



DÉPARTEMENT DE VAUCLUSE

DL_464_2025

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

SÉANCE DU JEUDI 19 JUIN 2025

Nombre de membres

En exercice :	35
Présents :	24
Votants :	0

L'an deux mille vingt cinq, le dix neuf juin, le Conseil municipal de la Commune d'Orange, légalement convoqué par le maire le 13 juin 2025, s'est réuni au nombre prescrit par la loi, à l'Espace Alphonse Daudet à Orange ;

PREND ACTE

Sous la présidence de Monsieur Yann BOMPARD, Maire.

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 **25 JUIN 2025**

Étaient présents

Monsieur Yann BOMPARD, Monsieur Denis SABON, Madame Marie-Thérèse GALMARD, Madame Joelle EICKMAYER, Monsieur Jonathan ARGENSON, Madame Muriel BOUDIER, Monsieur Claude BOURGEOIS, Madame Marcelle ARSAC, Monsieur Xavier MARQUOT, Madame Catherine GASPA, Monsieur Patrice DUPONT, Madame Christiane LAGIER, Madame Christiane JOUFFRE, Madame Chantal GRABNER, Monsieur Jean-Michel BOUDIER, Monsieur Patrick PAGE, Madame Joelle CHALANDON, Monsieur Cédric ARCHIER, Monsieur Jean-Pierre PASERO, Monsieur Bernard VATON, Monsieur Christian GASTOU, Madame Fabienne HALOUI, Monsieur Patrick SAVIGNAN, Madame Frédérique VIDAL

Absents représentés

Monsieur Armand BEGUELIN représenté(e) par Monsieur Xavier MARQUOT, Monsieur Michel BOUYER représenté(e) par Monsieur Jean-Michel BOUDIER, Monsieur Pierre MARQUESTAUT représenté(e) par Monsieur Claude BOURGEOIS, Madame Valérie ANDRES représenté(e) par Madame Catherine GASPA, Madame Aline LANDRIN représenté(e) par Monsieur Patrice DUPONT, Monsieur Nicolas ARNOUX représenté(e) par Madame Marie-Thérèse GALMARD, Madame Céline BEYNEIX représenté(e) par Madame Marcelle ARSAC, Monsieur Jean-Dominique ARTAUD représenté(e) par Monsieur Denis SABON, Madame Carole NORMANI représenté(e) par Monsieur Christian GASTOU

Absent(s)(es)

Madame Marie-France LORHO, Monsieur Ronan PROTO

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

DL_464_2025

Rapporteur : Monsieur Jonathan ARGENSON

RAPPORT ANNUEL SUR LA DELEGATION DE SERVICE PUBLIC DU THÉÂTRE ANTIQUE ET DU MUSÉE - EDEIS - ANNÉE 2024

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., EDEIS, délégataire du service public du Théâtre Antique et du Musée a adressé à l'autorité délégante un rapport sur sa gestion pour l'année 2024 (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 13 juin 2025. Celle-ci a émis un avis favorable.

LE CONSEIL MUNICIPAL DÉCIDE

Article 1 : De prendre acte de la présentation du rapport relatif au rapport annuel sur la délégation de service public du Théâtre Antique et du Musée – EDEIS - Année 2024 ;

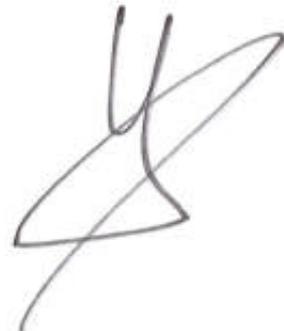
Article 2 : De prendre acte du compte-rendu de la commission consultative des services publics locaux.

A l'unanimité, prend acte.

SECRÉTAIRE DE SÉANCE
Catherine GASPA



LE MAIRE
Yann BOMPARD





RAPPORT ANNUEL DE DELEGATION DE SERVICE PUBLIC



ANNEE 2024

**THEATRE ANTIQUE, ARC DE
TRIOMPHE ET MUSEE D'ART
ET D'HISTOIRE - ORANGE**



Déléataire : Orange EDEIS

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 2024



SOMMAIRE	3
1. Synthèse	4
2. Compte-rendu technique	6
2.1 Analyse de la fréquentation et du chiffre d'affaires.....	7
2.2 Les actions marketing en faveur du développement	37
2.3 Mise en place du projet culturel	48
2.4. Les évènements 2024.....	59
2.5 Activité de la librairie-boutique	64
2.6 Analyse de la satisfaction des visiteurs	67
2.7 Périodes de fermeture	70
3. Informations relatives aux biens du service	72
3.1 Inventaire des biens	72
3.2 Contrats de sous-traitance.....	72
3.3 Suivi des obligations contractuelles.....	73
4. Situation du personnel	74
4.1 Registre du personnel	74
4.2 Formation du personnel.....	77
4.3 Faits marquants	78
4.4 Edeis, créateur d'emplois	78
5. Données comptables	80
5.1 Compte de résultat	80
5.2 Situation des biens et immobilisations.....	85
5.3 Suivi du programme d'investissements	85
5.4 Autres éléments financiers liés à la délégation	87
6. Perspectives 2025	88
Annexes	89
Annexe 1 - Plan marketing détaillé	
Annexe 2 - Compte de résultat 2023	
Annexe 3 -Compte d'immobilisation	
Annexe 4 - Règles et méthodes comptables	
Annexe 5 - Liasse fiscale	
Annexe 6 - Attestation d'assurance	
Annexe 7 - Tableau de suivi des obligations contractuelles	
Annexe 8 - Liste des biens	
Annexe 9 - Flash infos de janvier à décembre	
Annexe 10 - Règlement intérieur et annexes	
Annexe 11 - Gestion des accès contractuels	
Annexe 12- Grille tarifaire	



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.

L'année 2024 s'est imposée comme un millésime exceptionnel, marquée par des temps forts qui ont su conjuguer innovation, émotion et rayonnement international :

- **L'Odyssée sonore**, immersive et audacieuse, s'est vue décerner un prix d'innovation au prestigieux **Consumer Electronic Show de Las Vegas**, saluant ainsi la capacité d'Orange à allier patrimoine et haute technologie.
- **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.
- **La nouvelle expérience historique de réalité virtuelle**, *Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu*, a émerveillé ses premiers spectateurs – 250 écoliers et professionnels du tourisme d'Orange – devenus ambassadeurs conquis de cette plongée historique dans l'Âge d'or du Théâtre.
- Le **passage historique de la Flamme Olympique** au cœur du Théâtre antique a offert un moment suspendu dans le temps, symbolique et fédérateur.
- Le **Musée d'art et d'histoire** a dévoilé une nouvelle scénographie consacrée à la **Principauté d'Orange**, enrichissant l'offre muséale et nourrissant la curiosité des visiteurs.
- Le Théâtre a accueilli la soirée annuelle « **Le Vaucluse a du talent** », orchestrée par Vaucluse Provence Attractivité, valorisant l'excellence locale dans un cadre patrimonial prestigieux.
- Le **lancement tant attendu du chantier** de reconstruction de la billetterie, boutique et espace de médiation dans la Basilica ouest a marqué une étape structurante pour le site et très attendus par l'équipe Edeis.



Sans oublier les **soirées magiques** qui ont envoûté les nuits orangeoises : concerts mythiques, performances immersives de l'Odysée Sonore, mappings lumineux du Positiv Festival ou encore les moments feutrés des soirées Candlelight... autant d'instant qui ont sublimé l'écrin merveilleux du Théâtre antique !



Cette dynamique exceptionnelle a cependant été freinée par une série de contraintes qui ont fortement impacté les conditions d'exploitation. Depuis le 5 septembre 2023, la destruction de l'espace d'accueil du public (billetterie, boutique, réserves, locaux du personnel) a nécessité une **relocalisation partielle et provisoire** dans des chalets en bois, installés aux abords du Théâtre antique et au rez-de-chaussée du Musée.

Ces mesures transitoires ont engendré :

- Une **dégradation significative des conditions d'exploitation**, nuisant à la qualité de l'accueil et à l'attractivité globale du site ;
- Des **conséquences financières lourdes**, affectant l'ensemble des parties prenantes ;
- Une **mobilisation accrue des équipes d'Edeis** sur la gestion quotidienne de ces difficultés, au détriment du déploiement culturel initialement envisagé ;
- Une **altération de l'image du projet culturel**, freinant son élan et sa capacité de rayonnement.

Malgré ce contexte délicat, Orange Edeis a conservé 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 2024, 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 2024.

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 **42%** de visiteurs étrangers.

La fréquentation des **individuels** représente **82%** de la fréquentation totale.

La fréquentation des **groupes** représente **18%** de la fréquentation totale.

Le chiffre d'affaires généré par la fréquentation des individuels représente 85% du chiffre d'affaires total.

Le chiffre d'affaires généré par la fréquentation des groupes (scolaires et adultes confondus) représente 15% 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.

Le **taux de prise** de la **visite virtuelle** est en moyenne de **17%**.

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 -80% pour le parcours nuit.

Parcours jour	
CEP	223700
Réalisé	142930

Parcours nuit	
CEP	67300
Réalisé	13139



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 d'Edeis, 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.

