en externe,
- être en situation de conflit d'intérêts,
- utiliser des moyens d'EDEIS sans autorisation dans des buts non professionnels,
- avoir une activité rémunérée qui fait concurrence à EDEIS ou qui diminue l'efficacité du salarié,
- procéder à des fraudes, aux frais, aux pointages...



FICHE N° 9 : SECRET PROFESSIONNEL, OBLIGATIONS DE CONFIDENTIALITÉ ET DE DISCRÉTION

LE SAVIEZ-VOUS ?

L'obligation de secret professionnel, de confidentialité et de discrétion s'exerce pendant l'exécution du contrat de travail et demeure en cas de départ d'EDEIS.

Les collaborateurs sont tenus à un strict respect du secret professionnel. Ils ne doivent pas divulguer les informations personnelles de toute nature, qu'elles soient ou non de caractère personnel dont ils ont connaissance au cours de leurs missions. Les données personnelles ou non soumises au secret professionnel peuvent être celles des clients, des prospects ou des salariés.

La révélation d'une information à caractère secret par une personne qui en est dépositaire soit par état ou par profession, soit en raison d'une fonction ou d'une mission temporaire, est punie par l'article 226.13 du code pénal d'un an d'emprisonnement et de 15 000 euros d'amende.

Au-delà, il existe des obligations de confidentialité et de discrétion. Un collaborateur n'a pas à accéder à des informations qui ne sont pas nécessaires à l'exercice de ses fonctions, ni à faire circuler les informations détenues par EDEIS tant à l'extérieur de l'entité concernée qu'aux salariés qui ne sont pas concernés par les opérations.

Les collaborateurs doivent donc respecter la confidentialité des informations non publiques et autres informations confidentielles sensibles leur étant confiées par EDEIS ou par ses clients ou prospects et ne doivent diffuser de telles informations à aucune personne. Seuls les collaborateurs dont la mission autorise à le faire, sont habilités à communiquer à l'extérieur d'un sujet impliquant EDEIS.

Le traitement d'un dossier ou la réalisation d'une tâche peut conduire celui qui en a la charge à s'adjoindre les compétences d'autres collaborateurs d'EDEIS ou à entrer en relation avec des représentants d'organismes extérieurs. Le collaborateur doit veiller à ne rendre destinataires des informations strictement confidentielles relatives au dossier que les seuls interlocuteurs dont l'intervention ou la participation s'avère nécessaire. Ils doivent être soumis à la même obligation de confidentialité.

Si un collaborateur est dans l'obligation de créer un fichier pouvant contenir des données à caractère personnel, il doit s'assurer qu'aucune donnée sensible⁴ ne figure dans ce document. En outre, il doit prendre toutes les mesures utiles pour ne pas divulguer ce document à des personnes non concernées. Enfin, il doit détruire les fichiers dès qu'ils ne sont plus nécessaires à son activité.

À FAIRE

Chaque collaborateur doit notamment :

- respecter strictement les principes de confidentialité et les procédures de classification des informations en fonction de leur importance et de leur sensibilité,

- prendre les mesures nécessaires pour protéger la confidentialité des informations dont il dispose en raison de son activité professionnelle,
- s'interdire de divulguer par voie orale, écrite, électronique ou par tout autre moyen, une quelconque information professionnelle à caractère confidentiel à un destinataire non autorisé, qu'il appartienne ou non à l'entreprise,
- faire preuve d'une vigilance accrue en ce qui concerne les informations confidentielles lorsqu'il est dans un lieu public,
- conserver exclusivement les informations utiles pour le service ou sa mission, à l'exception de toutes autres,
- protéger les informations professionnelles, notamment confidentielles, tant au stade de leur circulation qu'au niveau de la conservation des documents qui s'y rapportent,
- respecter la réglementation relative au traitement des données personnelles,
- procéder à la destruction ou à l'archivage de toutes les informations détenues lors de la cessation des fonctions au sein d'EDEIS dans le respect des consignes hiérarchiques,
- informer l'expéditeur en cas de réception d'informations dont il n'aurait pas dû être destinataire, puis les détruire sans en prendre connaissance,
- si cela se justifie, utiliser le dispositif d'alertes professionnelles mis en place au sein d'EDEIS avant d'évoquer à l'externe des informations confidentielles.

Aucun collaborateur ne doit, entre autres :

- communiquer des données confidentielles, concernant EDEIS, les personnes (particuliers, prospects, salariés...) ou les organisations (entreprises, partenaires, tiers, sous-traitants),
- donner l'impression qu'il exprime une position officielle d'EDEIS à moins d'en avoir reçu l'autorisation préalable,
- discuter ou travailler sur des informations confidentielles dans des lieux publics où les conversations peuvent être entendues et la sécurité des données compromise (restaurants, avions, trains, files d'attente...),
- divulguer des informations confidentielles relatives à un pré-cédent employeur,
- écrire dans un cadre professionnel pour des interlocuteurs externes à EDEIS sur des sujets qui se situent hors de son champ d'expertise et/ou de compétence.

À NE PAS FAIRE

⁴Données qui font apparaître directement ou indirectement, les origines prétendues raciales ou ethniques, les opinions politiques, philosophiques ou religieuses ou l'appartenance syndicale des personnes, ou qui sont relatives à la santé ou à la vie sexuelle de celles-ci - Loi n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles



FICHE N° 10 : PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les commentaires libres au sein des outils doivent être pertinents et objectifs.

Ils ne sont jamais inappropriés, excessifs ou insultants. Ils ne contiennent aucune information sensible (prétendue origine raciale ou ethnique, opinions politiques, philosophiques ou religieuses, appartenance syndicale, données relatives à la santé ou à la vie ou l'orientation sexuelle, infractions, condamnations, mesures de sûreté...).

EDEIS garantit à ses salariés, ainsi qu'aux tiers avec lesquels il est en relation, un droit individuel d'information lors de la collecte des données personnelles, des droits d'accès, de rectification de ses données et un droit d'opposition à leur traitement, dans le respect de la réglementation sur la protection des personnes physiques à l'égard des données à caractère personnel, y compris dans le cadre de la loi SAPIN II.

Pour rappel, constitue une donnée personnelle toute information relative à une personne physique identifiée ou identifiable, directement ou indirectement, par référence à un identifiant.

Une personne est identifiée lorsque son nom et son prénom apparaissent dans un fichier. Elle est identifiable lorsqu'un fichier comporte des informations permettant indirectement de l'identifier (son adresse, son email professionnel ou personnel, sa photo, son numéro de téléphone, d'immatriculation, de carte, son adresse IP, un ou plusieurs éléments propres à son identité physique, physiologique, culturelle...).

EDEIS s'engage à collecter et à traiter les données personnelles de manière loyale et licite.

Par principe, EDEIS s'interdit de collecter et, a fortiori, de traiter des données qualifiées de sensibles ou particulières qui font apparaître directement ou indirectement, les prétendues origines raciales ou ethniques, les opinions politiques, philosophiques ou religieuses ou l'appartenance syndicale des personnes, ou qui sont relatives à la santé ou à la vie ou l'orientation sexuelle de

À FAIRE

celles-ci.

Chaque collaborateur doit notamment :

- être vigilant lors de la rédaction de commentaires,
- s'assurer que les données personnelles transmises ont un impact dans le cadre d'une alerte,
- saisir le Référent Délégué à la Protection des Données (DPO) de toute difficulté et de toute violation de donnée personnelle avérée ou supposée.

À NE PAS FAIRE

Aucun collaborateur ne doit, entre autres :

- divulguer les données personnelles à des personnes non autorisées ou non concernées,
- ne pas faire des dénonciations non fondées ou diffamatoires.



FICHE N° 11 : UTILISATION DES NOUVEAUX OUTILS DE COMMUNICATION ET RÉSEAUX SOCIAUX

LE SAVIEZ-VOUS ?

Les réseaux sociaux prennent des formes très diverses. Il s'agit notamment de Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, Viadeo et de tous les médias internet par lesquels des individus ou des groupes d'individus forment un réseau social.

Quand les collaborateurs accèdent aux réseaux sociaux en dehors du cadre professionnel et communiquent, ils sont tenus de respecter les règles de secret professionnel, de confidentialité et de déontologie.

L'usage personnel des outils de communication sur le lieu de travail, tels que la messagerie électronique, le téléphone fixe ou mobile ou l'Internet est toléré tant qu'il reste limité, qu'il se justifie par le besoin d'un juste équilibre entre la vie privée et la vie professionnelle, qu'il n'entraîne pas de coûts déraisonnables et ne perturbe pas l'activité professionnelle.

À FAIRE

Chaque collaborateur doit notamment :

- être vigilant lorsqu'il communique via les médias-sociaux,
- respecter l'image et les valeurs d'EDEIS de même que de ses dirigeants salariés et collaborateurs quels qu'ils soient,
- signaler toute action ou propos pouvant porter préjudice à la réputation d'EDEIS de même que de ses dirigeants salariés et collaborateurs quels qu'ils soient,

À NE PAS FAIRE

Aucun collaborateur ne doit, entre autres :

- parler des clients et communiquer des informations les concernant, s'occuper de réclamations de clients, via les médias-sociaux, quand il n'est pas en charge de ces sujets au sein d'EDEIS,
- révéler la moindre information sur les modes de fonctionnement interne, parler des collègues et des supérieurs ou tenir des propos portant atteinte à la bonne réputation d'EDEIS
- s'exprimer au nom d'EDEIS INGENIERIE sans y avoir été expressément autorisé par sa hiérarchie,



De bonnes pratiques
= une bonne e-réputation !



FICHE N° 12 : LE DISPOSITIF DE SIGNALEMENT ET LE RÉGIME DES SANCTIONS

LE SAVIEZ-VOUS ?

Le Groupe CIPIM met à disposition des collaborateurs, même occasionnels, un dispositif d'alerte conforme au droit applicable.

Ce dispositif a pour objectifs de permettre le recueil :

- des signalements relatifs à l'existence de conduites ou de situations contraires au présent code de conduite émanant de salariés du Groupe CIPIM. S'il s'agit de comportements pouvant caractériser des faits de corruption, l'auteur du signalement peut bénéficier de la protection des lanceurs d'alerte prévue par la loi n°2016-1691 du 9 décembre 2016 relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, dite Sapin II,
- des signalements de crimes ou délits, de violations graves de la loi ou d'un règlement, de menaces ou de préjudices graves pour l'intérêt général, émis par des salariés du Groupe CIPIM ou des collaborateurs extérieurs et occasionnels (article 6 de la loi Sapin II). Pour ce type de signalements, l'auteur du signalement peut bénéficier de la protection des lanceurs d'alerte. En d'autres termes, les écarts au code de conduite peuvent faire l'objet d'un signalement par le personnel du Groupe CIPIM (quel que soit son statut : CDI, CDD, ...), tandis que les signalements au titre de l'article 6 de la loi peuvent être émis par le personnel du Groupe CIPIM ou par un collaborateur extérieur et occasionnel. Dans tous les cas, l'auteur du signalement doit être une personne physique. Il doit agir de bonne foi et de manière désintéressée. Il doit avoir eu personnellement connaissance des faits qu'il signale.

L'utilisation abusive du dispositif peut exposer son auteur à une sanction disciplinaire pouvant aller jusqu'au licenciement. Il est également rappelé que l'auteur d'allégations qu'il sait fausses ne peut être considéré comme « de bonne foi » et encourt les poursuites prévues par la loi à l'encontre des auteurs de dénonciations calomnieuses (5 ans d'emprisonnement et 45 000 € d'amende). Toute personne qui fait obstacle, de quelque façon que ce soit, à la transmission d'un signalement, encourt un an d'emprisonnement et 15 000 € d'amende.

Un signalement ne peut pas porter sur des éléments couverts par le secret de la défense nationale, le secret médical ou le secret des relations entre un avocat et son client.

Le dispositif garantit la stricte confidentialité de l'identité de l'auteur du signalement, des faits objet du signalement et des personnes visées, y compris lorsque des vérifications nécessitent la communication avec des tiers, sans préjudice des obligations lé-

gales de communication aux autorités judiciaires.

La société /Groupe CIPIM s'engage à protéger le lanceur d'alerte qui, de bonne foi et de manière désintéressée, signale un fait illicite ou des risques d'atteinte à l'intérêt général dont il a pris connaissance dans l'exercice de ses fonctions. Il peut notamment s'agir d'un crime, d'un délit, d'un risque grave pour la santé publique. Sur le plan économique, il peut s'agir également des infractions de corruption, de trafic d'influence, de prise illégale d'intérêt, etc.

Le non-respect des règles engage la responsabilité personnelle du collaborateur et l'expose à des sanctions disciplinaires prévues au règlement intérieur de la société sans préjudice des sanctions pénales ou administratives selon les législations applicables.

La société EDEIS INGENIERIE/Groupe CIPIM s'engage à :

- prendre toutes les déclarations en compte,
- traiter les alertes avec diligence et dans le strict respect de la présomption d'innocence,
- évaluer les faits de manière objective et impartiale,
- prendre les mesures correctives et les sanctions disciplinaires adéquates.

Les services comptables et financiers de la société/Groupe CIPIM, leurs auditeurs internes et/ou externes sont attentifs dans leurs contrôles aux dissimulations de faits de corruption dans les livres, les registres et les comptes. Les collaborateurs qui travaillent sur ces missions doivent être particulièrement vigilants quant à la fiabilité et à la sincérité des comptes.

Il est nécessaire de contrôler l'honorabilité de tout partenaire et l'intégrité de la relation d'affaires. Il s'agit d'apprécier la qualité intrinsèque du partenaire (antécédents judiciaires, sanctions, réputation...) en contrôlant les conditions juridiques, économiques et matérielles associées à cette relation d'affaires (organisation du partenaire, contrat, montage juridique et financier, modalités de rémunération...). En réalisant un contrôle d'intégrité de ses partenaires avant de débiter une relation d'affaires, la société/Groupe CIPIM se prémunit contre les risques de sanction et de réputation associés à la mise en œuvre de pratiques illicites.

Il incombe à chaque collaborateur de mettre en œuvre le Code de conduite. Chaque entité du Groupe CIPIM effectue des contrôles périodiques afin de vérifier le respect de la conformité des pratiques. Les organes de gouvernance du groupe CIPIM font un point régulier sur le suivi de la mise en œuvre et des suites données aux alertes.



FICHE N°13 : LE COMITÉ D'ETHIQUE

LE SAVIEZ VOUS ?

Le Groupe CIPIM a mis en place un Comité Éthique.

Le Comité Éthique est une instance indépendante de réflexion, de conseil, d'analyse, de proposition et de supervision sur l'éthique professionnelle à l'intérieur du Groupe CIPIM.

Le Comité Éthique intervient soit de sa propre initiative, soit sur la base d'une saisine de la Direction générale du Groupe CIPIM, d'un responsable d'entité ou de tout collaborateur confronté à une question d'éthique.

Les missions du Comité Éthique sont les suivantes :

- Définir un programme d'intégrité, et plus largement une démarche éthique pour le Groupe CIPIM, validés par la Direction Générale du Groupe CIPIM et le Conseil de Surveillance du Groupe CIPIM,
- Veiller au déploiement et à l'évolution du programme d'intégrité du Groupe CIPIM, et notamment définir les communications et les objectifs de formation appropriés,
- Analyser les saisines ou auto-saisines relatives à l'éthique, auditer ou faire auditer les parties concernées et, selon les situations, répondre ou proposer à la Direction Générale des éléments de réponse à ces saisines.

Dans ce cadre, le Comité Éthique peut diligenter des enquêtes en assurant la confidentialité que peut requérir la protection des personnes et de l'entreprise.

Le Comité d'Éthique peut être saisi de manière volontaire via l'adresse email : ethique@edeis.com.