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

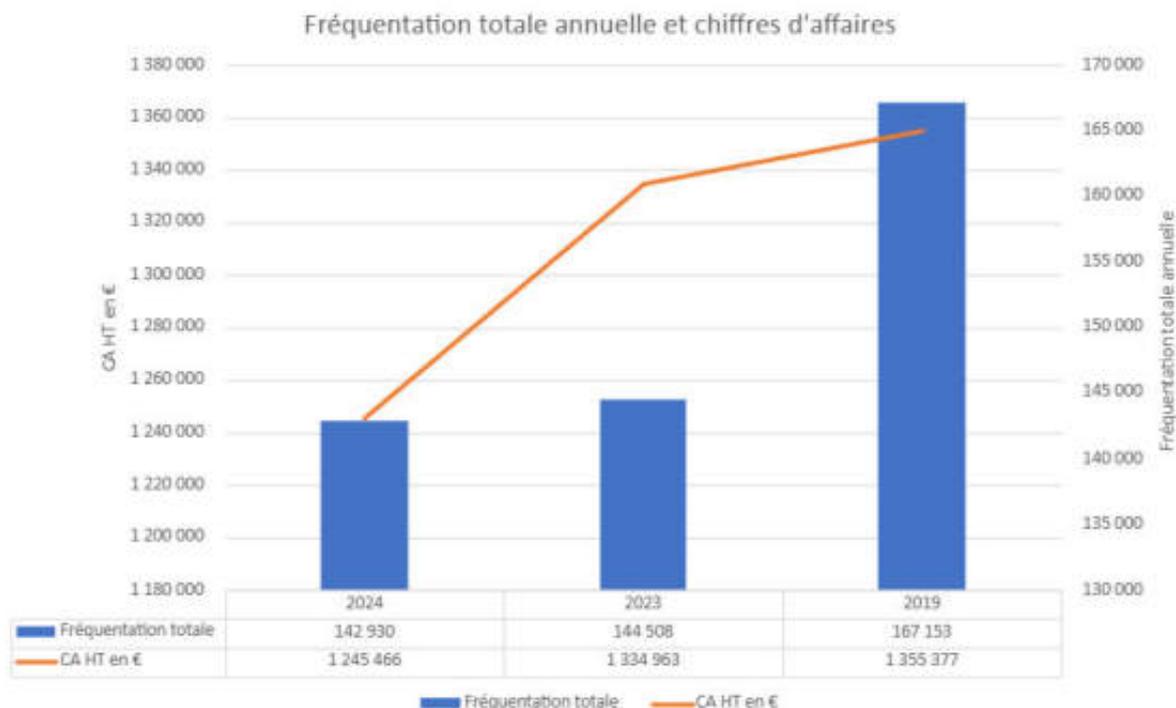
Le nombre de visiteurs étrangers et le montant HT des recettes liées à ces visites ;

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

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 2019, 2023, 2024



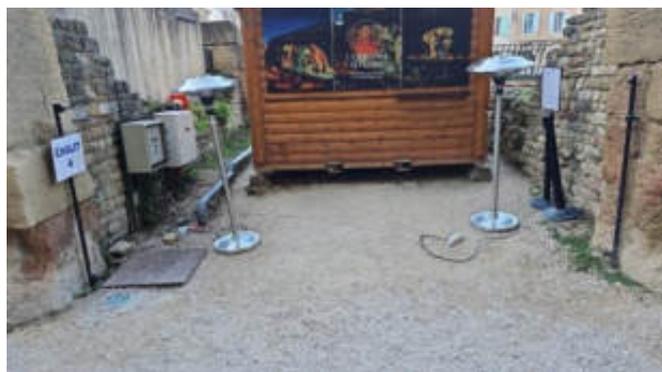
Les monuments d'Orange ont accueilli 142 930 visiteurs sur l'année 2024 sur le parcours jour, soit 14,5% de moins qu'en 2019 et 1% de moins qu'en 2023.

À cela s'ajoute la fréquentation de l'Odyssée Sonore et du Positiv Festival, pour atteindre près de 215 000 visiteurs.

Les chiffres de 2019 restent supérieurs, correspondant à une période avant Covid, ayant fondamentalement transformé les déplacements de nos visiteurs potentiels.

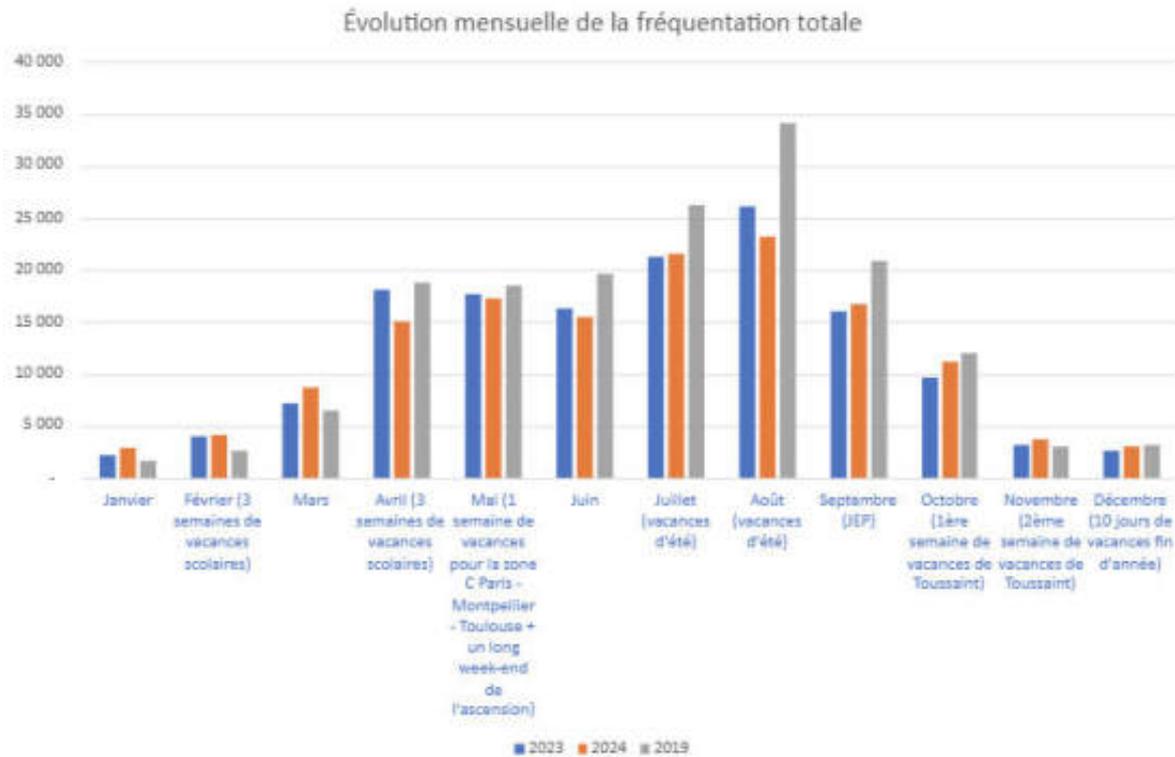
En 2024, on note par ailleurs une légère baisse (2%) des visiteurs étrangers, mais également une baisse des groupes (5%).

L'impact des travaux de restauration n'est pas négligeable, d'autant plus sur cette phase où la billetterie du monument a dû être déplacée au Musée tout d'abord, puis dans des installations temporaires de type « chalets de Noël ».





Évolution mensuelle de la fréquentation



Données détaillées

	2024	2023	2019
Janvier	2 891	2 215	1 703
Février (3 semaines de vacances scolaires)	4 088	4 039	2 582
Mars	8 723	7 136	6 571
Avril (3 semaines de vacances scolaires)	15 051	18 052	18 854
Mai (1 semaine de vacances pour la zone C Paris - Montpellier - Toulouse + un long week-end de l'ascension)	17 224	17 759	18 459
Juin	15 542	16 279	19 597
Juillet (vacances d'été)	21 511	21 298	26 253
Août (vacances d'été)	23 275	26 078	34 067
Septembre (JEP)	16 659	15 996	20 817
Octobre (1ère semaine de vacances de Toussaint)	11 233	9 743	11 987



Novembre (2ème semaine de vacances de Toussaint)	3 678	3 217	3 108
Décembre (10 jours de vacances fin d'année)	3 055	2 696	3 155

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

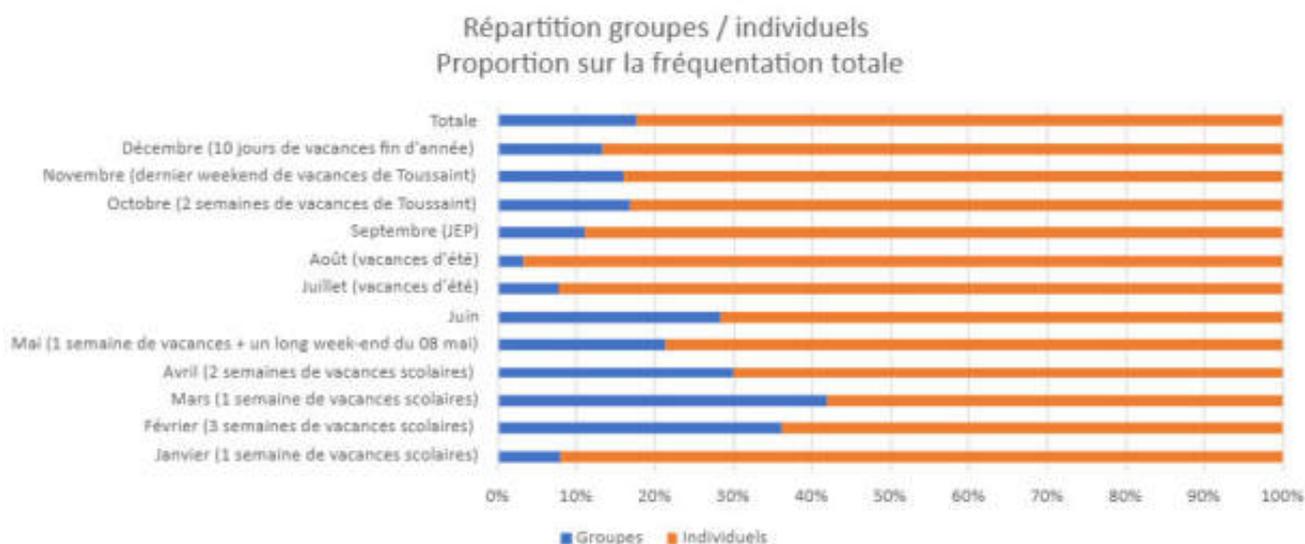
Les monuments ont accueilli 612 groupes, soit 25 200 visiteurs ainsi que 117 730 visiteurs individuels.

S'agissant des **groupes**, les mois durant lesquels le monument en accueille le plus sont les mois allant de **mars à juin** avec 407 groupes accueillis sur la période, soit 66,50% de la fréquentation totale des groupes.

Cette période de forte activité est liée à la forte présence de groupes scolaires, favorisée par le dispositif du Pass Culture.

La fréquentation des visiteurs individuels est quant à elle davantage lissée sur l'année.

La très forte fréquentation sur la période estivale est moins présente, et les visiteurs sont davantage présents sur les ailes de saison (printemps et automne notamment).