Le Comité Éthique est composé de membres agréés par la Direction Générale du Groupe CIPIM.

Il comprend au moins :

- Le Directeur Général,
- Le Secrétaire Général,
- Un représentant du service des ressources humaines,
- Un représentant du service juridique,
- Un représentant du service informatique,
- Un représentant du service comptable.

et choisit un Président parmi ses membres. Il rend compte annuellement de ses travaux au Conseil de Surveillance du Groupe CIPIM et autant que de besoin au Comité de Direction du Groupe CIPIM.

Toute information donnée au cours d'une enquête sera uniquement communiquée aux personnes ayant besoin de la connaître, et aucune mesure de sanction ne pourra être prise par le Groupe CIPIM à l'encontre d'un collaborateur ayant signalé de bonne foi une préoccupation ou un manquement d'ordre éthique.



Le Comité d'Éthique est une instance indépendante de réflexion, de conseil, d'analyse de proposition et de supervision sur l'éthique professionnelle

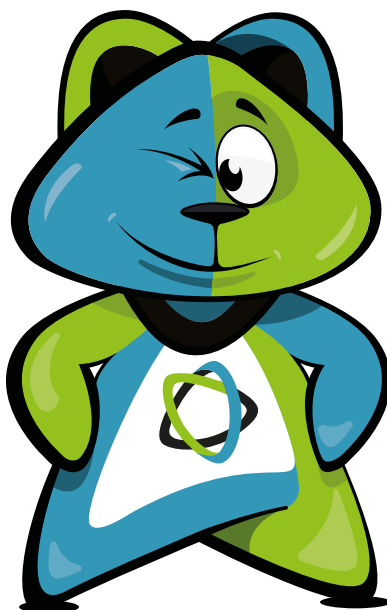
Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

S²LOW

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE



edeis

l'Allié des territoires

ANNEXE 2 CHARTRE ÉTHIQUE

SOMMAIRE

ARTICLE 1 : CONFORMITE A LA LEGISLATION	3
ARTICLE 2 : ÊTRE ATTENTIF AU RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT	3
ARTICLE 3 : RESPECT DES PERSONNES.....	3
ARTICLE 4 : LES REGLES DE CONDUITE DES COLLABORATEURS DU GROUPE CIPIM	3
ARTICLE 5 : CONCURRENCE DELOYALE.....	3
ARTICLE 6 : RELATIONS AVEC LES CLIENTS, FOURNISSEURS ET AUTRES PARTENAIRES COMMERCIAUX.....	4
ARTICLE 7 : LUTTE CONTRE LA CORRUPTION	4
ARTICLE 8 : COMITE D'ETHIQUE.....	5
ARTICLE 9 : CONFLITS D'INTERETS.....	5
ARTICLE 10 : CONFIDENTIALITE	5
ARTICLE 11 : SINCERITE DE L'INFORMATION COMPTABLE ET FINANCIERE.....	6
ARTICLE 12 : UTILISATION DES RESSOURCES INFORMATIQUES DE L'ENTREPRISE	6
ARTICLE 13 : PROTECTION DES ACTIFS DE L'ENTREPRISE	6
ARTICLE 14 : SANTE ET SECURITE SUR LE LIEU DE TRAVAIL – LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS ET LE HARCELEMENT - HANDICAP	7
ARTICLE 15 : PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT – RESPONSABILITE SOCIETALE	7
ARTICLE 16 : COMMUNICATION AVEC LES TIERS : LES MEDIAS, LES RESEAUX SOCIAUX, LES INVESTISSEURS, LES ANALYSTES ET LES AUTORITES.....	7
ARTICLE 17 : MISE EN ŒUVRE	8
ARTICLE 18 : PROCEDURE DE RECUEIL DES SIGNALEMENTS	8
ARTICLE 18 : SANCTIONS	9
ARTICLE 18 : ENTREE EN VIGUEUR ET MODIFICATION DE LA CHARTRE ETHIQUE	9

PRÉAMBULE

La Direction a décidé de mettre en place une charte éthique.

La Charte éthique définit les principes et valeurs auxquels le Groupe CIPIM et l'ensemble de ses filiales (ci-après « le Groupe » ou « CIPIM » ou « la société ») adhèrent et qui doivent guider chaque collaborateur du Groupe dans la pratique quotidienne de son métier. L'intégrité, l'éthique, la responsabilité sociétale, la loyauté, le respect de la personne, la transparence, la lutte contre la corruption et contre la concurrence déloyale constituent des valeurs fondamentales du Groupe dans la conduite des affaires.

La présente Charte éthique s'applique à tous les Collaborateurs du Groupe (mandataires sociaux, directeurs, cadres, employés...) ci-après « les Collaborateurs » ainsi qu'à toutes les personnes auxquelles le Groupe est associé tels que, ses clients, fournisseurs, conseils, commissaires aux comptes, consultants, sous-traitants, agents et autres intermédiaires représentant le Groupe CIPIM. Les principes définis dans cette Charte incitent Le Groupe CIPIM à conduire les affaires et à accomplir le travail de façon à maintenir et à renforcer la confiance des clients et parties prenantes.

Chaque Collaborateur, quel que soit son niveau hiérarchique, se doit d'appliquer, dans la limite de ses fonctions et de ses responsabilités, les règles énoncées ci-après qui s'inscrivent dans le cadre d'une exécution loyale et de bonne foi de son contrat de travail ou de son mandat social et de veiller à ce que celles-ci soient également appliquées au sein de son équipe ou par les personnes qui sont sous sa responsabilité. Les Collaborateurs ne respectant pas les lois ou réglementations applicables, ou les principes de cette Charte, s'exposent à des mesures disciplinaires conformément aux règlements intérieurs et/ou dispositions légales.

Pour faciliter la rédaction de la présente charte, le choix a été d'utiliser le masculin en sous-entendant l'inclusion de toutes les femmes et les hommes.

IL A ETE CONVENU CE QUI SUIT :**Article 1 : Conformité à la législation**

Le Groupe s'engage à respecter les lois et réglementations dans chaque pays où il exerce son activité. Le respect de la Loi constitue une valeur incontournable. Il est de la responsabilité de tous les Collaborateurs de connaître et respecter pleinement les lois et réglementations applicables, ainsi que les diverses politiques et directives établies par l'Entreprise dans ses divers domaines d'activité. Tous les Collaborateurs sont tenus de s'informer des dispositions en vigueur dans l'Entreprise concernant leur domaine de responsabilité, de les observer et de consulter, en cas de doute et de besoin, les services compétents pour obtenir des informations complémentaires et des conseils.

Article 2 : Être attentif au respect de l'environnement

Conformément à la Charte RSE, le Groupe CIPIM se met à tout moment en conformité avec les lois, les règlements en vigueur, les règles et chartes à l'intérieur de l'entreprise. La société agit toujours dans le respect de ses engagements. Cette charte éthique promeut l'intégrité et la transparence dans la conduite de nos affaires et dans nos relations avec autrui. Elle s'applique à tous les salariés de la société même occasionnels ainsi qu'à ses consultants. Elle concourt au développement d'une notoriété positive qui contribue à mettre en confiance les parties prenantes dans le cadre d'une relation durable (ex : éthique et loyauté, société à mission etc.).

Article 3 : Respect des personnes

La gestion des ressources humaines, l'animation des Collaborateurs, ainsi que les relations entre les Collaborateurs, sont fondées sur les principes de confiance et de respect mutuels, avec le souci de traiter chacun avec dignité. Le Groupe entend appliquer une politique de ressources humaines équitable et conforme aux lois. Il s'interdit notamment toute discrimination. Toute pression, poursuite ou harcèlement à caractère moral ou sexuel est interdit(e). Chaque Collaborateur a droit au respect de sa vie privée notamment au travers de la réglementation relative aux données informatiques. Assurer et renforcer la sécurité des Collaborateurs dans l'exercice de leurs activités est une préoccupation permanente.

Article 4 : Les règles de conduite des collaborateurs du groupe CIPIM

Les engagements pris par le Groupe ne peuvent être tenus sans la participation active de ses collaborateurs, mandataires et agents généraux qui doivent suivre une déontologie professionnelle stricte, aussi bien dans le cadre de leurs relations avec les sociétaires et clients qu'entre eux. Les collaborateurs du Groupe CIPIM observent une éthique du service. Ils inscrivent les relations avec les sociétaires et les clients dans la durée et se doivent d'être aussi à leur écoute et mettre leur expertise à leur service. Dans les rapports qu'ils entretiennent entre eux, les collaborateurs du Groupe CIPIM veillent à la qualité des relations et s'abstiennent de toute forme de discrimination ou de harcèlement. Les collaborateurs du Groupe CIPIM manifestent professionnalisme et responsabilité dans l'exercice de leurs fonctions. Ils sont encouragés à faire preuve d'esprit d'initiative et d'innovation tout en évaluant les risques encourus et la valeur créée lors de toute action ou décision.

Article 5 : Concurrence déloyale

Le Groupe CIPIM veille au respect des règles de la concurrence afin que celle-ci soit loyale et équitable. Aucune action du Groupe ne doit empêcher, restreindre ou fausser la concurrence. Le Groupe CIPIM refuse toutes les pratiques concurrentielles et commerciales déloyales, notamment toute entente avec les concurrents ou toute pratique concertée concernant notamment les conditions financières, la répartition des prestations, des marchés ou des clients. Sont proscrits non seulement tout accord formalisé mais aussi toute pratique concertée et tout entretien informel ayant pour effet ou visant une restriction de la libre concurrence ou concurrence loyale. Ainsi, les conditions financières sont fixées en toute indépendance, nos concurrents et clients doivent prendre leurs décisions en toute liberté.

Article 6 : Relations avec les clients, fournisseurs et autres partenaires commerciaux

Le Groupe CIPIM entretient avec toutes ses parties prenantes et, en particulier, avec ses clients, ses fournisseurs et autres partenaires commerciaux, des relations placées sous le signe de l'honnêteté et de l'équité, en accord avec ses principes éthiques listés en préambule. En conséquence, le Groupe s'oblige à honorer ses engagements contractuels et à respecter tant la lettre que l'esprit de ses accords commerciaux. Les Collaborateurs doivent veiller à agir avec professionnalisme, intégrité et équité afin d'encourager les clients à faire appel aux services du Groupe. L'action commerciale, en France comme à l'international, s'exerce dans le respect de la réglementation locale, que tout Collaborateur s'applique à connaître. Notamment, le Groupe respecte les règles spécifiques qui régissent les marchés privés et publics, quel que soit le pays où il exerce ses activités. Le Groupe CIPIM s'emploie à sélectionner ses fournisseurs et prestataires sur la base de critères de qualité, de performance, de coût d'adéquation à ses besoins. Le Groupe attend de ses partenaires un engagement équivalant en termes de respect des droits de l'homme, de loyauté des pratiques de vente et de marketing, de protection des informations confidentielles et de la propriété intellectuelle, de lutte contre la corruption et plus largement, d'éthique des affaires. Il incombe à chaque Collaborateur de sélectionner ses partenaires sur une base objective, sans favoritisme ni discrimination, en appliquant un processus de sélection rigoureux. Il peut être nécessaire de faire appel à des partenaires commerciaux externes (apporteurs d'affaires, sous-traitants) dans le cadre d'une prestation de services. Tout Collaborateur recourant à un partenaire commercial doit s'assurer que les vérifications appropriées sont mises en œuvre et que le partenaire commercial s'est engagé à se conformer aux exigences de cette Charte avant de conclure une relation d'affaires avec lui. Les services fournis par Le Groupe CIPIM respectent les normes établies en matière de qualité, de santé, de sécurité et d'environnement sur ses propres sites et ceux de ses clients.

Article 7 : Lutte contre la corruption

Le Groupe CIPIM s'attache à lutter contre les faits de corruption, de trafic d'influence, de concussion, de prise illégale d'intérêt, de détournement de fonds publics, de favoritisme ou de tout autre manquement à la probité dans les pays dans lesquels il exerce ses activités. Il applique les lois nationales et internationales relatives à la lutte contre la corruption dans tous les pays où le Groupe intervient. Le Groupe CIPIM a élaboré un code de conduite anti-corruption en vue de répondre aux exigences de la loi française dite « Sapin II » du 9 décembre 2016. Ce code anti-corruption a vocation à guider les actions et comportements des Collaborateurs au quotidien en ce qui concerne notamment :

- Les cadeaux et invitations,
- Les relations avec les agents publics,
- Les relations avec les fournisseurs, clients,
- Le mécénat et le sponsoring,
- Les relations avec les consultants,
- Les paiements de facilitation...

Ces dispositions sont décrites plus amplement dans le Code de conduite anti-corruption auquel il convient de se référer.

Article 8 : Comité d'éthique

Conformément au code de conduite applicable au Groupe CIPIIM, le comité d'éthique a pour missions de :

- Définir un programme d'intégrité, et plus largement une démarche éthique pour le Groupe CIPIIM, validés par la Direction Générale du Groupe CIPIIM et le Conseil de Surveillance du Groupe CIPIIM,
- Veiller au déploiement et à l'évolution du programme d'intégrité du Groupe CIPIIM, et notamment définir les communications et les objectifs de formation appropriés,
- Analyser les saisines ou auto-saisines relatives à l'éthique, auditer ou faire auditer les parties concernées et, selon les situations, répondre ou proposer à la Direction Générale des éléments de réponse à ces saisines.

Dans ce cadre, le Comité Éthique peut diligenter des enquêtes en assurant la confidentialité que peut requérir la protection des personnes et de l'entreprise.

Le Comité d'Éthique peut être saisi de manière volontaire via l'adresse email : ethique@edeis.com.

Le Comité Éthique est composé de membres agréés par la Direction Générale du Groupe CIPIIM.

Article 9 : Conflits d'intérêts

Il y a conflit d'intérêts lorsque, par exemple, un Collaborateur est en position d'influer sur une décision du Groupe susceptible de lui conférer un avantage personnel ou de favoriser un parent ou un proche. Les décisions commerciales du Groupe CIPIIM sont prises de manière objective, sans aucune considération personnelle. Toute activité ou mission des Collaborateurs et des organes de gouvernance du Groupe (comité de direction, comité stratégique, comité de surveillance...) allant à l'encontre des intérêts de l'Entreprise sont proscrites par le Groupe. De nombreuses situations peuvent donner lieu à ce genre de conflit, notamment lorsqu'un Collaborateur ou l'un de ses proches détient des intérêts directs ou indirects chez un concurrent, un fournisseur ou un client du Groupe CIPIIM. Les activités annexes pour le compte d'entreprises d'un concurrent, d'un client, d'un partenaire ou d'un fournisseur ainsi que les participations financières dans de telles entreprises doivent être communiquées au supérieur hiérarchique qui en informera le Référent Conformité ; elles ne sont permises qu'après autorisation écrite expresse de la Direction. Les participations financières de membres de la famille proche doivent être communiquées à la Direction. Il en sera de même lorsqu'un membre de la famille proche est salarié d'une entreprise concurrente, d'un client ou d'un fournisseur. Les Collaborateurs du Groupe CIPIIM doivent identifier les risques de conflit d'intérêts, les révéler auprès de leur supérieur hiérarchique ou à la Direction juridique et agir, en toutes circonstances, au mieux des intérêts du Groupe. Dans un souci d'intégrité, ils doivent également se garder de toute action de nature à provoquer un conflit d'intérêts, réel ou potentiel. Il convient de ne pas utiliser sa fonction au sein du Groupe CIPIIM en vue d'en tirer un bénéfice personnel direct ou indirect. Face à un conflit d'intérêts, le Collaborateur ne doit pas prendre part à la décision concernée.