Données détaillées

	Groupes	Individuels
Janvier (1 semaine de vacances scolaires)	232	2 659
Février (3 semaines de vacances scolaires)	1 485	2 603
Mars (1 semaine de vacances scolaires)	3 657	5 066
Avril (2 semaines de vacances scolaires)	4 517	10 534
Mai (1 semaine de vacances + un long week-end du 08 mai)	3 677	13 547
Juin	4 423	11 119
Juillet (vacances d'été)	1 703	19 808
Août (vacances d'été)	761	22 514
Septembre (JEP)	1 843	14 816
Octobre (2 semaines de vacances de Toussaint)	1 900	9 333
Novembre (dernier week-end de vacances de Toussaint)	595	3 083
Décembre (10 jours de vacances fin d'année)	407	2 648
Fréquentation totale	25 200	117 730

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

- Individuels : 82,36%
- Groupes : 17,63%

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

- Individuels : 85,02%
- Groupes : 14,97%



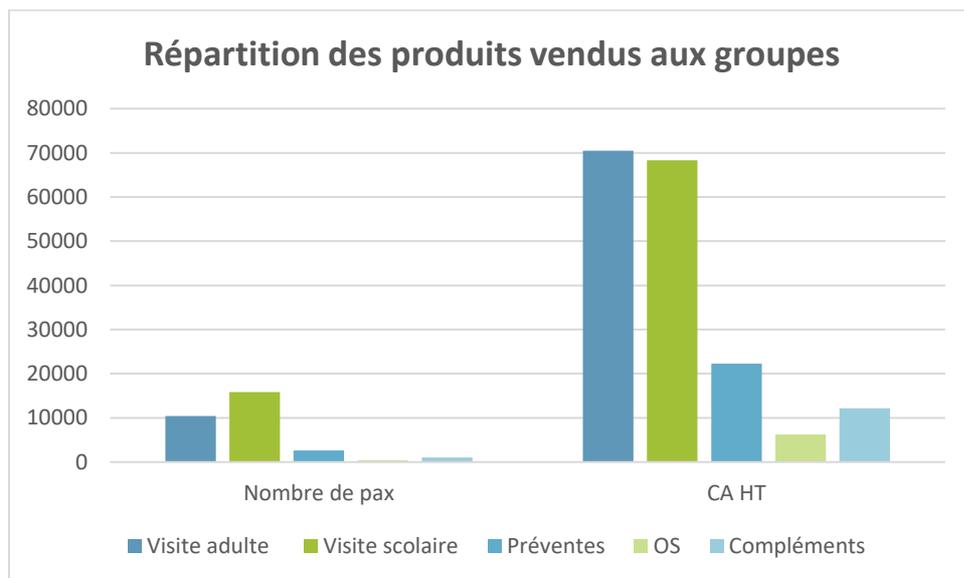
Répartition de la fréquentation groupes adultes et groupes scolaires

Le tableau synthétique ci-dessous permet de mettre en évidence la part importante représentée par la visite des groupes adultes et des groupes scolaires. La fréquentation des scolaires est plus importante que celle des adultes en nombre de visiteurs. En effet, le dispositif du Pass Culture a permis en 2024 une nette augmentation des visiteurs scolaires. Les groupes adultes restent stables et permettent un chiffre d'affaires plus important puisque l'offre pour les scolaires est très attractive (6,50€). La commercialisation de l'Odysée Sonore auprès des groupes a débuté en 2023, et les ventes ont bien évolué par rapport à 2024, mais si les chiffres restent peu élevés. Une amélioration devrait se faire sentir sur 2025.

De plus, l'offre pédagogique proposée, comprenant atelier pédagogique, visite guidée ou visite libre, visite immersive ou escape game est en totale adéquation avec les nouvelles attentes du public.

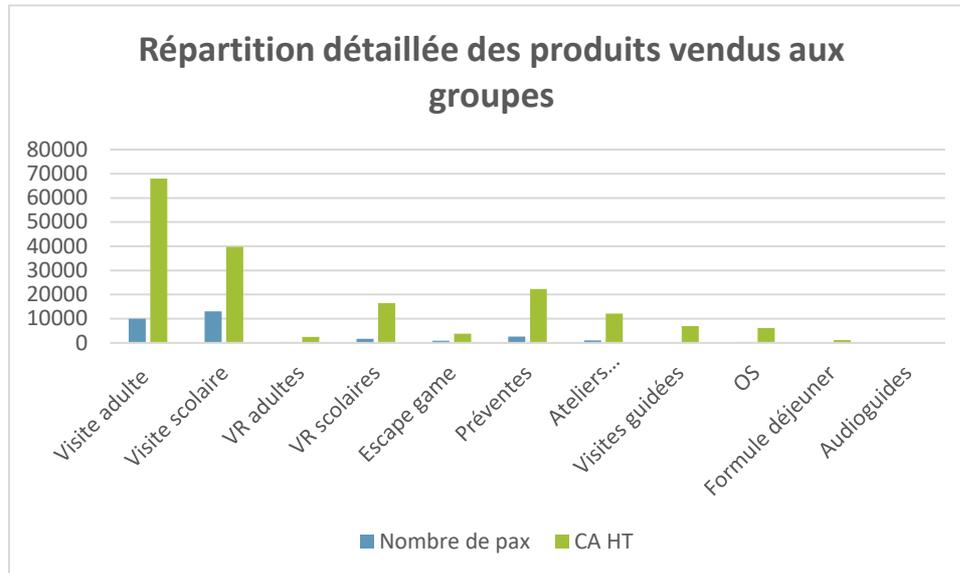
Les préventes correspondent majoritairement aux billets achetés par l'Office de Tourisme ou des tour-opérateurs.

Le reste des données concernent les compléments de visite, soit la visite virtuelle, l'escape game, les visites guidées et les audioguides.





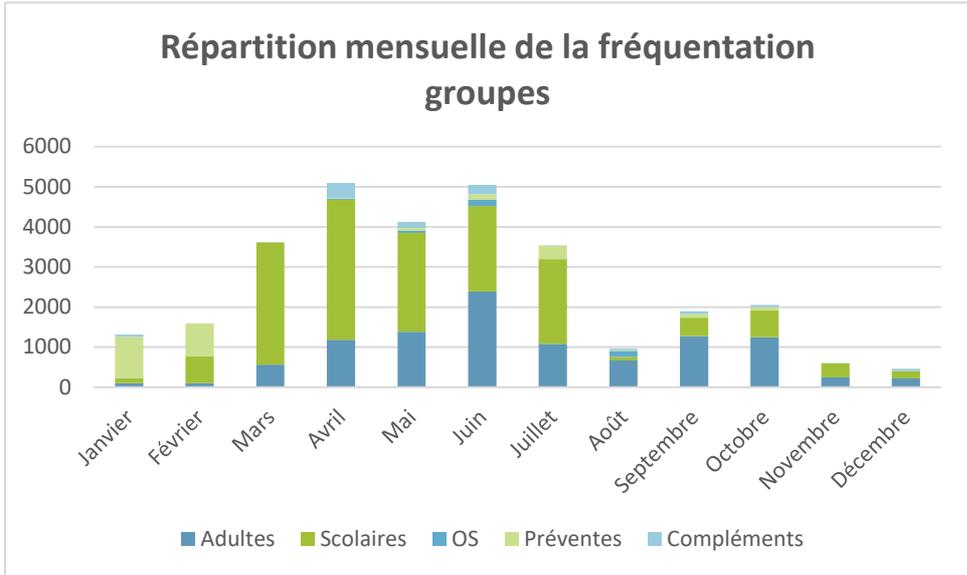
Le tableau détaillé ci-dessous permet un détail plus important sur les produits complémentaires.



Données détaillées

	Visite adulte	Visite scolaire	Préventes	OS	Compléments
Nombre de pax	10450	15826	2585	394	1038
CA HT	70 451,87 €	68 314,47 €	22 244,53 €	6 213,63 €	12 167,08 €

Répartition mensuelle de la fréquentation groupes

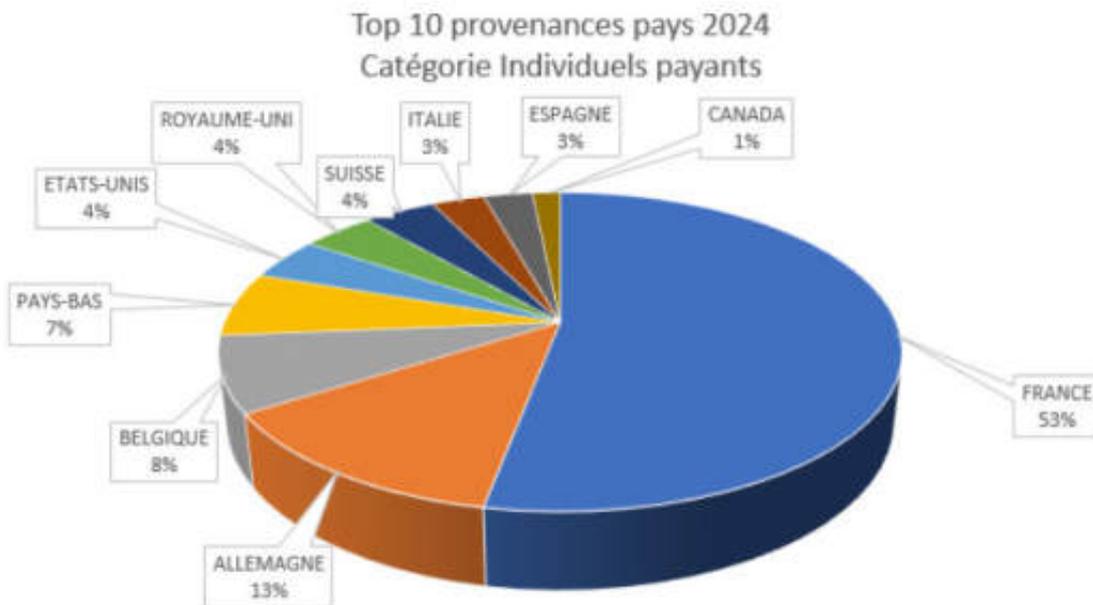


On observe une fréquentation très importante des groupes de mars à juillet, avec une présence forte des groupes scolaires au mois d'avril.

Le mois de juin permet également d'accueillir un nombre important de groupes adultes qui se retrouvent également en septembre et octobre.

On observe également que les mois de janvier, février, novembre et décembre sont ceux durant lesquels les groupes sont les moins présents, ce qui correspond également à la fréquentation des individuels, également moins nombreux.

Analyse des provenances par pays - Individuels



Dans la catégorie **visiteurs individuels**, plus de la moitié des visiteurs sont français (hors visiteurs gratuits).

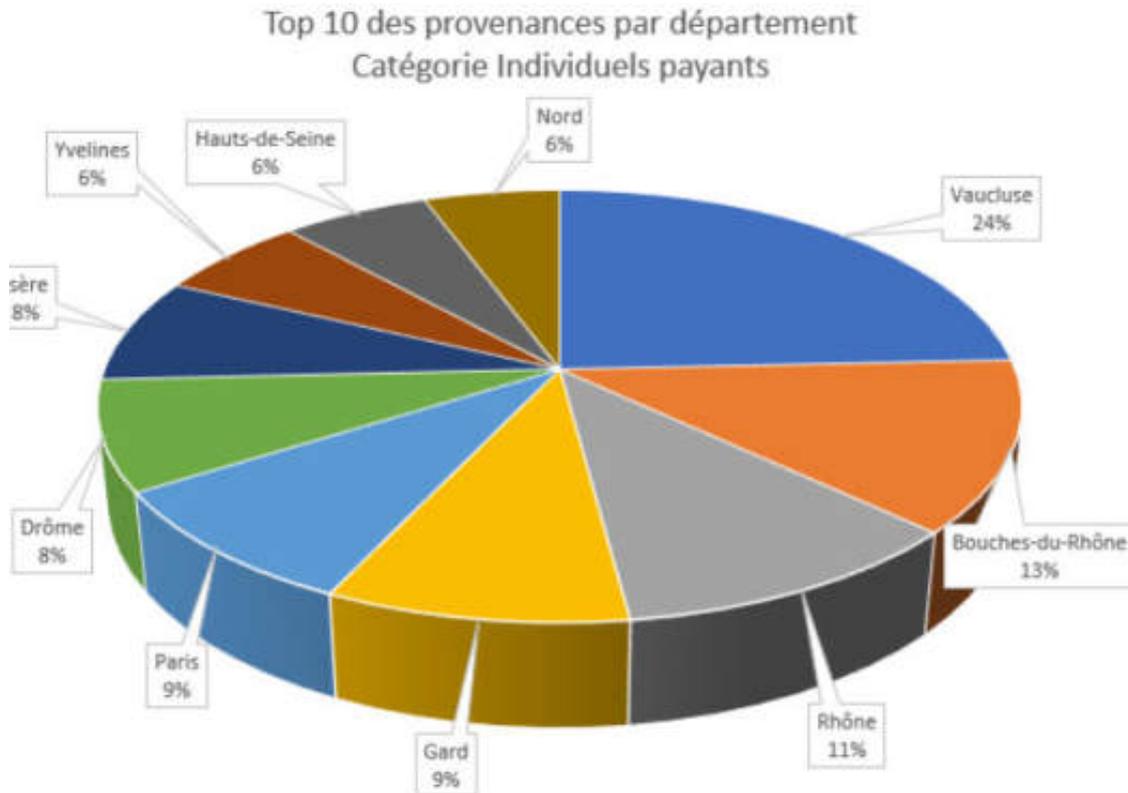


Les **visiteurs étrangers** représentent **42%** de l'ensemble des visiteurs.

L'Allemagne, la Belgique, les Pays Bas, les États-Unis et le Royaume-Uni composent le top 5 des provenances accueillies. La Suisse, l'Italie et l'Espagne représentent les provenances majoritaires suivantes. Puis viennent le Canada, l'Australie et les autres pays d'Europe centrale. Les visiteurs asiatiques restent malheureusement toujours en retrait depuis la pandémie de Covid.



Analyse des provenances par département - Individuels



Le tableau ci-dessous présente les 30 premiers départements de provenance des visiteurs. On note ainsi 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 (détaillées dans la partie suivante) ont impacté les visiteurs du département, ainsi que les départements de la région Ile-de-France.

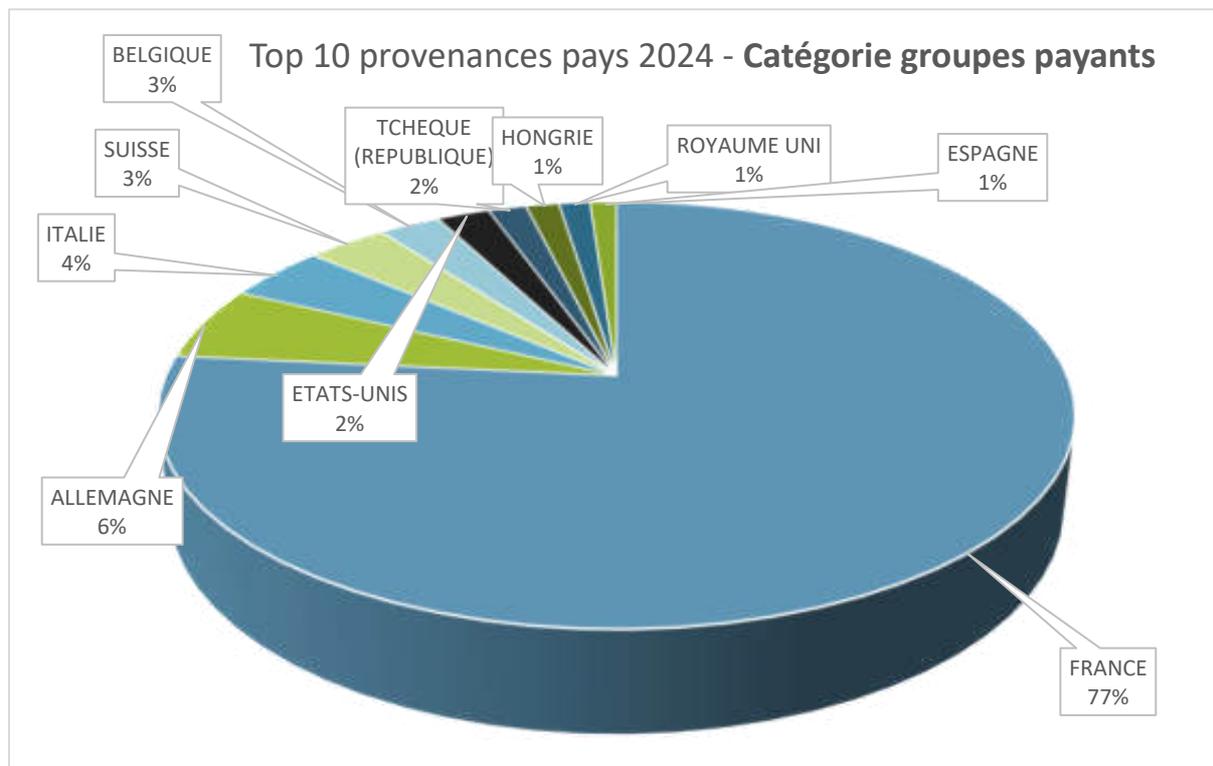
Département	Nombre de visiteurs
Vaucluse	6521
Bouches-du-Rhône	3431
Rhône	2915
Gard	2433
Paris	2414
Drôme	2207
Isère	2098
Yvelines	1683
Hauts-de-Seine	1628



Nord	1505
Hérault	1397
Var	1263
Alpes-Maritimes	1161
Haute-Garonne	1121
Loire-Atlantique	1065
Haute-Savoie	1001
Gironde	973
Essonne	968
Ain	895
Seine-et-Marne	876
Ille-et-Vilaine	849
Bas-Rhin	796
Moselle	790
Val-de-Marne	788
Seine-Maritime	773
Ardèche	767
Pas-de-Calais	740
Savoie	737
Val-d'Oise	679
Puy-de-Dôme	678



Analyse des provenances par pays - Groupes



Les groupes scolaires français représentent le plus grand nombre des visiteurs de cette catégorie (77%).

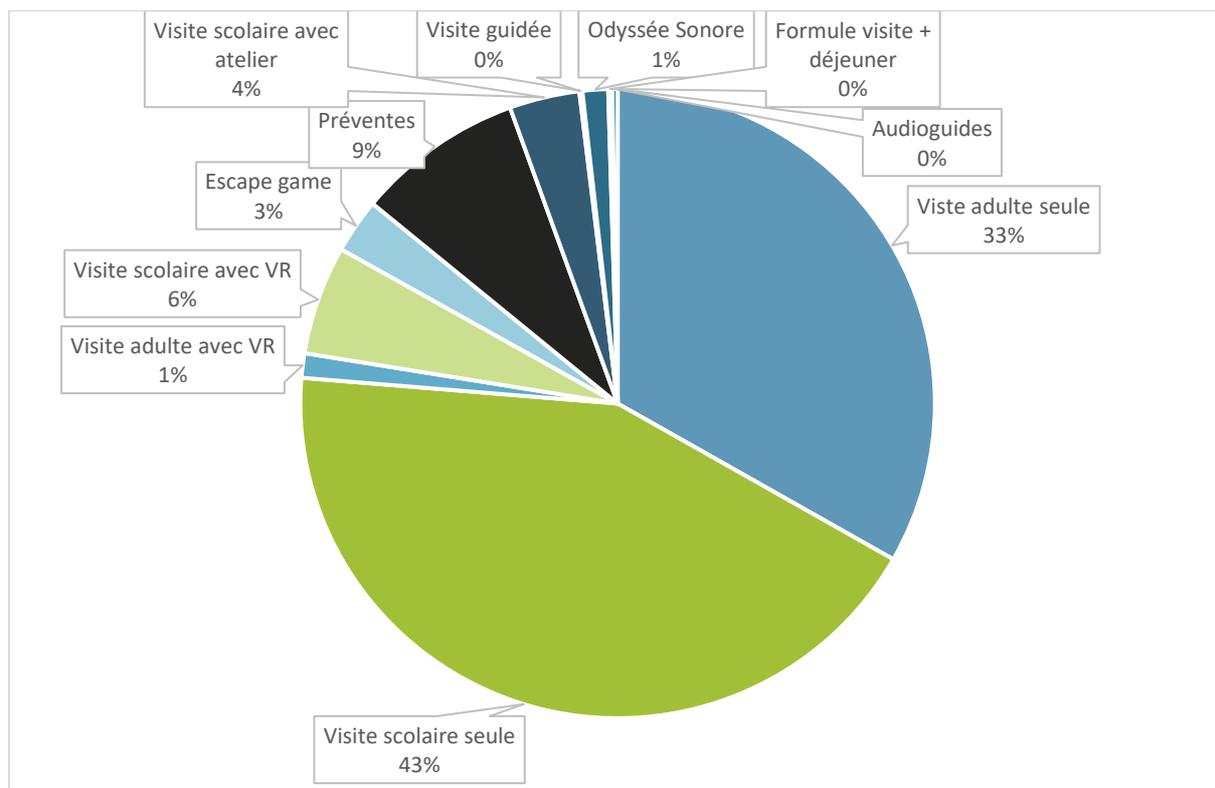
Comme pour les individuels, l'Allemagne se trouve en première position pour les provenances étrangères des groupes, suivie de l'Italie, la Belgique et la Suisse.