Article 10 : Confidentialité

Le Groupe CIPIIM s'efforce de faire respecter, dans le Groupe et dans l'exécution de ses contrats, la confidentialité dans l'usage des données, des informations, du savoir-faire, des droits de propriété intellectuelle

et industrielle et des secrets d'affaires, en lien avec ses activités. Tous les Collaborateurs sont tenus de conserver pour eux seuls les informations confidentielles relatives au Groupe CIPIM, ses clients, ses fournisseurs et ses Collaborateurs. Cette obligation subsiste même après leur départ du Groupe. Toutes les informations confidentielles doivent être gardées et rester confidentielles, sauf si elles ont fait l'objet d'une diffusion publique autorisée, leur divulgation non autorisée pouvant porter préjudice au Groupe CIPIM. Chaque collaborateur doit s'assurer que toute information, qui ne serait pas publique, reste strictement confidentielle. Cette obligation de confidentialité couvre non seulement les informations relatives à la Société. Chaque Collaborateur doit :

- limiter la divulgation d'informations confidentielles aux seules personnes ayant un besoin légitime d'en avoir connaissance;
- conserver en toute sécurité, quel que soit leur format (papier ou électronique), toutes les données confidentielles qui ont trait aux activités de l'Entreprise et des sociétés avec lesquelles elle entretient des relations d'affaires ;
- empêcher toute divulgation d'informations confidentielles à des personnes externes au Groupe CIPIM (y compris les membres de leurs familles)

Article 11 : Sincérité de l'information comptable et financière

Le Groupe CIPIM s'engage à fournir une information exacte, transparente et régulière. La sincérité des comptes permet au Groupe de fonder ses décisions sur des informations exhaustives, précises et fiables. Le Groupe CIPIM et ses Collaborateurs s'obligent à produire des comptes réguliers et sincères donnant une image fidèle de la situation financière, du résultat des opérations, des transactions, de l'actif et du passif du Groupe. L'établissement de ces documents doit être conforme aux principes comptables avec des écritures justifiées par des pièces appropriées émises par des parties de bonne foi. Tous les documents sont conservés conformément aux lois applicables et aux politiques du Groupe. Tout transfert de fonds requiert une vigilance particulière, notamment quant à l'identité du destinataire et au motif du transfert. La diffusion des informations financières et les transactions que les Collaborateurs effectuent sur les marchés boursiers, qu'il s'agisse de transactions réalisées en raison de leurs fonctions ou de transactions personnelles sur les titres cotés du Groupe CIPIM, doivent s'inscrire dans le respect des lois et règlements qui régissent les activités financières.

Article 12 : Utilisation des ressources informatiques de l'entreprise

Les Collaborateurs du Groupe doivent se conformer à la Charte d'utilisation des moyens informatiques et de télécommunication et à la Politique de sécurité des systèmes informatiques en vigueur au sein du Groupe. L'informatique, à savoir le matériel, les logiciels, les réseaux et les informations qui y sont contenues, constitue un facteur clé de la réussite de l'Entreprise et doit être utilisée de façon responsable et uniquement à des fins légitimes. Les courriers électroniques doivent être rédigés avec le même soin que toute autre communication écrite. Il est notamment interdit aux Collaborateurs d'utiliser les systèmes informatiques du Groupe CIPIM pour consulter, sauvegarder ou envoyer des pages Internet ou des messages aux contenus illicites ou diffamatoires. L'usage personnel des ressources informatiques de l'Entreprise, comme l'envoi de courriers électroniques à des tierces personnes, doit être limité au minimum et ne doit jamais impliquer l'installation d'un matériel ou d'un logiciel non conforme aux normes informatiques du Groupe CIPIM ou contrevenant aux droits d'auteur de tiers.

Article 13 : Protection des actifs de l'entreprise

Le Groupe CIPIM attend de ses Collaborateurs qu'ils gèrent, de manière responsable, le patrimoine de l'Entreprise et qu'ils prennent des décisions commerciales sur la base d'analyses risques-avantages

transparentes. Les actifs comprennent notamment les brevets, les marques, les savoir-faire, les listes de clients, des sous-traitants ou fournisseurs, les informations sur les marchés, les pratiques techniques ou commerciales, les offres commerciales et études techniques, et plus généralement toutes les données ou informations auxquelles les Collaborateurs ont accès dans l'exercice de leurs fonctions. L'intégrité des partenaires commerciaux du Groupe CIPIM, entre autres, doit donc faire l'objet d'une vérification selon les règles et usages en la matière. Les Collaborateurs ne sont pas autorisés à utiliser les actifs du Groupe à des fins personnelles, illégales ou illicites. Ne sont pas concernées les effets mis à leur disposition dans le cadre de leur fonction et des avantages en nature concédés dans le respect de la réglementation en vigueur. De même le nom de l'Entreprise ne peut être utilisé par un Collaborateur à des fins personnelles notamment sur les réseaux sociaux ou sur Internet. Il ne peut en aucun cas parler au nom et pour le compte de l'Entreprise s'il n'y a pas été expressément autorisé par la Direction.

Article 14 : Santé et sécurité sur le lieu de travail – Lutte contre les discriminations et le harcèlement - handicap

Le Groupe CIPIM garantit des conditions de travail adéquates à ses Collaborateurs, y compris en matière de santé et de sécurité, lesquels ont le devoir d'y contribuer par le respect des règles de l'Entreprise en la matière. Le Groupe garantit à ses Collaborateurs et à ses parties prenantes un environnement de travail qui exclut toute discrimination fondée notamment sur le sexe, l'orientation sexuelle, l'origine ethnique ou la religion, la qualité de représentant du personnel, l'exercice d'un mandat syndical, les opinions politiques, le handicap, l'âge et tous autres comportements physiques, verbaux ou visuels offensants. Toute forme de harcèlement est prohibée et sanctionnée conformément aux législations nationales en vigueur. Le Groupe CIPIM entend traiter tous ses Collaborateurs avec respect et équité et promouvoir l'égalité des chances dans tous les aspects de l'emploi. Chaque Collaborateur doit donc respecter la sécurité, les droits et les opinions de ses collègues ainsi que leurs particularités culturelles ou spécifiques. Par ailleurs, Le Groupe CIPIM attend de ses dirigeants qu'ils respectent l'égalité entre les sexes au travail. Le Groupe CIPIM n'a recours à aucune forme de travail forcé. En conformité avec les conventions internationales, il s'interdit le travail des enfants. Le Groupe CIPIM propose à ses Collaborateurs des opportunités de formation qui sont spécialement adaptées à leur domaine d'activités et à leurs exigences. Le Groupe CIPIM respecte la vie privée de ses Collaborateurs et protège leurs données personnelles. Le Groupe mène une politique active en matière de handicap en encourageant notamment l'emploi et l'intégration des salariés en situation de handicap et en accompagnant les personnes en cas de survenance d'un handicap au cours de la vie professionnelle.

Article 15 : Protection de l'environnement – Responsabilité sociétale

Le Groupe s'engage à préserver les ressources naturelles et énergétiques, réduire la production de déchets et de rejets nocifs dans l'air ou l'eau et à lutter contre le changement climatique. Cela implique nécessairement le respect des dispositions légales en vigueur en matière de protection de l'environnement. Le Groupe CIPIM a établi un programme d'action « Concrètement Responsable » pour définir les actions et objectifs en matière d'enjeux environnementaux auquel il convient de se référer.

Article 16 : Communication avec les tiers : les médias, les réseaux sociaux, les investisseurs, les analystes et les autorités

Toute communication avec ces interlocuteurs extérieurs doit être exacte et conforme aux obligations réglementaires et légales, notamment aux obligations auxquelles Le Groupe CIPIM est soumise en tant que société cotée en bourse. Afin d'assurer la cohérence, la véracité des communications et la conformité aux

exigences légales, seuls des Collaborateurs spécifiquement autorisés par la Direction Générale peuvent faire des déclarations et répondre aux demandes d'informations des médias, investisseurs, analystes, régulateurs et autres autorités. Ces mêmes personnes sont les seules habilitées à déléguer cette autorisation. Il est strictement interdit aux Collaborateurs de créer des pages ou comptes au nom de l'Entreprise sur Internet, d'utiliser les logos de l'Entreprise et de parler au nom et pour le compte de l'Entreprise sans en avoir été expressément autorisé par la Direction générale.

Article 17 : Mise en œuvre

Tous les Collaborateurs du Groupe CIPIM sont tenus de se comporter conformément à la présente Charte éthique. Les dirigeants se voient conférer un rôle particulier à cet égard, celui de donner l'exemple. En tant qu'interlocuteurs, ils répondent à toutes les questions concernant les principes de conduite et s'assurent que les Collaborateurs soient suffisamment informés, notamment dans leur domaine de responsabilités, des valeurs du Groupe CIPIM. Chaque Collaborateur pourra s'adresser auprès de sa direction des ressources humaines pour toute interrogation portant sur la présente Charte. Il revient à chaque Collaborateur de communiquer sans délai, à son autorité hiérarchique toute infraction légale ou tout manquement aux règles du Groupe CIPIM porté à sa connaissance. Ces communications doivent être de bonne foi et correctement documentées. Toutes les notifications d'infractions supposées seront traitées avec le plus grand sérieux et avec toute la confidentialité possible notamment dans le cadre de la procédure de recueil de signalement ci-après décrite. Les auteurs de ces communications ne feront l'objet d'aucune mesure de représailles ou menace, ni d'aucun harcèlement et leur identité sera tenue secrète dans les limites autorisées par la loi. Nos partenaires commerciaux seront informés de cette Charte éthique. Ils devront se comporter, eux aussi, de manière équitable, intègre et loyale selon les principes décrits sauf à ne plus commercer avec le Groupe.

Article 18 : Procédure de recueil des signalements

Le Groupe CIPIM encourage ses Collaborateurs à exprimer leurs points de vue, à défendre leurs opinions et à signaler les comportements ou requêtes inacceptables. La voie normale pour évoquer de telles préoccupations est la hiérarchie directe ou indirecte. Néanmoins, tout Collaborateur qui considère qu'une information vers le responsable hiérarchique peut présenter des difficultés ou ne pourrait pas donner lieu au suivi approprié a la possibilité de saisir le Référént Conformité du Groupe, fonction assurée par le Secrétaire Général du Groupe. Cette procédure est également ouverte aux Collaborateurs extérieurs et occasionnels de l'Entreprise. Le Référént Conformité peut être saisi via l'adresse email suivante: ethique@edeis.com ou par courrier à l'adresse postale suivante : EDEIS, Référént Conformité, 19 boulevard Paul Vaillant Couturier 94 200 Ivry-sur-Seine. Dans ce cadre, l'auteur du signalement doit fournir les faits, informations ou documents, quel que soit leur forme ou leur support de nature à étayer son signalement. L'auteur du signalement communique également ses coordonnées (téléphone, courriel...) permettant, le cas échéant, un échange avec le Référént Conformité. Le Référént Conformité informera, dans le délai de 5 jours ouvrés, l'auteur du signalement de la réception de sa demande et l'informer du délai prévisible nécessaire à son examen ainsi que des modalités suivant lesquelles il sera informé des suites de son signalement. Pendant les opérations de vérification, les principes de confidentialité et de présomption d'innocence seront respectés. Il est garanti la stricte confidentialité de l'identité de l'auteur, des faits et des personnes visées par le signalement. Toute enquête se déroulera par ailleurs dans le respect de la législation. Au cours de cette enquête, chacun sera tenu d'apporter sa pleine et entière collaboration et de fournir, à la première demande, toute information et documents. L'éventuelle personne mise en cause sera informée de la nature des allégations la concernant mais ne sera pas informée de l'identité de l'auteur du signalement. L'information peut ne pas être immédiate s'il s'avère nécessaire, par exemple, de vérifier les faits, de préserver les preuves ou de saisir les autorités compétentes. Toute information communiquée ne sera partagée qu'avec les seules personnes qui ont à la connaître pour s'assurer du traitement du signalement et/ou de la prise de mesures appropriées. Ces personnes seront tenues à une obligation de

confidentialité. Par la suite, l'auteur du signalement, ainsi que les personnes visées par celui-ci, seront informés par écrit de la clôture des opérations de vérification et de la recevabilité du signalement. Il est conseillé de se référer au Code de Conduite anti-corruption qui décrit plus précisément la procédure d'alerte et sa mise en œuvre. Il est rappelé que l'ensemble de ce dispositif d'alerte est facultatif. Aucune sanction ni conséquence ne seront prises à l'égard d'un Collaborateur qui n'en aurait pas fait l'usage. Néanmoins cette procédure doit être utilisée de bonne foi et pour le seul objet qu'elle encadre. Tout usage non conforme pourra être sanctionnée par l'Entreprise et donner lieu à des poursuites judiciaires.

Article 18 : Sanctions

Les différents principes de cette Charte éthique sont contraignants dans la mesure où leur non-respect est passible de sanctions disciplinaires telles que prévues notamment dans les règlements intérieurs des différentes filiales du Groupe pouvant aller jusqu'à la rupture du contrat de travail, conformément à la législation locale et aux conventions collectives applicables, indépendamment d'éventuelles poursuites civiles et pénales qui pourraient être engagées au regard des infractions constatées. Des directives comportant des instructions détaillées peuvent être élaborées en cas de besoin.

Article 18 : Entrée en vigueur et modification de la charte éthique

La présente Charte éthique constitue une adjonction aux règlements intérieurs des filiales du Groupe et est donc opposable aux Collaborateurs du Groupe. Elle est susceptible d'être modifiée afin de s'adapter aux évolutions notamment réglementaires. Conformément aux dispositions des articles L. 1321-4, R. 1321-1 et suivants du Code du travail, ce document a été soumis à l'avis des Institutions représentatives du personnel compétentes, a été adressé à l'Inspection du travail, a été déposé au secrétariat du greffe du conseil de prud'hommes et porté à la connaissance de toute personne ayant accès aux lieux de travail ou aux locaux où se fait l'embauche.

Il entre en vigueur le 11 Décembre 2023.

La procédure décrite ci-dessus s'applique uniquement aux sociétés françaises et devra s'adapter aux réglementations locales applicables à chaque filiale du Groupe.

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LOW



ANNEXE N°3

AU RÈGLEMENT INTÉRIEUR

Charte d'utilisation du Système d'Information et de Communication

2023

PREAMBULE

1. GENERALITE

1.1 Nature de la charte

1.2 Champs d'application

1.3 Objet de la charte

1.4 Utilisation du SIC

1.5 Droits et devoirs de l'administrateur du SIC

2. PROTECTION DU SYSTEME D'INFORMATION

2.1 Conditions générales d'utilisation du SIC

2.2 Les sauvegardes des données

2.3 Antivirus et pare-feu

2.4 Contrôle et maintenance par l'Administrateur

2.5 Introduction de Matériels et Logiciels

2.6 Documents personnels

3.1 Adresse électronique

3.2 Contenu du message électronique

3.3 Format et taille des messages électroniques

3.4 Utilisation privée de la messagerie professionnelle

3.6 Filtrage anti-spam

4. LA NAVIGATION SUR INTERNET

4.2 Téléchargement de logiciels ou d'œuvres protégées

4.3 Consultation des sites illicites

4.4 Consultation d'Internet à des fins privées

4.5 Contrôles de l'usage

5. USAGE DES MEDIAUX SOCIAUX PUBLICS

5.1 Usage professionnel des médias sociaux

5.2 Respect de la vie privée (concerne aussi l'usage des médias sociaux à titre personnel)

6. TELEPHONIE MOBILE D'ENTREPRISE

6.1 Appareil mobile

6.2 Responsabilité de l'Utilisateur

6.3 Type d'abonnement

6.4 Communications passées par l'Utilisateur (usage hors profil national)

6.5 Téléphone fixe (Skype, Teams et opérateurs) (Skype et Teams)

6.6 INTRANET

7. PROTECTION DES DONNEES A CARACTERE PERSONNEL

8. GESTION DES ABSENCES ET DROIT D'ACCES

8.1 Absences prolongées

8.2 Gestion des départs

9. ALERTE

10. CONFIDENTIALITE ET PROTECTION DE L'INFORMATION

11. SANCTIONS ET MODALITES D'APPLICATION

11.1 Responsabilités

11.2 Sanctions

11.3 Entrée en vigueur

4

4

4

4

4

5

6

6

7

7

7

7

7

9

9

9

9

9

10

10

10

10

10

11

11

11

12

12

12

12

12

12

12

13

14

14

14

14

14

15

15

15

15



PREAMBULE

La société, et plus globalement le groupe CIPIM, privilégie la transparence de son Système d'Information et de Communication (SIC).

L'accès au système d'information de l'entreprise et les moyens informatiques et de communications électroniques sont nécessaires à l'utilisateur dans le cadre de son activité professionnelle et/ou du mandat ou de la prestation de service au bénéfice de l'entreprise. Il s'agit notamment des éléments suivants :

- les équipements informatiques (ordinateurs fixes ou portables, tablettes, smartphones, périphériques de stockage, clés USB, cartes mémoires, disques externes, appareils photos, photocopieurs,...) et tous éléments logiciels, fichiers, données et bases de données, applications informatiques, etc.
- les moyens de communications électroniques utilisés (Liste non limitative) :
 - » pour l'accès et la navigation internet,
 - » pour permettre toute forme d'échange ou de correspondance électronique de courriers, messages, documents ou images/vidéo (tels par exemple que la messagerie électronique ou les messageries instantanées type Microsoft Teams etc.), les sms/mms, etc.,
 - » pour la diffusion ou l'échange entre les personnes de messages écrits, sonores ou visuels, tels que les blogs, forums de discussion, wikis, plateformes de partage de vidéos ou photos, les réseaux sociaux, ainsi que tous les sites ou forums...

L'entreprise dispose d'un SIC nécessaire à son activité, comprenant notamment des moyens informatiques et de communications électroniques (téléphones/smartphones, ordinateurs, tablettes, appli-

cations/bases diverses...). L'utilisation de ces moyens suppose le respect de règles destinées à assurer un niveau optimum de sécurité, de confidentialité, de performance et d'une manière générale, le respect des dispositions légales et réglementaires applicables. Elle est rédigée dans l'intérêt de l'entreprise et de chaque utilisateur et manifeste la volonté de l'employeur de promouvoir une utilisation loyale, responsable et sécurisée des moyens informatiques et de communications électroniques. Préserver le SIC, dans le respect des droits et libertés de chacun, telle est l'ambition de cette charte d'utilisation.

Il est important que les Utilisateurs connaissent et respectent parfaitement les règles d'utilisation du Système d'Information et de Communication (SIC).

La présente charte concerne les ressources informatiques, les services internet, de messageries et téléphoniques du groupe CIPIM ainsi que tout autre moyen de connexion à distance permettant d'accéder, via le réseau informatique, aux services de communication ou de traitement électroniques interne ou externe mis à disposition par la société à l'ensemble de ses collaborateurs, afin qu'ils réalisent leurs missions. Il n'y a pas de liste exhaustive définissant les limites de l'usage vers l'extérieur.

Il y a lieu d'entendre par traitement électronique, l'utilisation des outils numériques. Il s'agit principalement des outils suivants : ordinateurs portables et fixes, téléphones portables, imprimantes, logiciels, cette liste n'étant pas exhaustive.

Pour rappel, la collecte et le traitement des données sont définis par le document de politique de protection des données personnelles. Il est consultable sur le portail intranet du groupe CIPIM. Pour faciliter la rédaction de la présente charte, le choix a été d'utiliser le masculin en sous-entendant l'inclusion de toutes les femmes et les hommes.

1. GENERALITE

1.1 Nature de la charte

La présente charte constitue une adjonction au règlement intérieur de la société, au sens de l'article L. 1321-5 du Code du travail. Elle remplace et annule toutes dispositions contraires contenues dans le règlement intérieur existant, relatif au fonctionnement et l'utilisation du SIC du groupe CIPIM.

1.2 Champs d'application

La présente charte s'applique à tous les salariés autorisés à accéder au système d'information de l'entreprise ou à utiliser les moyens informatiques et de communications électroniques de l'entreprise, quel que soit leur statut.

Elle s'applique également à tout salarié autorisé par l'entreprise à utiliser ses moyens informatiques et de communications électroniques personnelle pour un usage professionnel. Elle s'applique par extension à toute personne (mandataires, agents, personnel intérimaire, stagiaire/apprenti, personnels des prestataires extérieurs, consultants, dirigeants/mandataires sociaux...) intervenant en tant qu'utilisateur des moyens informatiques mis à disposition par l'entreprise. Elle sera portée à la connaissance de ces utilisateurs par tout moyen approprié dès la prise de fonction ou la prise d'effet du mandat ou de la prestation.

Les représentants du personnel et les membres des organisations syndicales sont, en leur qualité d'utilisateurs, soumis au respect de la présente charte. En revanche, l'accès aux ressources informatiques et de communications électroniques de l'entreprise et leur utilisation dans le cadre de l'exercice de leurs activités de représentation ou syndicale sont subordonnés à la signature d'un accord d'entreprise. La présente charte est applicable sans préjudice des accords particuliers pouvant porter sur l'utilisation du système d'information et de communication (tel par exemple la mise en place du télétravail). Elle peut également être complétée le cas échéant par des documents spécifiques pour certaines catégories de personnel (ex : administrateurs base de données ou réseau...). Il appartient à l'entreprise de porter explicitement à la connaissance des collaborateurs les règles spécifiques d'usage au sein de l'entreprise.

1.3 Objet de la charte

Elle a pour objectifs de :

- rappeler la réglementation, et responsabiliser les utilisateurs ,
- formaliser les règles régissant l'utilisation de ces moyens dans le cadre des activités de l'entreprise et les droits et devoirs des utilisateurs,
- protéger l'entreprise et le collaborateur,
- sensibiliser les utilisateurs aux risques liés à l'utilisation des moyens informatiques et de communication électronique, en termes d'intégrité et de confidentialité des informations traitées.

Ces risques, menaçant les intérêts et la sécurité de l'entreprise, imposent le respect de certaines règles de sécurité et de bonne conduite. L'imprudence, la négligence ou la malveillance d'un utili-

sateur peuvent en effet avoir des conséquences graves de nature à engager sa responsabilité civile et/ou pénale ainsi que celle de l'entreprise. La présente charte tient compte des dispositions légales, réglementaires et jurisprudentielles en vigueur. Elle est une composante essentielle de la Politique de Sécurité des Systèmes d'Information (PSSI) définie et mise en œuvre au sein de l'entreprise et dans le groupe CIPIM.

D'une manière générale, il est rappelé que l'utilisation des ressources du système d'information dans le cadre de l'entreprise ne doit pas nuire au bon fonctionnement de l'entreprise ou du Groupe qui doit répondre à des exigences et des obligations de sécurité renforcées. Cette utilisation ne doit pas nuire à la réputation et à l'image de l'entreprise et du Groupe.

En cas de situation exceptionnelle, telle que, notamment, les périodes électorales ou une situation à risques liée à la sécurité informatique, la sécurité des locaux ou des personnes, des dispositions spécifiques pourront se substituer à titre temporaire et pour une durée expressément définie aux présentes dispositions. Les institutions représentatives du personnel et les salariés seront alors tenus informés.

1.4 Utilisation du SIC

Les équipements et services mis à la disposition de l'utilisateur par l'entreprise sont exclusivement installés, configurés et paramétrés par le personnel habilité par l'entreprise.

L'utilisateur s'interdit de modifier les équipements mis à sa disposition par l'ajout de logiciels ou de matériels pour quelque raison que ce soit. Si ces logiciels ou matériels lui semblent nécessaires pour l'exercice de sa mission, il doit respecter les procédures en vigueur dans l'entreprise pour ces ajouts.

À titre de précaution, certaines configurations peuvent être verrouillées par l'organisme (poste de travail, accès Internet, ...). L'entreprise fournit à ses employés les moyens nécessaires à l'exécution de leurs tâches professionnelles. Néanmoins, face à l'émergence de nouvelles pratiques consistant à faire usage d'équipements informatiques personnels dans un contexte professionnel, conformément à l'expression anglaise « Bring Your Own Device - BYOD » (en français « Apportez Votre Equipement personnel de Communication – AVEC »), l'entreprise rappelle que les outils personnels ne peuvent être utilisés qu'à titre subsidiaire dans un cadre professionnel.

En cas d'utilisation de moyens détenus à titre personnel dans le cadre de l'activité professionnelle, l'utilisateur s'engage à respecter la présente Charte et les conditions d'usage définies par l'entreprise.

L'utilisateur est responsable de l'usage de ses équipements personnels dans le cas où il les utilise dans un cadre professionnel. Il assume à ce titre la charge de la maintenance et de tout service associé à l'usage de ses moyens personnels. Il procède également aux mises à jour requises de ses équipements et susceptibles d'entraîner la sécurité des systèmes d'information de l'entreprise. Cet usage doit être autorisé explicitement par l'entreprise. Cette autorisation doit être conservée pour preuve par l'entreprise. En cas incident (quelle que soit la cause), l'utilisateur doit faire une déclaration d'incident selon les règles prévues par l'entreprise.

1.5 Droits et devoirs de l'administrateur du SIC

L'Administrateur du SIC veille à la protection et au bon fonctionnement du SIC, et s'assure du respect de la présente charte.

Il agit en concertation avec la Direction de la société afin de mettre la présente charte en conformité avec les dispositions légales et réglementaires, d'effectuer toutes les formalités ou déclarations nécessaires, en particulier celles issues de la Loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978, de la loi du 10 juillet 1991 relative au secret des correspondances et la loi du 6 août 2004 relative à la protection des personnes physiques à l'égard des traitements des données à caractère personnel et depuis le 25 mai 2018, la législation française impose aux sociétés d'être conforme au regard de la protection des données, suivant la loi n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles (règlement du Parlement Européen n° 2016/679, adoption du 14 avril 2016, promulgation du 27 avril 2016, entrée en vigueur du 24 mai 2016 et applicable à partir du 25 mai 2018, dit Règlement Général sur la Protection des Données).

Conformément à l'article L1121-1 du Code du travail, l'Administrateur veille à ce que « ~~rien ne peut porter atteinte aux droits des personnes et aux libertés individuelles et collectives, de restrictions qui ne seraient pas justifiées par la nature de la tâche à accomplir ni proportionnées au but recherché~~ ».

Les informations de contact de l'Administrateur sont disponibles sur l'intranet du groupe CIPIM.

Dans le cadre de ses fonctions, l'Administrateur :

- Ne peut être contraint à enfreindre la loi,
- Bénéficie d'une protection juridique vis à vis du refus d'obéir aux actions manifestement illégales commandées par sa hiérarchie ou de nature à compromettre gravement un intérêt public,
- Respecte la confidentialité des informations auxquelles il accède lors de ses tâches d'administration quel qu'en soit le support et la nature.



2. PROTECTION DU SYSTEME D'INFORMATION

2.1 Conditions générales d'utilisation du SIC

Les moyens informatiques et de communications électroniques mis à disposition de l'utilisateur par l'entreprise, demeurent la propriété de l'entreprise.

L'accès au système d'information et les moyens informatiques et de communications électroniques qui sont mis à disposition des utilisateurs doivent être utilisés à des fins professionnelles, dans la limite et le respect des fonctions de l'utilisateur.

L'accès au réseau est soumis à une identification préalable de l'utilisateur, qui dispose alors d'un «compte d'accès personnel». Ce dernier est constitué d'un identifiant et d'un mot de passe donnés de manière individuelle.

Ces identifiants permettent à l'Utilisateur d'accéder aux données et aux ressources numériques du groupe CIPIM qui le concerne, et il lui est interdit d'utiliser un identifiant autre que celui qui lui a été attribué.

Cet accès sécurisé engage la responsabilité de l'Utilisateur sur le respect de la présente charte. C'est pourquoi, ces identifiants (et mots de passe) sont strictement personnels et confidentiels, l'Utilisateur ne peut en aucun cas les divulguer, les transmettre à une tierce personne.

En cas d'oubli, seul l'Administrateur pourra les réinitialiser à nouveau au profit de l'Utilisateur.

Si la confidentialité d'un mot de passe est transgressée, l'Utilisateur doit immédiatement informer l'Administrateur et demander son renouvellement, et ce même en cas de doute. Il en est de même si ce mot de passe correspond à un identifiant autre que le sien.

L'Utilisateur ne doit en aucun cas permettre l'accès à des Utilisateurs (autorisé ou non autorisé) au SIC, en laissant volontairement ou involontairement ses accès ouverts. L'utilisation par un tiers de la session d'un Utilisateur, engage la responsabilité de ce dernier. L'utilisateur est responsable de l'utilisation du SIC réalisée avec ses identifiants.

Dans tous les cas, l'usage professionnel des moyens informatiques et de communications électroniques doit s'effectuer dans le respect des obligations légales et réglementaires en vigueur ainsi que de tous documents ou accords existants dans l'entreprise, tels notamment le règlement intérieur et ses annexes. Cet usage doit également s'effectuer dans le respect des relations contractuelles existantes (respect du contrat de travail notamment). Il est notamment interdit : (liste non exhaustive)

- de consulter, copier, produire, publier ou diffuser, télécharger ou stocker tous types d'informations (logiciels, fichiers ou messages notamment sonores, audiovisuels, multimédias) dont le contenu :
 - » viole les droits de la propriété intellectuelle (droit d'auteur, droit des marques ou droit des noms de domaine, notamment),

- » porte atteinte aux droits des personnes (droit au respect de la vie privée, notamment),
- » porte atteinte à la dignité de la personne humaine et à la protection des mineurs,
- » présente un caractère injurieux, diffamatoire ou mensonger, ou incitant à la discrimination, au harcèlement, à la violence ou à la haine (notamment raciale ou en raison de son orientation sexuelle),
- » porte atteinte au secret des correspondances, ainsi qu'à la protection des données à caractère personnel ou aux systèmes mettant en œuvre un traitement automatisé de ces données.

La méconnaissance de ces dispositions constituant notamment une infraction au code pénal français et expose la responsabilité de l'entreprise et de la personne à l'origine de la méconnaissance.