On note également une provenance émergente avec les visiteurs de la République Tchèque en 7^{ème} position dans ce top 10.

De manière générale, l'accueil de groupes nécessite une capacité importante d'hébergements. Et bien que les offres soient attractives, le territoire d'Orange est pour l'instant seulement un point d'étape et non un lieu de séjour.



Analyse des produits vendus aux groupes



Parmi les 612 groupes accueillis en 2024, les produits les plus vendus sont les visites des monuments avec audioguides. Ensuite, ce sont les compléments de visite tels que la visite virtuelle et l'escape game, très sollicités par les groupes scolaires.

En complément de la visite traditionnelle avec audioguides, la visite virtuelle et l'escape game constituent une véritable offre pédagogique pour le jeune public.

Les ateliers pédagogiques autour de la Romanité sont également plébiscités. D'une durée d'1 à 2 heures, animés par une professionnelle, céramiste-potière, ils consistent en la fabrication de masques de théâtre, de lampes à huile ou d'amphores en argile.

Les visites guidées gérées par l'Office de Tourisme ont été effectuées auprès de 46 groupes.



Focus visite virtuelle

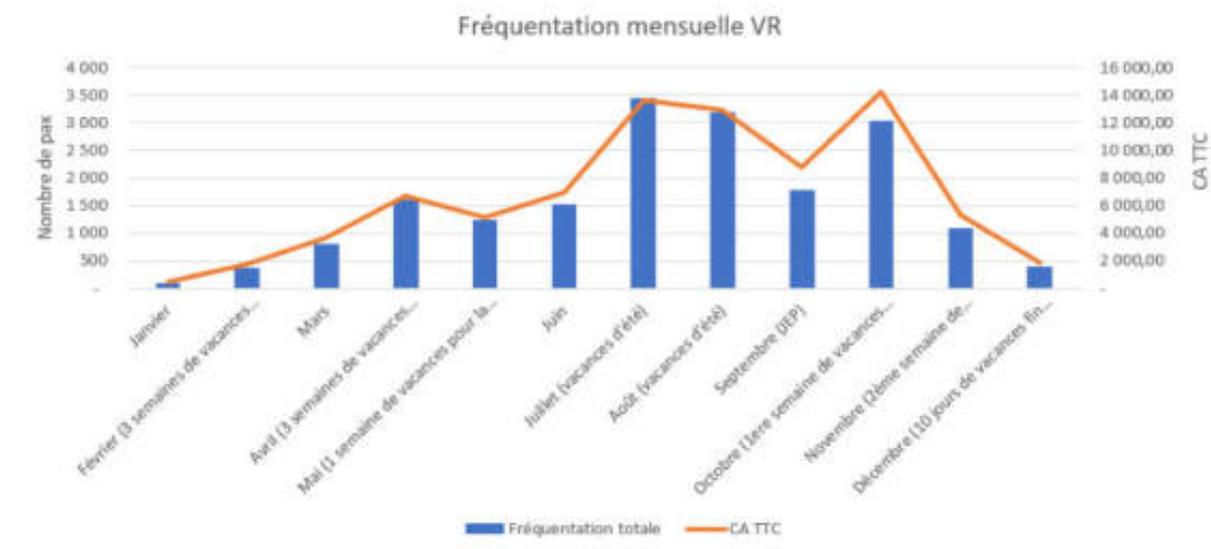
La fréquentation totale de la visite virtuelle en 2024 a été de 18 630 spectateurs, soit une augmentation de 20% par rapport à 2023, grâce à la nouvelle expérience historique « Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu » inaugurée en mai 2024.

2024	Total ventes individuelles	Vente groupes	Gratuits groupes	Gratuits individuels	Fréquentation totale	CA TTC
TOTAUX	15 909	1 908	164	649	18 630	81 479,00 €

Mensuellement, grâce au graphique ci-dessous, on observe une fréquentation :

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

On note une baisse de la fréquentation de novembre à mars, 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.





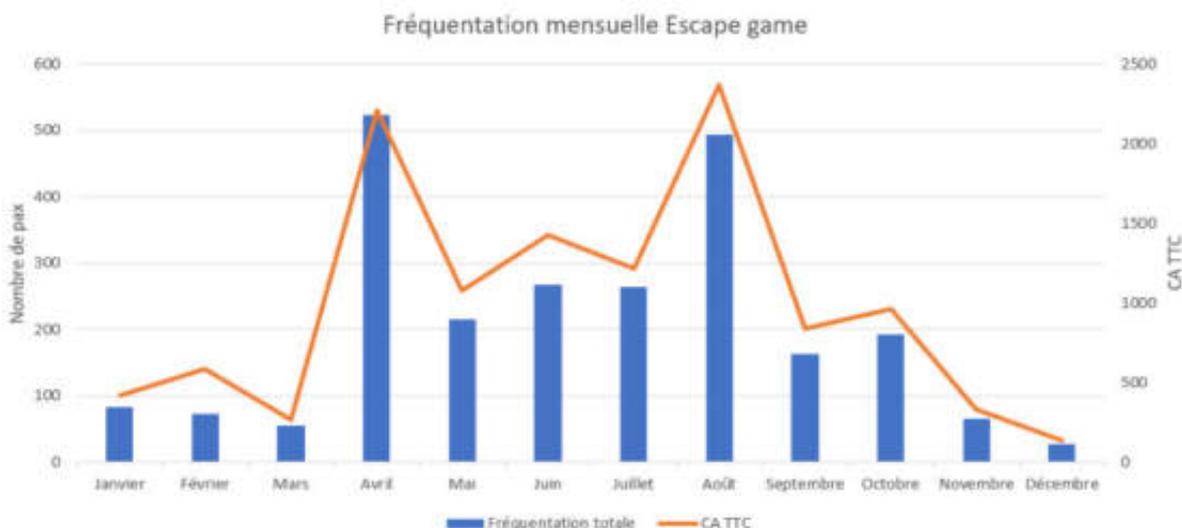
Focus escape game

2024	Total ventes individuelles	Vente groupes	Gratuits groupes	Gratuits individuels	Fréquentation totale	CA TTC
TOTAUX	1650	743	0	35	2428	11 845,00 €

L'aspect ludique de l'escape game en fait une véritable activité pour les groupes scolaires. Même si la fréquentation est faible chez les groupes adultes, il reste un produit d'appel qui plaît aux entreprises (pour des sorties « team buildings » par exemple).

L'escape game est très prisé des scolaires d'avril à mai, en lien avec leur fréquentation du monument à cette période.

Le mois d'août correspond quant à lui à une période durant laquelle les visiteurs individuels profitent le plus de cette activité.





Répartition du chiffre d'affaires entre billetterie et boutique

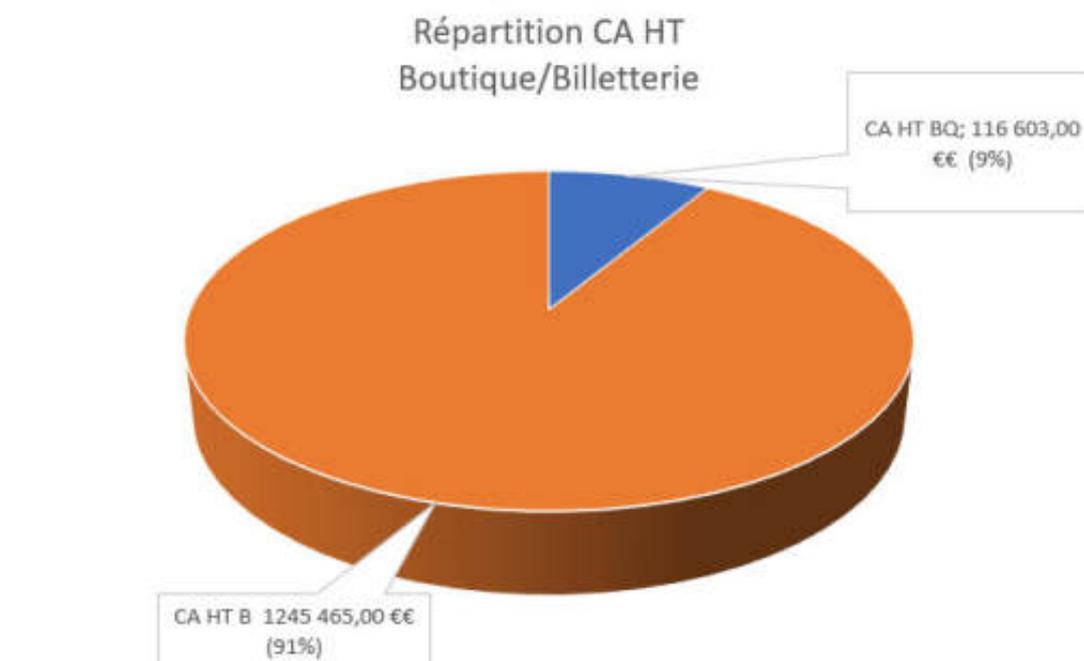
La billetterie représente la majorité du chiffre d'affaires avec **91%**, contre **9%** pour les ventes effectuées en **boutique**.

Cela est d'autant plus marquant sur l'année 2024, où la **boutique a été fortement impactée par les travaux de restauration** qui ont eu lieu dans les Basilicae du Théâtre.

La boutique occupant initialement la partie ouest du monument a dû être temporairement déplacée au Musée. N'étant plus sur le parcours de visite obligatoire, des pertes considérables ont été constatées.

11 836 ventes ont été enregistrées sur l'année 2024 (contre 17 607 en 2023, soit une diminution de 33%).

Le taux de captation le plus élevé se situe en mars, représentant 16%.