- d'utiliser les moyens informatiques et de communication de l'entreprise à des fins politiques, syndicales (à l'exception des représentants du personnel et des salariés ayant reçu une autorisation de la direction), ou religieuses,
- de diffuser des commentaires ou informations sur l'entreprise, ses clients, ses partenaires et relations ou ses collaborateurs et pouvant porter atteinte au secret professionnel, à leur image ou à leur réputation (dénigrement) ; toute diffusion à l'attention de tiers extérieurs à l'entreprise ou autorités publiques ou assimilées doit être strictement encadrée (clairement définie et autorisée),
- d'exporter ou stocker des informations ou données de l'entreprise de quelque nature que ce soit (notamment données confidentielles, financières, stratégiques ou à caractère personnel) sur les moyens personnels de l'utilisateur ou sur des espaces de stockage non définis, encadrés et/ou autorisés par l'entreprise,
- de communiquer à des tiers :
 - » des informations techniques sur son matériel informatique ou de communications électroniques, ses identifiants, mots de passe ou moyens d'accès. L'utilisateur s'engage, à ce titre, à verrouiller son poste de travail, lorsqu'il s'absente momentanément, et à respecter les règles internes prévues par l'entreprise en matière de mot de passe.
 - » des informations ou données de l'entreprise de quelque nature que ce soit (notamment données confidentielles, financières, stratégiques ou à caractère personnel...) sans autorisation préalable spécifique,
- d'utiliser frauduleusement le compte d'autrui ou d'un utilisateur par l'usurpation de son identité,
- d'utiliser les données (dont données à caractère personnel), ressources et actifs de l'entreprise, de ses clients, partenaires dans le but d'obtenir, directement ou indirectement, un avantage ou un bénéfice de façon illégitime, illicite ou illégale, et susceptible de causer un préjudice financier, matériel, moral ou réputationnel à l'entreprise, ses clients, partenaires ou autres interlocuteurs,
- d'accéder ou tenter d'accéder à des informations autres que celles strictement autorisées et nécessaires à l'exercice de ses fonctions, tant au sein de l'entreprise qu'à l'extérieur de celle-ci,
- d'accéder à des sites payants à titre personnel avec des

moyens mis à disposition par l'entreprise (en cas de nécessité d'accéder à des sites payants à titre professionnel, ces accès sont soumis à autorisation préalable),

- d'accéder et participer à des sites de jeux de toute nature (notamment jeux d'argent ou de hasard) avec des moyens mis à disposition par l'entreprise et/ou de commettre tout agissement visant à obtenir des profits ou gains personnels,
- de diffuser des messages publicitaires ou à vocation commerciale (prospection), ainsi que l'utilisation des outils à des fins promotionnelles en dehors d'un usage professionnel,
- d'envoyer avec les moyens mis à disposition par l'entreprise des messages en nombre ou fichiers sans rapport avec l'activité professionnelle ou non sollicités par les destinataires,
- de créer et/ou gérer un site internet, un réseau social, un blog, un forum de discussion professionnel ou en lien avec l'entreprise sans autorisation préalable et/ou en méconnaissance des dispositions prévues dans la présente charte.

Dans le cadre d'une demande d'accès à une ressource partagée (matériel, dossier, ...), l'Utilisateur doit préalablement demander l'autorisation à son responsable hiérarchique. Celui-ci fait une demande d'accès à la ressource auprès du CSI, qui ajoute l'Utilisateur avec les droits concernés (lecture, écriture, modification). Les demandes d'accès au BDESE sont autorisées par le service des Ressources Humaines et mises en place par le CSI.

2.2 Les sauvegardes des données

La sauvegarde des données sur les serveurs (comprenant courriels, calendriers, contacts, données, base de données) est à la charge de l'Administrateur du SIC. Tout autre donnée stockée en dehors de ces emplacements (stockage amovible, espace de stockage en ligne hors Office 365, CD/DVD, poste de travail, etc.) ne pourra engager sa responsabilité en cas de perte, détérioration ou suppression d'éléments.

L'Administrateur fixe la stratégie des données à sauvegarder suivant leur nature. L'intervalle entre chaque sauvegarde et la durée de sa conservation sont définis par l'Administrateur. Les données à caractère personnel peuvent être préservées de manière automatique par les outils de gestion des sauvegardes. Leurs accès sont définis par le document de politique de protection des données personnelles. Il est consultable sur le portail intranet du groupe CI-PIM.

2.3 Antivirus et pare-feu

La société EDEIS dispose d'antivirus et de pare-feu face aux intrusions non autorisées. Il est impératif que l'Utilisateur n'entrave pas le bon fonctionnement de ces logiciels par l'arrêt des logiciels, des mises à jour et/ou des tâches automatiques de ceux-ci, afin que le SIC soit protégé de manière efficace.

Par défaut, l'Utilisateur ne peut modifier l'état de l'antivirus et du pare-feu.

2.4 Contrôle et maintenance par l'Administrateur

Les Utilisateurs sont avertis que l'Administrateur pourra accéder à l'ensemble des composants du SIC, à n'importe quel moment, en vue d'effectuer sur ce dernier tout acte de protection et/ou de cor-

rection. La protection du SIC s'entend de :

- La conservation et sauvegarde des données,
- L'absence de diffusion non autorisée de données appartenant à la société,
- La protection et l'intégrité du fonctionnement du SIC,
- L'absence d'intrusion dans le SIC de matériels ou d'informations violant les règles relatives au droit d'auteur (exemples : défaut de licence d'utilisation, fichiers musicaux, films...),
- La mise à jour, maintenance, correction, réparation des matériels et logiciels.

Dans le cas où un composant du SIC ne se trouve pas dans l'enceinte de la société, l'Utilisateur, qui en a la responsabilité, doit informer l'Administrateur, en cas de dysfonctionnement, perte ou vol (déclaration auprès des autorités compétentes). Des moyens de protection pour se prémunir des vols (antivol, etc.) sont disponibles sur simple demande auprès du CSI. L'Utilisateur s'oblige également à restituer à la première demande émise par la direction ou par l'Administrateur du SIC, les matériels mis à sa disposition.

L'Administrateur pourra mettre en place des outils de contrôle et de surveillance répondant strictement à la finalité de la protection du SIC. Il est rappelé que les délégués du personnel pourront saisir immédiatement l'employeur, s'ils constatent qu'il existe une atteinte aux droits des personnes ou aux libertés individuelles dans la société, qui ne serait pas justifiée par la nature de la tâche à accomplir disproportionnée au but recherché. Les outils de contrôle à distance nécessitant l'accès à une session Utilisateur sont obligatoirement soumis à l'approbation de l'Utilisateur.

2.5 Introduction de Matériels et Logiciels

Seul l'Administrateur est autorisé à introduire dans le SIC de nouveaux matériels ou logiciels. En cas de besoins exprimés par un Utilisateur pour un nouveau matériel ou logiciel, il devra demander l'autorisation préalable à l'Administrateur avant son admission dans le SIC.

Toutefois dans le cadre de ses missions, un Utilisateur pourra intégrer un petit matériel (clé USB, disque dur externe USB, CD/DVD) pour garantir ses activités professionnelles auprès de ses correspondants (architecte, prestataire, fournisseur, etc.).

2.6 Documents personnels

L'introduction de fichiers personnels par les Utilisateurs est tolérée sous certaines conditions.

Ces fichiers doivent obligatoirement être stockés dans un unique dossier dont le nom reflète clairement le caractère privé de celui-ci, il doit IMPÉRATIVEMENT se nommer « PERSONNEL-PRIVE » (écrit en majuscule ; en minuscule cela ne sera pas pris en compte). Si un unique poste informatique est attribué à l'Utilisateur, alors cet espace de données à caractère privé devra être placé sur le disque dur local de ce poste (Ex. : bureau). Dans le cadre d'une ressource partagée, l'Administrateur pourra, à la demande de l'Utilisateur, définir un emplacement adéquat.

Si le nom du dossier reflète clairement le caractère privé de celui-ci, alors l'employeur ne pourra les contrôler qu'en présence du salarié, ou après avoir reçu son accord, ou en cas de risque ou événement

particulier, qu'il appartient aux juridictions d'apprécier. Dans le cas contraire, les fichiers sont présumés professionnels, ainsi l'employeur pourra les contrôler sans que le salarié ait le droit de l'y empêcher.

Il est strictement interdit de placer ce dossier dans le ou les espaces de données à caractère professionnel, de ce fait, sur le ou les serveurs. Ces espaces sont réservés uniquement aux données professionnelles qui nécessitent, entre autres, d'être sauvegardées.

Cet espace de données à caractère privé ne devra pas gêner l'utilisation normale des postes informatiques en termes de volume, de taille et de format.

L'utilisateur est seul responsable de son espace de données à caractère privé. En cas de découverte de contenu illégal, il est le seul responsable. En cas de perte, détérioration ou suppression, la responsabilité de l'Administrateur ne pourra être engagée.

Lors du départ définitif de l'Utilisateur, du service ou de l'entreprise, il lui appartient de détruire son espace de données à caractère privé. L'ordinateur sera remis en état (retour paramétrage usine) par le CSI. L'intégralité des données sera irrémédiablement détruite.



3. LA MESSAGERIE

3.1 Adresse électronique

Chaque Utilisateur dispose d'une messagerie électronique. En cas d'homonymie, l'Administrateur fixera la règle d'attribution. En cas de changement de nom, l'Utilisateur pourra demander à l'Administrateur la modification de son adresse de messagerie électronique. L'utilisation d'un pseudonyme ou l'usage d'un faux nom est expressément prohibé, sauf autorisation de l'Administrateur qui s'assurera du bien-fondé de cette utilisation.

Par exception, les instances représentatives du personnel, sont seules à pouvoir éditer, émettre, utiliser la boîte aux lettres cse@edeis.com.

3.2 Contenu du message électronique

Le message électronique sous réserve de la mention dans le message lui-même ou compte tenu des circonstances s'induisant de son envoi, est considéré comme un acte public sous réserve du respect des conditions fixées par les articles 9 1369-1 à 1369-11 du code civil.

Aucun message électronique, y compris relevant de l'utilisation privée, ne devra comprendre des éléments de nature offensante, diffamatoire, injurieuse, ou contraires aux dispositions de la Loi du 29 juillet 1881 relative à la liberté de la presse et ce, tant à l'égard des autres Utilisateurs que de tout tiers extérieur à la société.

3.3 Format et taille des messages électroniques

L'Administrateur peut limiter le format, le type et la taille des messages électroniques. Toutes modifications apportées sur ces points seront communiquées au préalable aux utilisateurs. D'autres dispositifs sont disponibles afin de transférer des documents ou des pièces jointes de grandes tailles (poids en octets), consulter le CSI.

3.4 Règles de conservation de la messagerie

La taille des boîtes de messagerie étant limitée (100 Go), il est du devoir de l'Utilisateur de supprimer tout élément non utile ou devenu inutile au groupe CIPIIM. Si la messagerie n'est pas nettoyée régulièrement, sa capacité de stockage atteinte, l'utilisation de celle-ci sera impactée (réception et émission impossible). L'Administrateur ne pourra être tenu responsable des dysfonctionnements dans ce cadre.

3.5 Utilisation privée de la messagerie professionnelle

L'usage privé de la messagerie (envoi et réception de messages) est toléré. Il ne devra pas gêner le trafic normal des messages professionnels, et ce, en termes de volume, de taille et de format. L'Administrateur constatant un usage anormal, préviendra l'Utilisateur. En cas de récidive d'usage anormal, l'Administrateur le signalera auprès du service des Ressources Humaines. Cette catégorie de courriel étant par définition non utile à la société, l'Utilisateur devra les supprimer après lecture ou envoi (« éléments envoyés »).

L'adresse de l'Utilisateur ne doit en aucun cas être utilisée dans le cadre d'enregistrement à des sites commerciaux ou autre, ni être enregistrée ou diffusée sur des sites internet, forums, réseaux sociaux et/ou blogs, dont l'utilisation est strictement à caractère

personnel.

Les abus, qui pourraient être constatés par l'Administrateur seront sanctionnés dans le cadre des dispositions de l'article 11.2 de la présente charte.

3.6 Filtrage anti-spam

Un filtrage anti-spam est mis en place afin de limiter le nombre de courriel indésirable. Toutefois, certains courriels indésirables peuvent ne pas être filtrés s'ils correspondent aux exigences du filtrage.

Le filtrage anti-spam se base sur plusieurs critères afin de noter et tenter d'identifier la nature du courriel. La note du courriel détermine ainsi sa recevabilité. Le système analyse le message électronique afin de vérifier que le courriel inclut :

- un objet,
- du texte contenant de la ponctuation,
- une signature.

Ce contrôle se verra renforcé si :

- le courriel contient une pièce jointe,
- le corps du courriel contient un ou plusieurs liens,
- le texte est écrit en majuscule,
- l'expéditeur du message électronique utilise un fournisseur d'accès « grand public » (ex. : Gmail, Yahoo, ...).

De plus, le système contrôle la réputation du serveur de l'expéditeur auprès des fournisseurs extérieurs, afin de vérifier que ceux-ci ne sont pas déclarés temporairement comme expéditeurs de courriel indésirable (serveur « blacklisté »).

D'autres notions sont utilisées par le système afin de déterminer le classement du courriel.

Une fois que les contrôles sont effectués par le système, trois niveaux de recevabilité sont définis, déterminant deux scénarios :

- Le courriel ne présente pas de risque : celui-ci est transmis au(x) destinataire(s),
- Le courriel présente un risque important : celui-ci n'est pas transmis.

Cependant, l'Utilisateur se doit d'apprécier la recevabilité d'un courriel reçu dans sa boîte. L'attention doit être accrue lorsque l'expéditeur du courriel n'est pas connu par l'Utilisateur. En cas de doute, l'Utilisateur doit transmettre au CSI le courriel en question afin que celui-ci valide, ou non, sa recevabilité.

Si le courriel contient une ou plusieurs pièces jointes, celles-ci ne doivent absolument pas être ouvertes ou exécutées par l'Utilisateur jusqu'à ce qu'elles soient contrôlées par le CSI.

Si l'Utilisateur le souhaite, il a la possibilité de corriger le caractère indésirable d'un courriel reçu directement sur l'interface de Microsoft Outlook.

Réciproquement, l'Utilisateur doit respecter dans la rédaction de ses courriels les mêmes critères de base utilisés par le filtrage, afin que ceux-ci ne soient pas reconnus comme indésirable par le serveur du destinataire.

4. LA NAVIGATION SUR INTERNET

Il est rappelé qu'Internet est soumis à l'ensemble des règles de droit en vigueur.

S'agissant des moyens mis à disposition par l'entreprise, seuls ont vocation à être consultés les sites internet présentant un lien direct et strictement nécessaire à l'activité professionnelle au regard des fonctions et missions de l'utilisateur.

Outre le respect de la législation et des règlements rappelé dans la présente charte, l'utilisateur est tenu notamment :

- De ne pas utiliser des logiciels personnels de messagerie instantanée,
- De ne pas diffuser l'adresse électronique professionnelle sur des sites extérieurs non professionnels, et pour les strictes nécessités de l'activité professionnelle,
- De ne pas diffuser des données confidentielles relatives à l'entreprise, sans l'autorisation de la hiérarchie et pour les strictes nécessités de l'activité professionnelle,
- De ne pas consulter des sites internet à caractère pornographique, pédophile, raciste, injurieux, ou calomnieux, ou tout autre site illicite pouvant générer un risque pour la sécurité du système informatique ainsi que pour l'image ou la réputation de l'entreprise.

Une utilisation ponctuelle et raisonnable d'internet à des fins personnelles est tolérée, dans le respect des conditions et limites fixées ci-après.

4.1 Navigateur

L'Administrateur peut limiter la durée de connexion, imposer un navigateur, des configurations de sécurité du navigateur et des limites de taille au téléchargement de contenu. Toutes modifications apportées sur ces points seront communiquées au préalable aux utilisateurs.

4.2 Téléchargement de logiciels ou d'œuvres protégées

Le téléchargement à titre personnel est strictement interdit. Seuls sont autorisés les téléchargements de documents à caractère professionnel et libre de droits.

4.3 Consultation des sites illicites

La consultation et le téléchargement du contenu de sites à caractère illicites et non autorisés dans le cadre de l'activité professionnelle (ex. : pornographiques, pédopornographiques, terroristes...) sont strictement interdits et peuvent revêtir le caractère d'une infraction pénale. L'Administrateur se doit d'informer la direction de tout acte illégal constaté, qui décidera des suites à donner.

Un système de filtrage des sites est mis en place afin d'empêcher les utilisateurs d'y accéder. L'accès possible à un site à caractère illicite (et donc non filtré par le système) ne rend pas, pour autant, le site légal auprès de l'Utilisateur.

Toute tentative de contournement de ce filtrage est strictement interdite, et pourra faire l'objet de sanctions disciplinaires mentionnées au règlement Intérieur.