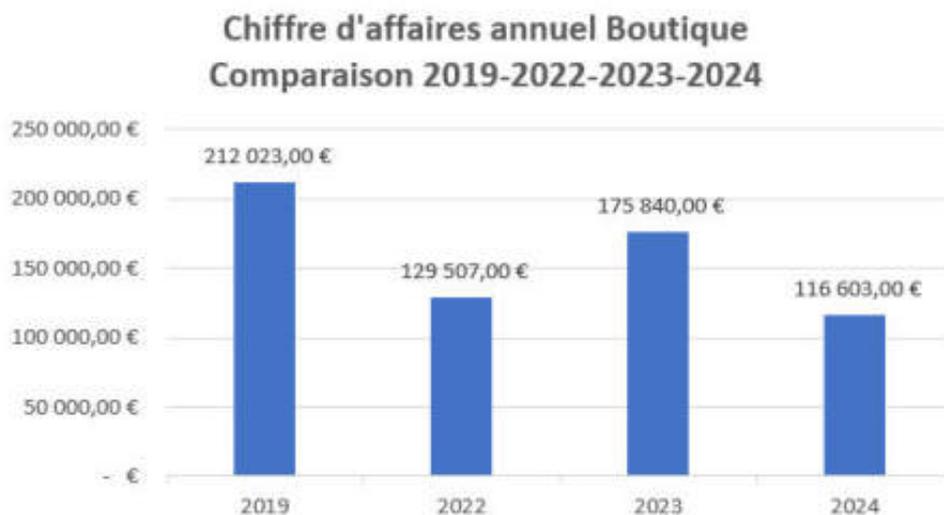
L'évolution mensuelle du chiffre d'affaires entre la billetterie et la boutique est proportionnelle, étant liée à la fréquentation.

Le panier moyen de la boutique reste stable quelle que soit la période, soit autour de 10€.

Le taux de captation des visiteurs en boutique le plus faible se situe en janvier, alors que le panier moyen fait partie des plus élevés. Cela peut être justifié par les achats tardifs des fêtes de fin d'année.



Chiffre d'affaires annuel de la boutique



Le chiffre d'affaires de la boutique a connu une baisse importante en 2022, en raison du changement de délégataire.

L'ancien délégataire ayant récupéré la quasi-totalité du stock, le réapprovisionnement a pris plusieurs mois avant de rétablir une offre attractive et satisfaisante pour l'ensemble des visiteurs du monument.

En 2023, le chiffre d'affaires a ainsi connu une hausse, qui reste cependant en deçà des chiffres de 2019.

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.

Les chiffres d'affaires présentés ci-dessus affichent une **diminution de 45%** du chiffre d'affaires de la boutique en 2024 par rapport à 2019. **L'impact de la délocalisation de la boutique est donc très clairement identifiable.**



2.1.2 Parcours nuit : Odysée Sonore

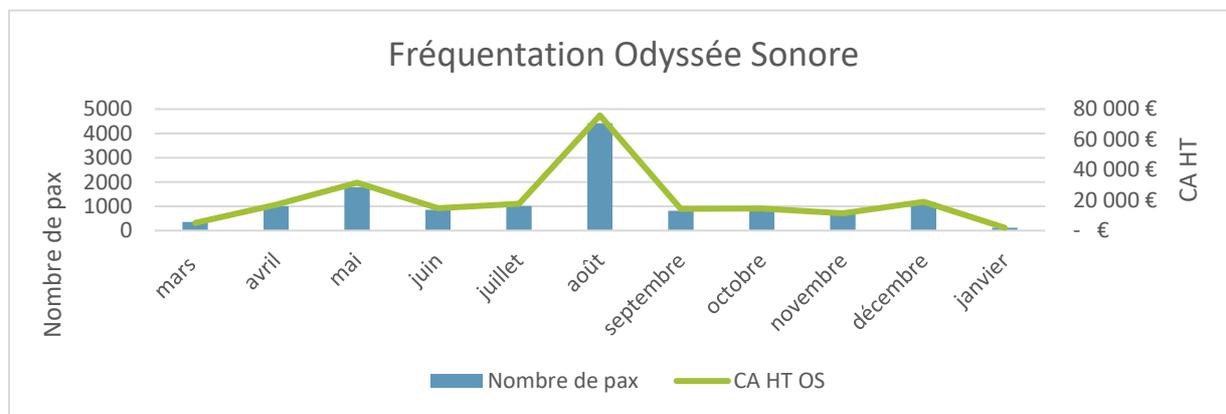
Fréquentation et chiffre d'affaires de l'Odysée Sonore

En 2024, la reprise du spectacle l'Odysée Sonore s'est située à la fin de mars, pour une deuxième année d'exploitation du spectacle.

Le nombre de soirées proposées chaque mois est différent et dépend de la programmation culturelle de la Ville. Le nombre de séances par soirée varie en fonction de la période, entre 1 et 3 :

- Mars : 2 soirées
- Avril : 9 soirées
- Mai : 18 soirées
- Juin : 6 soirées
- Juillet : 5 soirées
- Août : 21 soirées
- Septembre : 5 soirées
- Octobre : 9 soirées
- Novembre : 5 soirées
- Décembre : 9 soirées
- Janvier (2025 - continuité vacances de Noël) : 2 soirées

Soit un total de 91 soirées, et 13139 spectateurs. Le chiffre d'affaires correspondant est de 231 668€ ht. En moyenne, 145 spectateurs ont été accueillis par soirée.



Malheureusement 4 soirées ont été annulées en raison des conditions météorologiques (31 mars, 1^{er} mai, 9 juin et 26 octobre). La soirée du 28 mai a également été annulée en raison du montage de la structure de la Porte Royale, pour une meilleure qualité de l'expérience visuelle, cette structure permettant d'éviter le relief important causé par le décalage de la porte par rapport à la surface du mur de scène.



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

	mars	avril	mai	juin	juillet	août	septembre	octobre	novembre	décembre	janvier
Nombre de pax	360	1 003	1 786	855	1 019	4 421	817	914	669	1 174	121
CA HT OS	5 082 €	16 951 €	31 596 €	14 651 €	17 585 €	75 830 €	14 383 €	14 561 €	11 475 €	18 911 €	1 919 €

À ces revenus mensuels s'ajoutent 8724€ reversés par Ticketmaster, revendeur du spectacle.

Analyse de la fréquentation par date

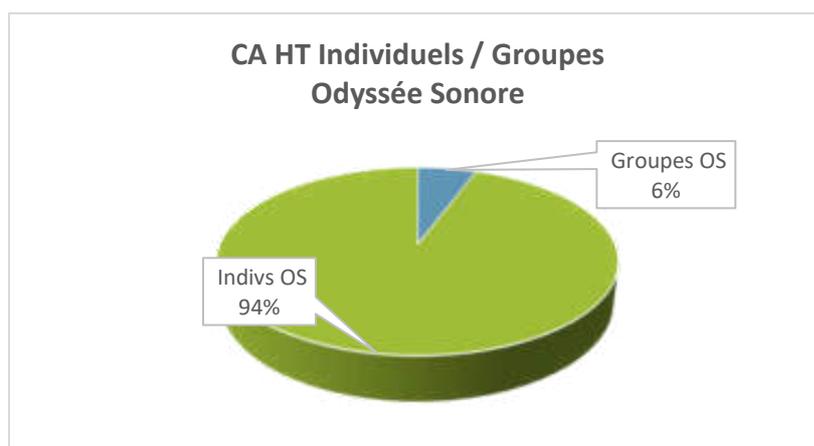
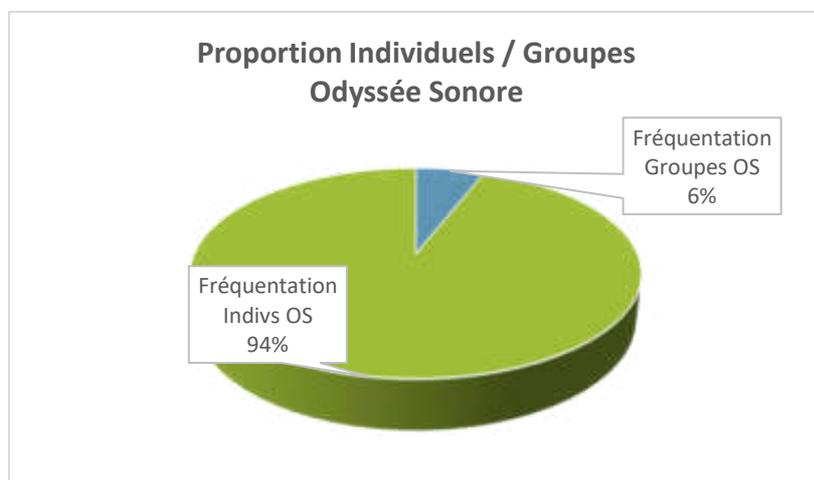
Date	Nombre de réservations	CA HT par date	Date	Nombre de réservations	CA HT par date	Date	Nombre de réservations	CA HT par date
29/03/2024	138	1 903 €	01/06/2024	275	4 640 €	07/09/2024	195	3 471 €
30/03/2024			Java du Cochon			20/09/2024	124	2 044 €
Reprise spectacle : mise en place d'un code promo pour les 1ers acheteurs	222	3 179 €	02/06/2024	58	1 129 €	21/09/2024	168	2 975 €
05/04/2024	51	882 €	10/06/2024	182	2 918 €	27/09/2024	153	2 721 €
06/04/2024	129	2 315 €	25/06/2024	159	2 664 €	28/09/2024	177	3 173 €
12/04/2024	106	1 707 €	26/06/2024	86	1 619 €	05/10/2024	208	3 312 €
13/04/2024	168	2 756 €	27/06/2024	95	1 681 €	12/10/2024	83	1 353 €
19/04/2024	98	1 653 €	01/07/2024	94	1 536 €	19/10/2024	164	2 835 €
20/04/2024	94	1 602 €	02/07/2024	87	1 592 €	27/10/2024	54	993 €
26/04/2024	129	2 096 €	03/07/2024	156	2 560 €	28/10/2024	87	1 469 €
27/04/2024	135	2 233 €	28/07/2024	309	5 515 €	29/10/2024	115	1 630 €
30/04/2024	95	1 747 €	31/07/2024	373	6 382 €	30/10/2024	105	1 668 €
02/05/2024	23	442 €	04/08/2024	208	3 658 €	31/10/2024	98	1 302 €
03/05/2024	68	1 229 €	05/08/2024	177	3 136 €	01/11/2024	119	2 082 €
04/05/2024	67	1 265 €	06/08/2024	238	4 207 €	02/11/2024	176	3 073 €
05/05/2024	34	651 €	07/08/2024	244	4 242 €	08/11/2024	68	1 142 €
06/05/2024	29	478 €	08/08/2024	197	3 368 €	09/11/2024	134	2 079 €
07/05/2024	74	1 313 €	09/08/2024	200	3 380 €	10/11/2024	172	3 100 €
08/05/2024	137	2 380 €	10/08/2024	286	5 005 €	19/12/2024	59	1 078 €
09/05/2024			11/08/2024	117	2 136 €	20/12/2024	62	1 035 €
Pont de l'Ascension	231	4 204 €	12/08/2024	220	3 785 €	22/12/2024	153	2 720 €
10/05/2024	170	3 087 €	13/08/2024	248	4 285 €	23/12/2024	91	1 102 €
11/05/2024	181	3 193 €	14/08/2024	293	4 865 €	26/12/2024	181	2 558 €
17/05/2024	103	1 835 €	15/08/2024	253	4 431 €	27/12/2024	100	1 747 €
18/05/2024	141	2 473 €	19/08/2024	274	4 779 €	28/12/2024	175	2 905 €
19/05/2024	126	2 315 €	20/08/2024	253	4 069 €	29/12/2024	107	1 782 €
24/05/2024	112	1 847 €	21/08/2024	297	5 042 €	30/12/2024	246	3 984 €
25/05/2024	139	2 500 €	26/08/2024	177	2 932 €	02/01/2025	68	1 218 €
26/05/2024	32	553 €	27/08/2024	112	1 980 €	03/01/2025	53	701 €
27/05/2024	38	658 €	28/08/2024	89	1 422 €			
29/05/2024	79	1 135 €	29/08/2024	203	3 287 €			
			30/08/2024	105	1 858 €			
			31/08/2024	230	3 961 €			

Plus de 300 visiteurs
Plus de 200 visiteurs



Les soirées ayant accueilli le plus de visiteurs ont été colorées en bleu et vert.
On note les affluences les plus importantes les veilles de jours fériés et les samedis soir, ainsi que sur la période estivale.

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



L'Odysée Sonore est un produit qui se vend majoritairement en ligne, 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.

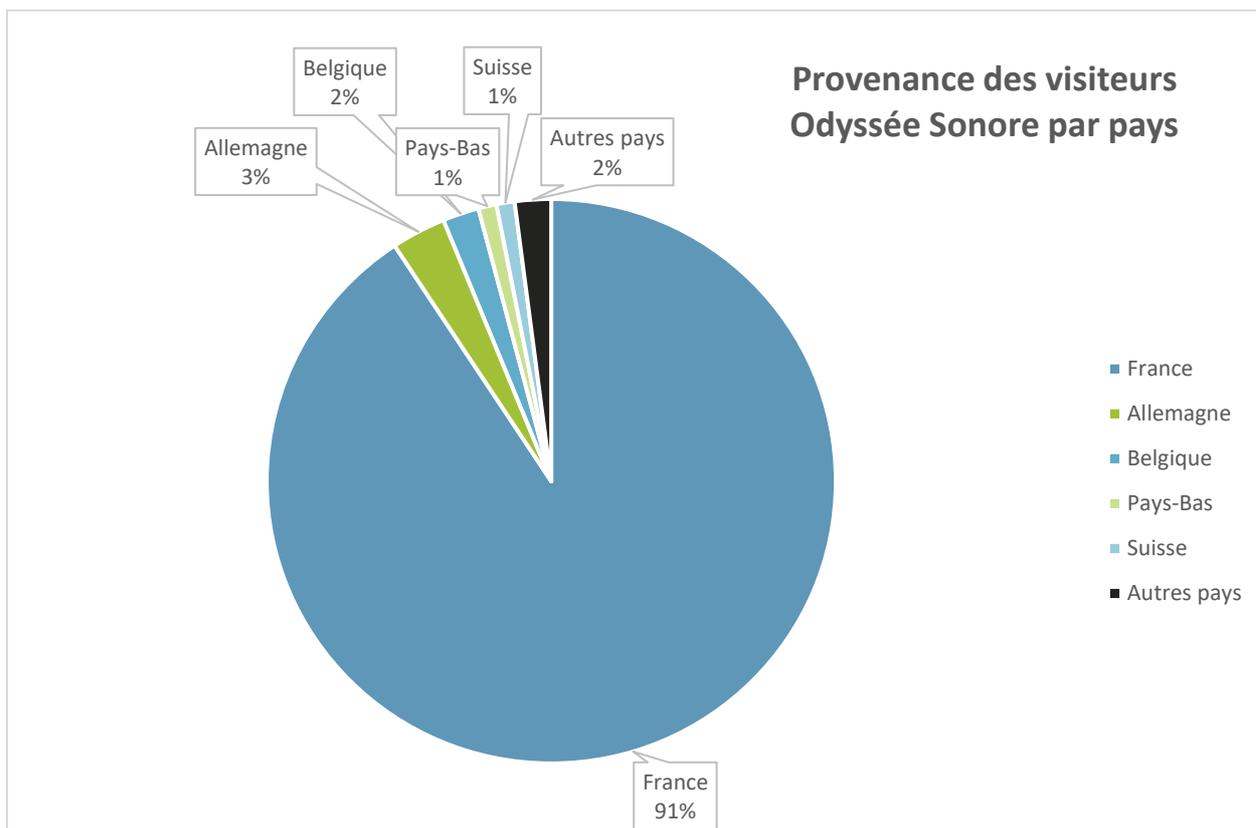
En 2024, **la fréquentation des groupes a augmenté de 140%** par rapport à 2023, pouvant s'expliquer par les nombreuses actions commerciales effectuées en mettant en valeur l'offre combinée permettant la visite des monuments la journée, et le spectacle de l'Odysée Sonore en soirée.



Analyse des provenances par pays

91% des spectateurs de l'Odysée Sonore sont français.

Les spectateurs étrangers viennent en majeure partie d'Allemagne, de Belgique, des Pays-Bas, représentant 6%. Les autres spectateurs proviennent de Suisse, des États-Unis, du Royaume-Uni, d'Espagne, du Canada, d'Italie et d'Australie, même s'ils ne représentent que 3% des spectateurs.



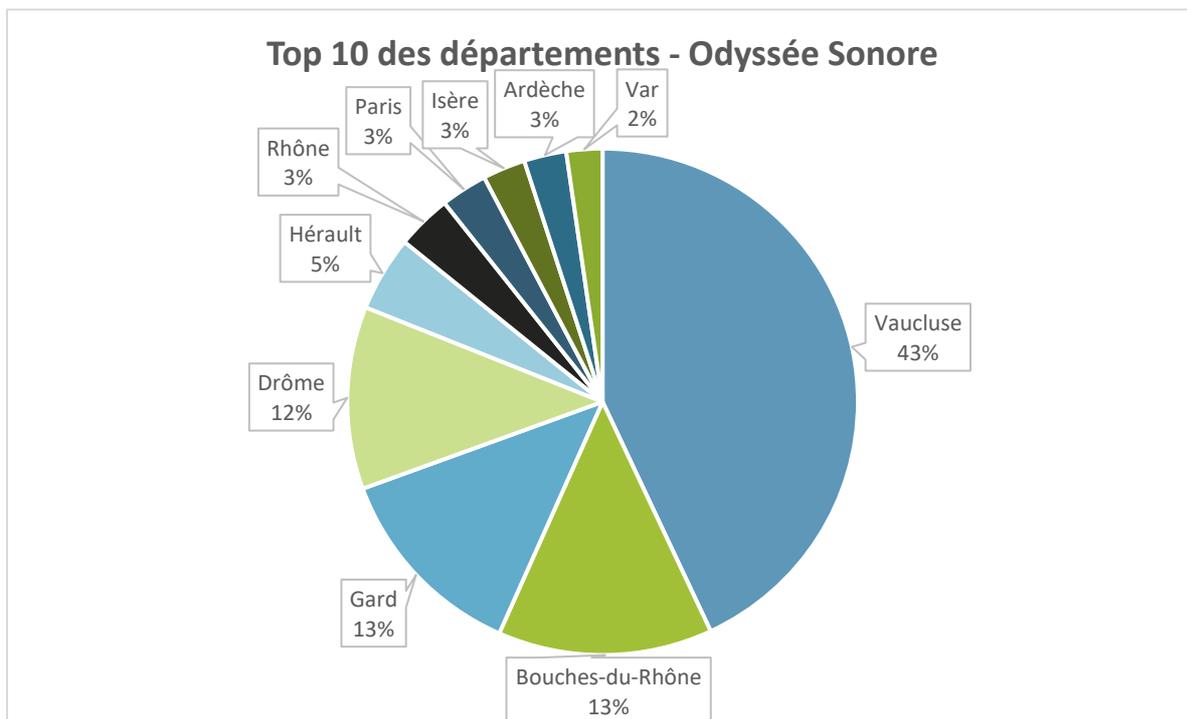


Données détaillées

Provenance	Nombre de pax
Allemagne	345
Belgique	251
Pays-Bas	186
Suisse	166
Etats-Unis	73
Royaume-Uni	64
Espagne	49
Canada	42
Italie	26
Australie	20
Luxembourg	17
Norvège	8
Grèce	7
République Tchèque	6
Danemark	5
Autriche	4
Japon	4
Portugal	4
Slovénie	4



Top 10 des provenances par département



Le Vaucluse et les départements limitrophes (Bouches-du-Rhône, Gard, Drôme, Hérault et Rhône) représentent la majorité des provenances françaises pour l'Odysée Sonore (63% environ). Les départements ayant le plus fréquenté l'Odysée Sonore sont ensuite l'Isère, l'Ardèche, le Var et les Alpes Maritimes. La région parisienne est également bien représentée, avec environ 5% de la fréquentation française.



Données détaillées

Département	Nombre de pax
Vaucluse	3001
Bouches-du-Rhône	948
Gard	892
Drôme	813
Hérault	334
Rhône	244
Paris	206
Isère	189
Ardèche	187
Var	159
Hauts-de-Seine	142
Yvelines	131
Alpes Maritimes	118
Nord	115
Haute-Savoie	92
Meurthe-et-Moselle	83
Essonne	71
Haute-Garonne	69
Loire	69
Loire-Atlantique	68
Seine-et-Marne	65
Alpes-de-Haute-Provence	57
Ain	54
Gironde	50



2.1.3 Privatisations

En 2024, nous avons privatisé le Théâtre antique dans le cadre de trois événements.