La navigation effectuée depuis le réseau EDEIS (à partir d'une agence, d'un aéroport, une connexion vpn) est enregistrée. La durée des enregistrements est définie en fonction de l'objectif poursuivi, voir le document de politique de protection des données personnelles. Il est consultable sur le portail intranet du groupe CIPIM.

4.4 Consultation d'Internet à des fins privées

La consultation de sites web à titre privé est tolérée dans la mesure où cette navigation n'entrave ni les accès professionnels, ni la sécurité du SIC, ni les tâches qui incombent au(x) salarié(s).

Le téléchargement ou la consultation de fichiers vidéo ou musicaux (radio, mp3, streaming ...) sont uniquement autorisés dans le cadre professionnel, en revanche son utilisation à des fins personnelles est strictement interdite.

Les messageries instantanées via un logiciel, ou un site internet sont uniquement autorisées dans le cadre professionnel. En revanche son utilisation à des fins personnelles est strictement interdite.

L'accès aux réseaux sociaux peut être bloqué à tout moment, sans avertissement, et à durée indéterminée. Toutes modifications apportées sur ces points seront communiquées au préalable aux utilisateurs.

4.5 Contrôles de l'usage

Il est précisé qu'un système de filtrage et d'enregistrement des consultations d'accès à internet est mis en place. Celui-ci, outre le fait d'assurer la sécurité et la sûreté du SIC, répond aux obligations légales de mise à disposition des consultations, auprès et à la demande des autorités françaises. Le système permet de tracer l'identifiant de l'Utilisateur connecté, le poste informatique et le logiciel utilisés ainsi que les sites consultés.



5. USAGE DES MEDIAUX SOCIAUX PUBLICS

Les médias sociaux publics sont des lieux d'interaction virtuels qui permettent la communication, la diffusion, la distribution ou la transmission immédiate et globale de contenus écrits, sonores ou visuels entre les individus, aussi bien au sein de l'entreprise et du Groupe qu'à l'extérieur.

Ils regroupent différents types d'outils ou plateformes, et notamment :

- Les réseaux sociaux personnels et professionnels (Facebook, Google, Twitter, Viadeo, LinkedIn, Copain d'avant, Snapchat etc...),
- Les blogs, forums, messageries instantanées, espaces collaboratifs (msn, ...),
- Les wikis (sites web dont les pages sont modifiables par tout ou partie des visiteurs),
- Les plateformes de partage de vidéos ou de photos (YouTube, Dailymotion, etc.) ou qui permettent de passer des appels téléphoniques via Internet, le transfert de fichiers et la visioconférence (Microsoft Teams, WeTransfer ...),
- Les sites ou forums dédiés aux avis de consommateurs, les sites d'information et les sites médias qui offrent la possibilité de laisser des commentaires et d'échanger avec d'autres particuliers. Les médias sociaux permettent l'échange de nombreux contenus, impliquant le traitement d'un grand nombre de données personnelles, et assurent une conservation quasi illimitée et sans frontière des contenus ainsi échangés. De ce fait, ils engendrent des risques importants. Afin de protéger tant les utilisateurs que l'entreprise, le respect de certains principes est indispensable. Outre les règles posées par la présente charte, l'usage des médias sociaux doit également être conforme aux dispositions ci-dessous.

5.1 Usage professionnel des médias sociaux

L'usage des médias sociaux à titre professionnel doit s'effectuer avec les précautions de confidentialité et de sécurité élémentaires. L'utilisateur s'exprimant sur des sujets concernant l'entreprise s'engage à le faire dans le respect des principes suivants. Les médias sociaux favorisent l'interactivité entre les personnes. L'utilisateur veillera donc au cours de ses échanges professionnels à modérer ses propos, à rester courtois et à s'exprimer dans un langage clair et compréhensible par tous. La loyauté dans le cadre des échanges professionnels implique également que l'anonymat soit levé (pas de pseudonyme, sauf autorisation expresse de l'entreprise), que la fonction soit précisée et que les échanges soient réalisés à partir d'un compte professionnel.

Lors de discussions sur les médias sociaux, l'utilisateur doit veiller à ne pas :

- communiquer des informations confidentielles (par exemple, plans commerciaux, données financières, éléments relevant de la propriété intellectuelle et du savoir-faire, documents internes, ...), - communiquer des informations relatives aux personnes liées directement ou indirectement à l'entreprise ou au Groupe (clients, partenaires, collaborateurs, dirigeants, ...) sans autorisation,

- publier ou diffuser des informations relatives aux produits et services de l'entreprise, sauf autorisation, y compris les visuels de l'entreprise (marques, logos, slogans, noms de domaine...),
- échanger ou publier des informations concernant les produits de la concurrence.

5.2 Respect de la vie privée (concerne aussi l'usage des médias sociaux à titre personnel)

Les discussions et publications sur les médias sociaux ne sont pas privées. Ces échanges de contenus engendrent le traitement d'un grand nombre de données personnelles.

Pour limiter la collecte de ses données, l'utilisateur est incité à régler ses paramètres de confidentialité en désactivant notamment l'enregistrement automatique de son historique.

L'utilisation de photos ou vidéos de tiers n'est possible que sur autorisation des personnes intéressées. La publication de citations, vidéos ou photos prises dans le cadre de l'activité professionnelle est soumise à l'accord hiérarchique préalable et au consentement exprès et préalable des personnes concernées (conformément aux droits à l'image, droit de la propriété intellectuelle, droit d'auteur, notamment).

De même, l'utilisateur souhaitant utiliser des contenus ou éléments présents sur les médias ou réseaux sociaux doit s'assurer que ceux-ci sont libres de droit ou que les auteurs ont expressément autorisé leur reproduction ou réutilisation.

5.3 Vigilance (concerne aussi l'usage des médias sociaux à titre personnel)

Tout utilisateur peut informer son entreprise s'il constate :

- un dysfonctionnement ou une anomalie s'agissant de la sécurité et de la confidentialité d'informations confidentielles,
- la présence de commentaires négatifs sur les produits et services de l'entreprise, sur son environnement et les personnes qui lui sont liées,
- des comportements contraires à la présente charte.



6. TELEPHONIE MOBILE D'ENTREPRISE

Dans le cadre des missions attribuées à l'Utilisateur, la société EDEIS peut être amenée à mettre à disposition de l'Utilisateur, un téléphone portable (smartphone).

6.1 Appareil mobile

L'Administrateur est seule habilité à choisir le modèle d'appareil mis à disposition des Utilisateurs.

En fonction des besoins de l'Utilisateur, deux types d'appareils sont sélectionnés :

- Un appareil de type GSM standard, afin que l'Utilisateur puisse être joignable dans le cadre de ses missions/astreintes,
- Un appareil de type « smartphone », afin que l'Utilisateur puisse :
 - » Être joignable dans le cadre de ses missions/astreintes,
 - » Joindre ses correspondants professionnels,
 - » Consulter et envoyer ses courriels d'entreprise,
 - » Gérer ses contacts professionnels,
 - » Gérer ses rendez-vous professionnels,
 - » Accéder aux ressources numériques de l'entreprise.

Tout autre utilisation, non définie ci-dessus, ne relève pas de l'utilisation dite classique de la téléphonie mobile, et ne peut justifier l'attribution d'un modèle autre que celui désigné par l'Administrateur.

Cependant, la demande d'un appareil spécifique peut-être motivée par l'Utilisateur ou la Direction, si sa fonction nécessite l'utilisation du téléphone dans un contexte particulier (ex. : milieu explosif nécessitant que l'appareil soit aux normes ATEX) ou pour une ou des tâches particulières relatives à la fonction de l'Utilisateur (ex. : la Protection du Travail isolé). Dans ce cas, l'Administrateur étudiera la demande afin de s'assurer que cette demande est justifiée.

Un système de géolocalisation est activé sur les terminaux mobiles ayant l'option data sur leur ligne téléphonique. L'accès à ce système est exclusivement réservé à l'Administrateur soit :

- A la demande expresse de l'Utilisateur,
- En cas de risque ou évènement particulier, qu'il appartient aux juridictions d'apprécier.

L'Utilisateur peut refuser l'usage professionnel des terminaux mobiles mis à sa disposition. Toutefois en cas de connexion au SIC (exemple : Microsoft Office 365) par l'utilisateur à partir de son terminal mobile personnel, l'Administrateur et le groupe CIPIM se décharge de toute responsabilité.

6.2 Responsabilité de l'Utilisateur

Lorsqu'un appareil de téléphonie mobile est mis à disposition, l'utilisateur doit signer un reçu spécifiant son modèle ainsi que toutes les conditions relatives à son utilisation et son retour. Il est précisé que la société reste l'unique propriétaire de l'appareil. Aussi, l'Utilisateur s'engage à l'utiliser uniquement à des fins professionnelles, à notifier tout incident : casse, perte, vol...(décla-

ration auprès des autorités compétentes) à l'Administrateur et à le rapporter sur simple demande de la Direction ou du CIPIM.

6.3 Type d'abonnement

Un contrat signé entre la société et un opérateur de téléphonie mobile, qui aura pour objet de définir les types d'abonnements possibles en fonction du type de matériel et des besoins de l'Utilisateur.

L'Administrateur est chargé d'appliquer le type d'abonnement nécessaire ainsi que les options dont a besoin l'Utilisateur.

L'Utilisateur est informé à réception de son terminal des options et du type d'abonnement qui sont associés à sa ligne téléphonique.

6.4 Communications passées par l'Utilisateur (usage hors profil national)

L'utilisation de la ligne (voix, data, SMS, MMS...) mise à disposition de l'Utilisateur à des fins personnelles est tolérée, tant que cela reste exceptionnel pour les profils hors national.

L'Administrateur est en droit de contrôler l'usage des lignes de la société, notamment en cas de facture supérieure à la moyenne mensuelle ou sur simple demande de la Direction.

En cas d'utilisation inhabituelle de la ligne d'un Utilisateur, il pourra être établi un relevé spécifique détaillé de l'ensemble de l'utilisation du téléphone portable de celui-ci.

En cas de découverte d'une utilisation abusive de l'abonnement par l'Utilisateur, l'Administrateur alertera l'Utilisateur. En cas de récurrence, l'Administrateur signalera l'abus auprès du service des Ressources Humaines.

6.5 Téléphone fixe (Skype, Teams et opérateurs) (Skype et Teams)

Les numéros appelants et appelés à partir des postes de la société sont enregistrés (6 premiers chiffres) sur le portail de gestion d'Office 365 (Teams) appartenant au groupe CIPIM.

Le portail Teams permet d'orienter l'ensemble des numéros de téléphone appelants et des numéros appelés, de sorte qu'il est possible d'identifier les communications téléphoniques relevant d'un usage non professionnel.

En cas de découverte d'une utilisation abusive des appels téléphoniques par l'Utilisateur, l'Administrateur alertera l'Utilisateur. En cas de récurrence, l'Administrateur signalera l'abus auprès du service des Ressources Humaines.

6.6 Intranet

L'Intranet est un site uniquement accessible depuis le réseau de l'entreprise, où circulent des informations propres au groupe CIPIM. L'Intranet fonctionne sous la responsabilité informatique de l'Administrateur et sous la responsabilité éditoriale de la Direction. L'Utilisateur est responsable des documents qu'il peut introduire sur cet outil.

Les Utilisateurs pourront formuler toute suggestion aux différents éditeurs quant au contenu ou fonctionnements de l'Intranet.

Les outils de communication gérés par les instances représentatives du personnel sont sous leur entière responsabilité.

7. PROTECTION DES DONNEES A CARACTERE PERSONNEL

Tout traitement de données à caractère personnel doit être effectué et mis en œuvre dans le respect de la réglementation applicable en matière de protection des données et notamment du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). On entend par « données à caractère personnel » toute information se rapportant à une personne physique identifiée ou identifiable, directement ou indirectement, notamment par référence à un numéro d'identification, un identifiant en ligne, des données de géolocalisation, ou à un ou plusieurs éléments spécifiques propres à son identité physique, physiologique, génétique, psychique, économique, culturelle ou sociale. (Exemples : est une donnée à caractère personnel permettant d'identifier une personne physique, un nom, une adresse postale, le numéro de sécurité sociale, une photographie, la voix, une empreinte, une adresse IP....).

L'utilisateur pourra demander auprès de rgpd@edeis.com un accès à ses données nominatives et personnelles, et pourra également demander de les rectifier selon la loi informatique et Libertés du 6 janvier 1978, de la loi du 10 juillet 1991 sur le secret des correspondances et la loi du 6 août 2004 sur la protection des personnes physiques à l'égard des traitements des données à caractère personnel et depuis le 25 mai 2018, la législation française impose aux sociétés d'être conforme au regard de la protection des données, suivant la loi n° 2018-493 du 20 juin 2018 relative à la protection des données personnelles (règlement du Parlement Européen n° 2016/679, adoption du 14 avril 2016, promulgation du 27 avril 2016, entrée en vigueur du 24 mai 2016 et applicable à partir du 25 mai 2018, dit Règlement Général sur la Protection des Données).

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le

ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

S²LOW

L'utilisateur doit également respecter les finalités pour lesquelles les applications et traitements de données de l'entreprise sont mis en œuvre et auxquels il a accès.

Toute utilisation des données sortant du cadre desdites finalités, par quelque moyen que ce soit, est rigoureusement interdite.

Il s'engage également à ne pas introduire dans l'entreprise des données à caractère personnel collectées de façon déloyale, et/ou provenant d'une source incertaine et/ou dont l'authenticité ne serait pas avérée (exemple : informations issues d'annuaires publics, de sites de petites annonces, ou encore provenant de fichiers non légalement récupérés...).

Les informations traitées au sein de l'entreprise sont confidentielles et sont exclusivement destinées aux personnes habilitées de l'entreprise ou du Groupe CIPIM auquel elle appartient, à tous partenaires ou sous-traitants avec lesquels l'entreprise a conclu un contrat de sous-traitance en matière de protection des données, ainsi qu'à tous organismes professionnels ou autorités administratives dans le cadre d'obligations légales ou réglementaires ou susceptibles d'intervenir dans le cadre de la mise en œuvre de ces finalités. Les données sont susceptibles d'être transférées en dehors de l'entreprise, que ce soit au sein ou hors du groupe et vers des pays qui se situent au sein ou hors de l'Union Européenne. L'entreprise a mis en œuvre les mesures appropriées d'encadrement de ces transferts, notamment vers les pays qui ne présenteraient pas un niveau de protection adéquate des données. Les données sont conservées pour des durées limitées et proportionnées au regard des finalités pour lesquelles elles sont recueillies.



8. GESTION DES ABSENCES ET DROIT D'ACCÈS

8.1 Absences prolongées

Chaque utilisateur doit veiller à ce que la continuité du service soit assurée ainsi qu'aux modalités d'organisation du service telles que définies par la hiérarchie. En cas d'utilisation de moyens mis à disposition par l'entreprise ou d'utilisation de moyens personnels à des fins professionnelles, l'utilisateur s'engage à garantir l'accès à tout moment aux informations, dossiers et messages professionnels, dans la seule fin d'assurer la continuité d'activité. Ces accès s'effectueront dans le respect de la vie privée de l'utilisateur, et dans le respect des dispositifs de sécurité prévus, notamment l'interdiction de communiquer ses codes d'accès. Afin d'éviter de laisser des messages professionnels sans traitement en cas d'absence, tout utilisateur devra prévenir automatiquement ses interlocuteurs en proposant, dans la mesure du possible, une solution de remplacement, notamment en utilisant les fonctions de notification d'absence de la messagerie, d'autoriser une personne à consulter sa messagerie par l'usage d'option de « délégation » disponible sur les outils de messagerie. En cas d'absence de l'utilisateur pour quelque motif que ce soit, (arrêt de travail, congés, décès, ...) ou lorsque l'utilisateur n'aura pas organisé lui-même avec sa hiérarchie la continuité de service, le poste de travail, la messagerie électronique de l'utilisateur et plus généralement son environnement de travail pourront être consultés par toute personne habilitée afin de poursuivre l'activité de l'entreprise, dans le respect de la réglementation et de la jurisprudence en vigueur, et notamment dans le respect de la vie privée de l'utilisateur.

8.2 Gestion des départs

Lors de son départ de l'entreprise, l'utilisateur doit remettre, à sa hiérarchie et en bon état général de fonctionnement, l'ensemble des moyens informatiques et de communications électroniques qui lui ont été remis (ordinateurs, périphériques, téléphones mobiles, tablettes, cartes d'accès, moyens d'authentification à distance, badges, supports de stockage, ...), ainsi que les contenus professionnels en sa possession. L'utilisateur doit également faire son affaire de supprimer l'ensemble des messages ou contenus à caractère personnel stockés sur les moyens informatiques et de communications électroniques (correspondances personnelles contenues dans la messagerie professionnelle, documents personnels enregistrés sur le bureau ou dossiers de l'ordinateur professionnel, etc.). Les droits d'accès sont alors supprimés. L'utilisateur s'interdit dès lors d'accéder à toutes informations ou données ou d'accéder ou utiliser tous moyens informatiques ou de communication de l'entreprise et à restituer tout moyen d'authentification. À compter de son départ, il est rappelé que l'ensemble des informations maintenues sur le compte de l'utilisateur sera considéré comme revêtant un caractère professionnel et pourra faire l'objet d'une utilisation incluant l'archivage ou la destruction par l'entreprise, dans le respect de la réglementation et de la jurisprudence en vigueur, et notamment dans le respect de la vie privée de l'utilisateur, conformément aux durées de conservation applicables.

9. ALERTE

Tout constat de vol de matériel ou de données, d'usurpation d'identité, de détournement de moyen, de réception de messages interdits, de fonctionnement anormal, ou de façon plus générale toute suspicion d'atteinte à la sécurité, ou manquement substantiel à cette charte doit être signalé par tout moyen et toute modalité à son responsable hiérarchique direct ou supérieur, ou le service des Ressources Humaines, ou le CSI.

10. CONFIDENTIALITE ET PROTECTION DE L'INFORMATION

Conformément aux articles 34 et 35 de la loi du 06/01/1978 relative à l'informatique et libertés (modifiée), ainsi qu'aux articles 32 et 35 du règlement général sur la protection des données du 27/04/2016, les Utilisateurs s'engagent à prendre toute précaution conforme aux usages dans le cadre de leurs attributions afin de protéger la confidentialité des informations auxquelles ils ont accès, et en particulier d'empêcher qu'elles ne soient communiquées à des personnes non expressément autorisées à recevoir ce type d'informations.



11. SANCTIONS ET MODALITES D'APPLICATION

11.1 Responsabilités

L'attention du personnel est attirée sur le fait qu'en cas d'atteinte à une de ces règles citées ci-dessus, la responsabilité pénale et civile de la personne, ainsi que celle du groupe CIPIM est susceptible d'être recherchée.

L'utilisateur qui ne respectera pas les règles rappelées ci-dessus, verra sa responsabilité juridique personnelle engagée non seulement par toute personne ayant subi un préjudice du fait du non-respect de celles-ci, mais aussi du groupe CIPIM en sa qualité d'employeur.

L'entreprise ne pourra être tenue pour responsable des détériorations d'informations ou des infractions commises par un Utilisateur qui ne se sera pas conformé aux règles d'accès et d'usage des ressources informatiques et des services internet décrits dans la Charte.

11.2 Sanctions

Le non-respect, de tout ou partie des règles et mesures définies dans la présente charte, pourra entraîner pour l'utilisateur des limitations ou la suppression immédiate du droit d'utilisation des moyens informatiques et de communications électroniques qui sont mis à sa disposition et, le cas échéant, entraîner à son encontre des sanctions disciplinaires et/ou des poursuites judiciaires, notamment en cas d'accomplissement d'actes illicites à partir des moyens mis à sa disposition par l'employeur. Les collaborateurs de l'entreprise intervenant dans le cadre de projets communautaires sont soumis à la présente Charte annexée au règlement intérieur du personnel.

11.3 Entrée en vigueur

La présente charte est annexée au règlement intérieur de l'entreprise. Conformément aux prescriptions de l'article L.1321-4 du code du travail, le Comité Social et Economique est informé et consulté préalablement à l'entrée en vigueur de la présente charte. Le dépôt de la présente charte tel qu'exposé ci-après, devra être accompagné de l'avis rendu par le Comité Social et Economique.

Les dispositions de la présente Charte entrent en vigueur le 11 décembre 2023. La Charte a été préalablement affichée, conformément aux dispositions du Code du Travail, et déposée auprès de l'inspecteur du Travail à la DIRECCTE de Nantes, et au Secréariat-Greffier du Conseil des Prud'hommes de Nantes.



ANNEXE 4

CHARTRE RELATIVE AUX DEPLACEMENTS PROFESSIONNELS

SOMMAIRE

ARTICLE 1 : OBJET	3
ARTICLE 2 : CHAMP D'APPLICATION	3
ARTICLE 3 : DEPLACEMENT PROFESSIONNEL	3
ARTICLE 4 : FRAIS DE RESTAURATION	7
ARTICLE 5 : FRAIS D'HEBERGEMENT	7
ARTICLE 6 : FRAIS DE REPRESENTATION – INVITATION DE TIERS	8
ARTICLE 7 : AUTRES FRAIS	8
ARTICLE 8 : GRAND DEPLACEMENT – ORDRE DE MISSION	8
ARTICLE 9 : MODALITES DE REMBOURSEMENTS	9
ARTICLE 10 : ENTREE EN VIGUEUR ET MODIFICATION DE LA PRESENTE CHARTRE	9

PREAMBULE

La Direction a décidé de mettre en place une charte relative aux déplacements professionnels, aux voyages et aux remboursements des frais de déplacements professionnels de la Société.

Cette charte a pour but de :

- Développer une politique voyage,
- Penser autrement les déplacements professionnels afin de sensibiliser les salariés à se questionner sur le meilleur moyen de déplacement.

La Société souhaite encourager la prise de certains modes de transport plus vertueux, dès lors que cela est possible, tels que les transports en commun régionaux et/ou le train.

Les principaux objectifs poursuivis par la présente charte sont :

- Le développement d'une politique environnementale afin de limiter notre impact carbone,
- La maîtrise du coût des déplacements professionnels tout en conservant, pour les salariés, un niveau de confort, de qualité et de sécurité satisfaisant.

Pour faciliter la rédaction de la présente charte, le choix a été d'utiliser le masculin en sous-entendant l'inclusion des femmes et des hommes.

IL A ETE CONVENU CE QUI SUIT :

Article 1 : Objet

La présente charte définit les règles applicables aux déplacements professionnels des salariés de la Société, et les modalités de remboursement des frais occasionnés par ces déplacements.

Les dispositions de la présente charte se substituent à toutes les dispositions antérieures applicables au sein de la Société relative au remboursement des frais de déplacements professionnels.

Article 2 : Champ d'application

Les dispositions de la présente charte s'appliquent à l'ensemble des salariés, apprentis et stagiaires de la Société pour des déplacements professionnels de courtes durées effectués occasionnellement.

Toutefois, il est convenu que les dispositions de la présente charte pourront s'appliquer, à titre exceptionnel, et sous réserve de l'accord de la hiérarchie, à du Personnel externe tels que les intérimaires.

Article 3 : Déplacement professionnel

3.1 Définition

Il y a lieu d'entendre par tout déplacement professionnel :

- Déplacement professionnel de courte durée, effectué occasionnellement, dans le cadre de ses fonctions,
- Déplacement effectué hors de l'établissement de rattachement.

L'indemnisation accordée au salarié est destinée à couvrir les dépenses occasionnées du fait de son déplacement sans que celles-ci n'engendrent ni une perte ni un gain pour l'intéressé.

3.2 Principes généraux

Les déplacements professionnels doivent être réalisés, en priorité, en transports en commun ou aux moyens de véhicules mis à disposition par la Société (véhicules « planning », de service et fonction, en particulier).

Ainsi, le recours à un véhicule personnel, pour assurer un déplacement professionnel, doit rester exceptionnel et est soumis à l'autorisation de la hiérarchie.

Dès lors qu'un autre mode de transport est envisagé tel que le train ou l'avion, le choix du mode de transport et du prestataire (compagnie aérienne ou de transport...) demeure sous la responsabilité de l'employeur qui arbitrera en particulier selon les besoins et impératifs du salarié ainsi que sur la base de critères économiques définis ci-après et en fonction de la durée des trajets.

3.3 Critères pour les voyages

Critères pour les voyages en train ou bateau sur la totalité du trajet aller (y compris correspondance)

- Voyage en train ou bateau d'une durée inférieure ou égale à 2 heures : Seconde classe,
- Voyage en train ou bateau d'une durée supérieure à 2 heures : Première classe.

Critères pour les voyages en avion sur la totalité du trajet aller (y compris correspondance)

- Vol effectué en journée :

Les vols de jour se feront prioritairement en classe économique indépendamment du nombre d'heures. Une tolérance est accordée pour la classe intermédiaire dès lors que le vol de jour est supérieur à 8 heures.

- Vol effectué la nuit :

Les vols d'une durée inférieure ou égale à 8 heures se feront en classe intermédiaire. Pour les voyages en avion d'une durée supérieure à 8 heures, la classe affaire sera autorisée.

3.4 Modalités de réservation, de modification et d'annulation

Les réservations de véhicule de location, de train ou d'avion doivent obligatoirement être effectuées par l'agence de voyages Carol' Voyages, en utilisant le site internet dédié : www.carol-voyages.com.

Les réservations effectuées, via l'agence de voyages, permettent aux salariés de n'avancer aucuns frais même en cas d'annulation.

Il est rappelé que la location de véhicule est autorisée, dès lors :

- Qu'aucun autre mode de transport (exemple : transport en commun régional) ne peut être privilégié,
- Que ces derniers sont moins adaptés aux besoins et impératifs du salarié, sous réserve de la validation hiérarchique.

Afin de pouvoir finaliser la réservation, un code d'imputation doit être renseigné.

En cas d'empêchement, si la réservation est confirmée, le salarié devra le signaler à l'agence de voyages via l'une des solutions suivantes :

- L'application,
- L'adresse email : pantin@carol-voyages.com,
- Le téléphone au 01 49 15 96 30,

Et ce, afin que l'annulation puisse être prise en compte.

Le changement de trajet sera soumis obligatoirement à la ligne hiérarchique nécessitant sa validation.

3.5 Modalités d'utilisation des véhicules dans le cadre professionnel

Dans le cadre de ses fonctions, tout salarié étant amené à se déplacer avec son véhicule personnel, de location ou appartenant à la Société, doit être en mesure de justifier de la validité de son permis de conduire.

À défaut, la réservation ou l'utilisation d'un véhicule appartenant à la Société pourra lui être refusée.

3.6 Véhicule de location

Conformément à l'article 3.4 de la présente charte, la location de véhicule doit s'effectuer via l'agence de voyages Carol' Voyages et ne nécessite aucune avance de frais de la part du salarié. L'employeur prend en charge la location, l'assurance et la caution. En effet, le règlement est effectué directement par l'employeur.

La catégorie économique est la catégorie retenue pour toute location de véhicule.

Si le voyage s'effectue avec plus de 3 personnes, une catégorie supérieure peut être autorisée avec la validation du supérieur hiérarchique.

Il est rappelé que le salarié reste garant de l'état du véhicule aussi bien à la remise des clés que lors de la restitution. Il appartient au salarié de respecter les conditions de locations énoncées par l'agence de location (état du véhicule, remise du véhicule avec le plein de carburant, etc.).

En aucun cas, le salarié n'est autorisé à souscrire, notamment lors de la remise des clés, à une option (franchise d'assurance) ou à louer un véhicule de catégorie supérieure qui occasionnerait un coût supplémentaire pour l'employeur.

Dans une démarche environnementale, les véhicules de location électriques devront être sélectionnés, par le salarié, de manière prioritaire et selon la distance à parcourir.

Il est rappelé que le salarié demeure seul responsable des infractions commises pendant la durée de la location.

Il sera redevable des amendes et des frais de gestion (exemple : frais de dossier), refacturés par la Société de location.

3.7 Véhicule de Société

Il est rappelé que les transports en commun doivent être utilisés en priorité pour les déplacements.

Si les transports en commun :

- Ne sont pas facilement accessibles,
- Impactent plus lourdement le temps de trajet et/ou le coût,
- Ne répondent pas aux besoins et impératifs du salarié validés par le manager,

Les véhicules de Société (véhicule « planning », de service et fonction) peuvent être utilisés.

Une carte carburant (Total) sera mise à disposition de l'utilisateur permettant de régler les dépenses de carburant, de lavage, de produits d'entretien (exemple : lubrifiant, lave-glace, ...), de péage et de stationnement, afin que le salarié n'avance aucuns frais.

Toutefois, les dépenses précitées qui n'auraient pas pu être réglées avec la carte carburant seront remboursées, dès lors que ces dépenses respectent le même niveau de plafond, sur présentation des justificatifs joints à une note frais.

3.8 Véhicule personnel

3.8.1 Dispositions spécifiques

Les salariés disposant de la reconnaissance RQTH ne sont pas soumis à ces demandes préalables d'autorisations et limitations de distances, si leurs véhicules disposent d'équipements spécifiques pour leur conduite.

3.8.2 Barème des indemnités kilométriques applicable

À titre exceptionnel et après accord express de la hiérarchie, le salarié pourra recourir à son véhicule personnel pour réaliser un déplacement professionnel dans la limite d'un rayon de 150 kilomètres autour de son lieu de travail habituel.

Le barème des indemnités kilométriques, applicables aux salariés utilisant leur propre véhicule, au sens de la doctrine fiscale à des fins professionnelles, est le barème annuellement publié par l'administration fiscale.

Ces barèmes kilométriques (disponibles sur le site de l'URSSAF : <https://www.urssaf.fr/portail/home/taux-et-baremes/indemnites-kilometriques.html>), sont calculés en fonction de la puissance du véhicule (de 3 CV et moins à 7 CV et plus) et du nombre de kilomètres réellement parcourus.

Sont donc concernés, les véhicules dont le salarié, son conjoint ou l'un des membres de son foyer fiscal, est propriétaire ou copropriétaire ou qu'il loue.

Chaque salarié doit fournir une copie de la carte grise du véhicule à sa hiérarchie et justifier, le cas échéant, du lien, au sens de la doctrine fiscale, pour le véhicule qui ne serait pas à son nom.

Il est rappelé que le montant de l'indemnité kilométrique est majoré en cas d'utilisation d'un véhicule électrique conformément aux dispositions légales.

3.8.3 Dépenses couvertes par l'indemnité kilométrique

L'indemnité kilométrique couvre les dépenses de carburants, d'assurances et d'usure du véhicule. Pour en bénéficier, le salarié doit réaliser une note de frais.

Les trajets entre le domicile et l'établissement de rattachement ne sont pas concernés par le présent article. Ils n'ouvrent donc pas droit aux indemnités kilométriques.

3.8.4 Assurance

Les parties rappellent que les salariés sont assurés lors de leur déplacement professionnel, au sens de l'article 3.1 du présent accord, au titre de l'assurance « Automobile – Missions des salariés » souscrit par la Société. La garantie s'applique aux véhicules personnels que les salariés sont amenés à utiliser pour des raisons de service ou à l'occasion d'une mission.

L'assurance « Automobile – Missions des salariés » couvre notamment les dommages aux véhicules avec franchise. Celle-ci est imputable au salarié concerné, à hauteur de sa part de responsabilité dans le dommage.

En effet, si la responsabilité du salarié est écartée, la franchise est prise en charge par la Société. En revanche, en cas de responsabilité partagée, seuls 50 % de la franchise sont prises en charge.

Article 4 : Frais de restauration

Concernant les frais de restauration, les parties conviennent de prendre en compte un rayon géographique pour définir les modalités de remboursement. Le rayon géographique est défini comme la distance entre l'établissement de rattachement et l'adresse du lieu de déplacement.

Les modalités de remboursement des frais de restauration diffèrent selon que le rayon géographique est inférieur ou supérieur à la limite ci-après définie :

- Distance de 30 km en province,
- Distance de 15 km en Île-de-France.

Cas des déplacements professionnels dans un rayon géographique inférieur à la limite ci-dessus exposée :

Le salarié se restaure par ses propres moyens (sans note de frais).

Cas des déplacements professionnels dans un rayon géographique au-delà de la limite ci-dessus exposée :

Le salarié est remboursé sur présentation du justificatif correspondant sur note de frais et à concurrence d'un montant maximum fixé en Annexe 1.

Conformément aux dispositions légales, un titre de restauration sera déduit à la suite du remboursement.

Lorsque le déplacement occasionnel implique la prise de repas du soir, ceux-ci feront l'objet d'un remboursement sur présentation d'une note de frais à laquelle seront joints les justificatifs.

Les frais de dîner et de petits déjeuners sont plafonnés au montant maximum fixé en Annexe 1.

Les frais de petits déjeuners, quand ils ne sont pas inclus dans la réservation d'hôtel, sont remboursés sur présentation d'une note de frais à laquelle seront joints les justificatifs.

Article 5 : Frais d'hébergement

Les frais d'hébergement et le petit déjeuner quand il est inclus sont pris en charge par la Société, à condition que la réservation ait été effectuée par l'agence Carol' Voyages. À défaut, en cas de réservation le jour même, justifié par un impératif professionnel, le remboursement sera effectué via l'établissement d'une note de frais selon le barème indiqué en annexe 1.

En cas de déplacement nécessitant un départ du domicile avant 6 heures 30 du matin, le salarié est autorisé, sous réserve de la validation du responsable hiérarchique, à partir la veille.

Les parties rappellent que le choix de l'hôtel doit se faire en raison de sa localisation soit :

- À proximité de la gare/aéroport,
- À proximité du site visité.

Sous réserve de l'accord de la hiérarchie, le salarié peut également choisir un hébergement via des plateformes types Airbnb/Booking, en respectant le plafond mentionné en annexe 1. Le salarié devra avancer les frais et faire une demande de remboursement accompagnée obligatoirement de la facture.

Article 6 : Frais de représentation – invitation de tiers

Pour des raisons de service, les salariés peuvent être amenés à inviter au restaurant des tiers extérieurs à l'entreprise (clients, fournisseurs, ...). Les règles à respecter sont consultables dans le règlement intérieur et ses annexes.

Article 7 : Autres frais

Les frais annexes (taxis/VTC, bus, métro, stationnement, ...) seront remboursés aux frais réels sur présentation des justificatifs annexés à une note de frais.

Les parties rappellent que les salariés disposant d'un véhicule de fonction ou d'une indemnité forfaitaire de véhicule, ne peuvent bénéficier des remboursements des frais annexes précités dès lors que leur déplacement est effectué au départ ou à destination de leur site de rattachement, sauf si les coûts engagés (exemple : frais de parking) sont plus faibles à l'utilisation d'un autre mode de transport (transport en commun, taxi ou VTC).

Le salarié devra privilégier autant que possible le coût le plus faible entre le stationnement d'un véhicule et l'utilisation d'un taxi ou VTC.

Article 8 : grand déplacement – ordre de mission

Les parties rappellent que les grands déplacements sont notifiés aux salariés, de manière formelle, au travers de l'ordre de mission qui accompagne leur affectation sur un projet.

Le grand déplacement se définit comme suit :

Tout déplacement rendant impossible, pour le salarié, de regagner sa résidence chaque jour, du fait de ses conditions de travail, et dans le cadre d'affectation principale (à partir de 3 jours par semaine) sur un même projet nécessitant un déplacement régulier supérieur à 50 kilomètres (distance entre l'établissement de rattachement et le lieu d'affectation) pour une durée excédant le mois (seuil indicatif).

Le grand déplacement donne droit à des indemnités forfaitaires. Elles ne sont pas cumulables avec une prise en charge aux frais réels des dépenses du salarié sur les jours concernés par l'ordre de mission. Ainsi, l'indemnité de grand déplacement est destinée à couvrir uniquement les dépenses supplémentaires engendrées par le déplacement (exemple : nourriture, logement) et ne se cumule pas avec des frais réels.

L'indemnité forfaitaire de grand déplacement est déterminée par l'administration fiscale et consultable sur le site de l'URSSAF.

Article 9 : Modalités de remboursements

La procédure interne pour les demandes de remboursement est précisée en annexe 2 de la présente charte.

Toute demande de remboursement des frais engagés doit être réalisée dans les deux mois maximums (hors circonstances exceptionnelles de type congé) à compter de la date de dépense engagée par le salarié.

Le valideur (N+1) dispose d'un délai maximum de deux semaines (sauf circonstances exceptionnelles de type congé) pour approuver la demande. Passé ce délai, le salarié s'expose à une sanction disciplinaire.

Article 10 : Entrée en vigueur et modification de la présente charte

La présente charte constitue une adjonction aux règlements intérieurs des filiales du Groupe et est donc opposable aux collaborateurs du Groupe.

Elle est susceptible d'être modifiée afin de s'adapter aux évolutions notamment réglementaires.

Elle a été adressée à l'Inspection du travail, a été déposé au secrétariat du greffe du conseil de prud'hommes et porté à la connaissance de toute personne ayant accès aux lieux de travail ou aux locaux où se fait l'embauche.

Fait à Orange, le 23/04/2024.

Annexe 1 : Plafond de remboursement

Plafond d'un remboursement pour une nuit d'hôtel en Île-de-France (hors petit-déjeuner) : 180 euros*

Plafond d'un remboursement pour une nuit d'hôtel en Province (hors petit-déjeuner) : 140 euros*

**En cas de circonstances exceptionnelles, faisant qu'il n'y a pas d'hôtel respectant l'article 5 du présent accord et les plafonds de remboursement définis ci-avant, une dérogation sera accordée par le supérieur hiérarchique pour la réservation d'un hôtel qui dépasse le plafond fixé.*

Plafond d'un remboursement d'un déjeuner par personne : **25 €**

Plafond d'un remboursement d'un dîner ou petit déjeuner par personne : **27,50 €**

Annexe 2 : Modalités de remboursement

Les indemnités kilométriques et les frais réels de déplacements professionnels sont remboursés sur note de frais via l'outil Notys disponible sur l'intranet.

Au jour de la signature de la présente charte, il existe 3 types de note de frais :

- Note de frais "Frais professionnels" pour toutes les dépenses, qui interviennent dans le cadre d'un déplacement professionnel
- Note de frais "Formation" pour tous les frais engagés lors de la participation à une formation.

Les frais professionnels (pour lesquels le recours à l'agence de voyage du groupe n'a pas pu être utilisé), devront systématiquement être saisis via une note de frais pour que le salarié puisse être remboursé.

Les acteurs du processus « note de frais » sont :

- Le salarié qui établit sa note de frais dans l'outil dédié (Notys), en envoyant l'ensemble des justificatifs à la comptabilité.
- Le valideur est le responsable hiérarchique (N+1).

Dans l'éventualité où cette note de frais présente des dépenses non conformes aux normes (exemple : ne pas remettre les originaux des factures), la Direction se réserve le droit de ne pas rembourser en totalité les frais engagés.

La Comptabilité Générale réceptionne la note de frais, vérifie la cohérence entre la liste des dépenses et le nombre de justificatifs, et valide le paiement.

Les justificatifs de frais sont : les tickets de caisse, une facture, une note de restaurant (les reçus de paiement par carte bancaire ne sont pas des justificatifs de dépense).

Dans le cas d'une avance ponctuelle, où des avances auraient été consenties, le montant de ces avances sera repris en tout ou partie lors du remboursement de la note de frais, et ce en fonction de son montant.

ANNEXE 11 – GRATUITÉS VILLE D'ORANGE

NOM DU GROUPE	INTERLOCUTEUR	VILLE D'ORIGINE DU GROUPE	DATE DE LA DEMANDE	DATE DE VISITE	TYPE D'ENTRÉES	NOMBRE DE PERSONNES AU RÉEL
					QUOTA ANNUEL	1000
COLLÈGE ARAUSIO	Isabelle ZERBININI	Orange	10/09/2024	28/04/2025	Théâtre + Musée	20
COLLÈGE JEAN GIONO	Caroline FERRIGNO	Orange		28/01/2025	Théâtre	27
COLLÈGE JEAN GIONO	Caroline FERRIGNO	Orange		30/01/2025	Théâtre	25
Hugues FOUQUET	Cabinet du Maire	Orange	24/01/2025	26/01/2025	Théâtre + Musée	6
Éric ALBERT-JOURDAN	Cabinet du Maire	Orange	25/03/2025	Préventes valables jusqu'au 31/12/2025	Théâtre + Musée	6
COLLÈGE JEAN GIONO	Myriam JAISSE	Orange	16/03/2025	23/05/2025	Théâtre + Musée	19
ÉCOLE ALBERT CAMUS	Myriam JAISSE	Orange	27/03/2025	09/05/2025	Théâtre + Musée	58
CENTRE DE LOISIRS BOISFEUILLET	Myriam JAISSE	Orange		07/04/2025	Théâtre + Musée	14
Éric ALBERT-JOURDAN	Cabinet du Maire	Orange	11/04/2025	Préventes valables jusqu'au 31/12/2025	Théâtre + Musée	4
COLLÈGE JEAN GIONO	Myriam JAISSE	Orange		10/06/2025	Théâtre	27
COLLÈGE BARBARA HENDRICKS	Myriam JAISSE	Orange		12/06/2025	Théâtre	22
ALSH BOISFEUILLET	Myriam JAISSE	Orange	26/05/2025	04/06/2025	Théâtre	15
ALSH BOISFEUILLET	Myriam JAISSE	Orange	30/06/2025	10/07/2025	Théâtre	14
ALSH BOISFEUILLET	Myriam JAISSE	Orange	30/06/2025	21/07/2025	Théâtre	14
ALSH BOISFEUILLET	Myriam JAISSE	Orange	30/06/2025	31/07/2025	Théâtre	14
Sophie AUBOIROUX-PINI	LES AMIS DU MUSÉE	Orange		14/07/2025	Musée	1
COLLÈGE ARAUSIO	Myriam JAISSE	Orange + FINLANCE	09/07/2025	29/09/2025	Théâtre	38
Éric ALBERT-JOURDAN	Cabinet du Maire	Orange (individuels)	20/08/2025	21/08/2025	Théâtre	4
TROMPETTISMO	Myriam JAISSE	Orange	05/09/2025	19/09/2025	Théâtre	2
RECTORAT DE L'ACADÉMIE D'AIX	Paulin REYNARD	Aix-en-Provence	27/09/2025	29/09/2029	Théâtre + VR	25
ÉDUCATION SPORT LOISIRS – MAIRIE ORANGE	Myriam JAISSE	Orange	25/06/2025	07/10/2025	Théâtre	42
COMITÉ SOCIAL PACA	Myriam JAISSE	Orange	06/10/2025	06/10/2025	Théâtre	25
LES AMIS DU MUSÉE	Marie-Thérèse GALMARD	Orange	08/10/2025	12/10/2025	Musée seulement	5
CALENDRIER DE L'AVENT MEDIATHÈQUE	Marie-Thérèse GALMARD	Orange	14/11/2025	Préventes valables jusqu'au 31/03/2026	Théâtre + Musée	10
					TOTAL	437
					Reste disponible	563

Envoyé en préfecture le 15/09/2026

Reçu en préfecture le 15/09/2026

Publié le



ID : 084-218400877-20260907-DL_588_2026-DE

ANNEXE 11 – PRÉVENTES OFFICE DE TOURISME

	Individuels adultes (11,50€)	Individuels enfants (9,50€)	Groupes adultes (9€)	Groupes scolaires (6,50€)	Montant	Réduction DSP	Montant facture OT	Facture transmise sur Chorus
11/03/2025	500				5 750,00 €	50%	2 875,00 €	19699-2025-IN183/4
11/03/2025	500				5 750,00 €	50%	2 875,00 €	19699-2025-IN182
11/03/2025			500		4 500,00 €	25%	3 375,00 €	19699-2025-IN185/1
11/03/2025	100	150	131	119	4 527,00 €	25%	3 393,00 €	19699-2025-IN184
SOUS-TOTAUX	1100	150	631	119				
TOTAL GÉNÉRAL	2000							
QUOTA	2000							
DISPONIBLE	0							

COMMANDE SUPPLÉMENTAIRE	Individuels adultes (11,50€)	Individuels enfants (9,50€)	Groupes adultes (9€)	Groupes scolaires (6,50€)	Montant	Réduction DSP	Montant facture OT	Facture transmise sur Chorus
23/07/2025		50			475,00 €		475,00 €	19699-2025-IN526

ANNEXE 12 : GRILLE TARIFAIRE

> Visite des monuments

TYPES DE TARIFS	TARIFS TTC
TARIFS INDIVIDUELS - Plein tarif (PT) - Tarif réduit (TR) - Famille	11,50€ 9,50€ 38€
TARIFS INDIVIDUELS ANIMATIONS ESTIVALES - Plein tarif (PT) - Tarif réduit (TR) - Famille - Tarif unique orangeois	13€ 11€ 42€ 5€
TARIFS INDIVIDUELS 30' AVANT FERMETURE (SANS AUDIOGUIDES) - Plein tarif (PT) - Tarif réduit (TR) - Famille	9€ 7€ 28€
PACKAGE TOUT INCLUS (VISITE + ANIMATIONS + VISITE VIRTUELLE) - Plein tarif (PT) - Tarif réduit (TR) - Famille	16€ 14€ 49€
TARIFS INDIVIDUELS MUSÉE SEUL - Plein tarif (PT) - Tarif réduit (TR) - Famille	5,50€ 4,50€ 17,50€
TARIFS GROUPES - Adultes - Scolaires - Visite + atelier pédagogique (scolaires) - Visite + réalité virtuelle adultes - Visite + réalité virtuelle scolaires	9€ 6,50€ 17,50€ 13€ 11€
AUTRES TARIFS GROUPES - Groupes confidentiels - CE – 50 à 300 billets - CE > 300 billets	8€ 7€ 5€
COMPLÉMENTS DE VISITE - Audioguide - Visite virtuelle - Visite virtuelle (animations) - Escape game	3€ 5€ 4€ 5€

> Odyssée Sonore

TYPES DE TARIFS	TARIFS TTC
TARIFS INDIVIDUELS PARCOURS DE NUIT - Plein tarif (PT) - Tarif réduit (TR) - Famille	22€ 18€ 72€
TARIFS INDIVIDUELS COMBINÉ PARCOURS DE JOUR + PARCOURS DE NUIT - Plein tarif (PT) - Tarif réduit (TR) - Famille	32€ 26,50€ 109€
TARIFS GROUPES (À PARTIR DE 20 PAX) PARCOURS DE NUIT Tarif unique	18€
AUTRES TARIFS GROUPES PARCOURS DE NUIT Tarif unique CE, confidentiels, partenaires	17€
TARIFS GROUPES (À PARTIR DE 20 PAX) COMBINÉ PARCOURS DE JOUR + PARCOURS DE NUIT Tarif unique	26,50€