Vaucluse Provence Attractivité - 2 octobre

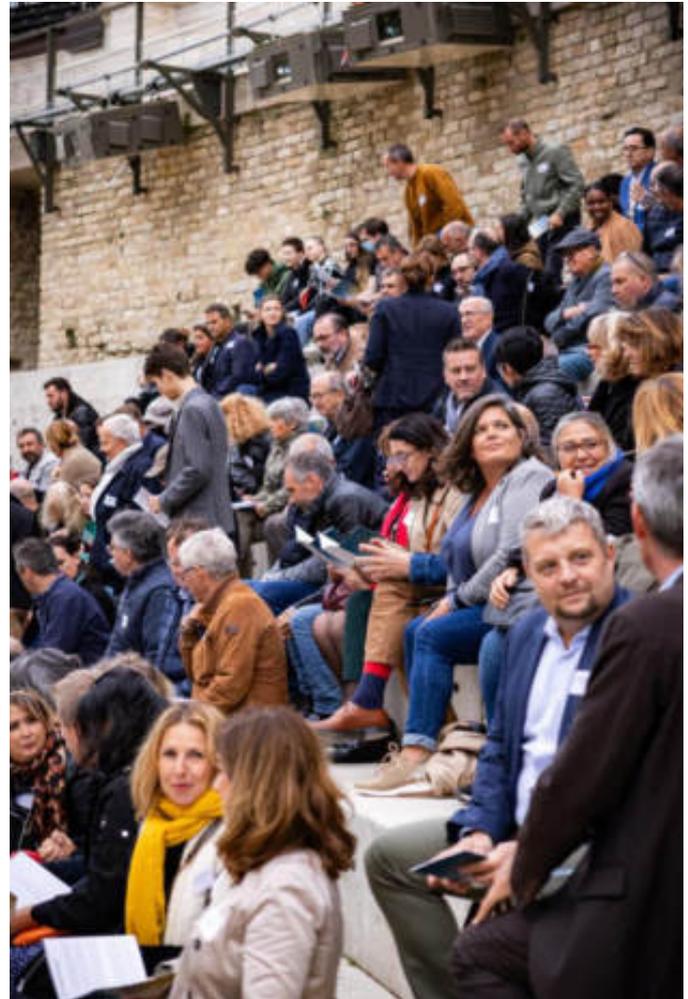
Une soirée privée a été organisée par Vaucluse Provence Attractivité : Le Vaucluse a du Talent.

Tous les ans, Vaucluse Provence Attractivité organise une grande soirée économique associant des chefs d'entreprises, des élus, des partenaires... pour se retrouver autour d'un grand moment de convivialité et partager ensemble une vision d'un Vaucluse dynamique et innovant, qui se développe, et qui a bien du talent.

Cette année a marqué la 4ème édition de cette soirée au sein du monument le 2 octobre.

Pour cette édition, il a été choisi de faire un focus sur une filière d'excellence, porteuse de développement et de création d'emplois pour notre territoire : l'image.

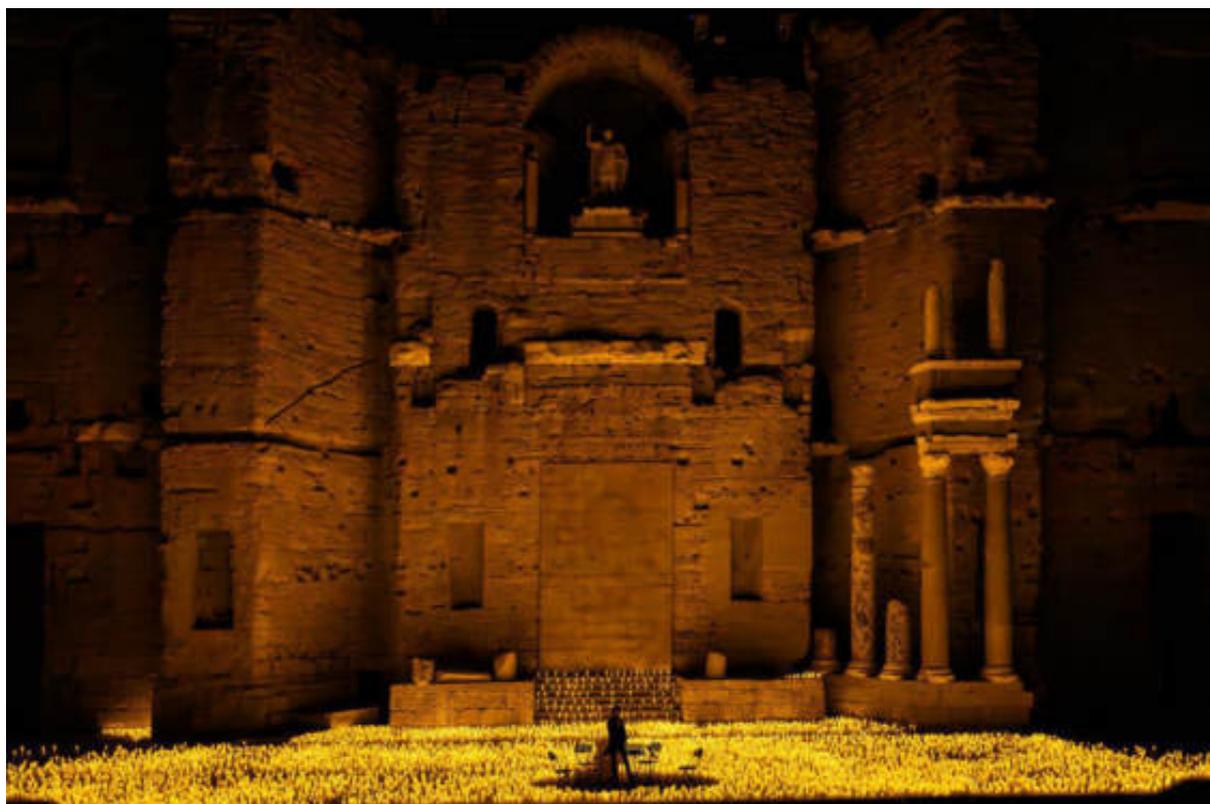
La soirée a débuté par des prises de paroles de différents intervenants de la filière de l'image, puis s'est poursuivie autour d'un chaleureux cocktail pour se terminer par une projection de l'Odyssee Sonore. Ce sont près de 200 personnes qui étaient présentes à cette occasion.





Candlelight - 4 octobre

L'événement Candlelight a fait sa grande première au Théâtre antique d'Orange.
Le 4 octobre, le monument a accueilli deux concerts Candlelight et a ravi les **1200 spectateurs présents** pour cet événement, avec un taux de remplissage de 97%.
Quatre musiciens locaux ont repris les airs les plus connus des artistes Coldplay et Imagine Dragons pour la première séance, et de Hans Zimmer pour la seconde.
Au sein de lieux spectaculaires, ces représentations intimistes à la lueur des bougies permettent de redécouvrir la musique autrement. Ce sont près de 15 000 bougies qui ont été installées pour l'occasion.
Concernant la provenance des spectateurs, la région PACA représente 53% des achats de billets. Orange est en tête avec 13%, Avignon 8%, Marseille 8%. La région Occitanie représente 14% des ventes, Paris et l'Ile-de-France 14%, et l'Auvergne Rhône-Alpes 13%.





Orano Group - 15 octobre

Le 15 octobre, nous avons accueilli l'équipe d'Orano Projets pour un afterwork mêlant plaisir, détente et culture. 80 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 participé à une visite guidée du Théâtre, ont découvert la visite virtuelle, puis ont pu profiter d'un cocktail sur la scène avant la projection de l'Odyssee Sonore.



Ces 3 privatisations ont généré un chiffre d'affaires de 19 972€ ht.

Événement	CA HT
Candlelight	7 500,00 €
Vaucluse Provence Attractivité	6 345,00 €
Orano	6 127,20 €
Total	19 972,20 €



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 : Vaucluse Provence Attractivité

Chiffres clés





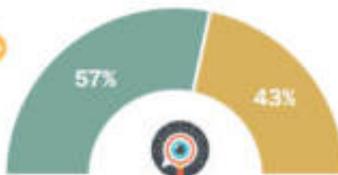
FRÉQUENTATION GLOBALE EN 2024

UN BILAN ANNUEL STABILISÉ APRÈS PLUSIEURS ANNÉES DE VARIATIONS

22,3 millions de nuitées touristiques en 2024 : la fréquentation touristique vaclusienne affiche une stabilité positive de +3% comparée à 2023 une fréquentation touristique dynamique avec des ailes de saison performantes.

La part de la clientèle étrangère s'établit à 43%, tout comme en 2023. Nuitées françaises et étrangères sont stables en Vaucluse et affichent les mêmes parts respectives qu'en 2023.

NUITÉES FRANÇAISES +3%
vs 2023



NUITÉES ÉTRANGÈRES +3%
vs 2023

57% des nuitées globales sont françaises en Vaucluse. On observe cette année une stabilité du volume de nuitées (12,7 millions). Grâce à des balances positives (Pont 8 mai + Ascension, Toussaint, 11 novembre), certains reculs (Pâques, Pentecôte, ponts estivaux) ont été compensés.

43% des nuitées sont étrangères, soit 9,6 millions de nuitées. La tendance 2024 est également à la stabilité. Les ailes de saison, grâce aux ponts et à la météo, permettent aux clientèles étrangères vaclusiennes, majoritairement européennes du Nord (Allemagne, Pays-Bas, Belgique) de compenser les reculs conjoncturels de nationalités plus lointaines.

NUITÉES GLOBALES



CLIENTÈLES FRANÇAISES ESTIVALES



CLIENTÈLES ÉTRANGÈRES ESTIVALES





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 2023. La fréquentation du Palais des Papes et du Pont Saint-Bénézet est stable vs 2023.

ÉTABLISSEMENT	COMMUNE	TOTAL 2024	EVOL.VS 2023
PALAIS DES PAPES	AVIGNON	705 040	→
PONT SAINT-BÉNÉZET	AVIGNON	482 235	→
THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE	ORANGE	142 930	→
CHÂTEAU DE GRIGNAN	GRIGNAN	135 794	↗
FONDATION VILLA DATRIS (GRATUIT)	L'ISLE SUR LA SORGUE	70 000	→
CHÂTEAU DE LOURMARIN	LOURMARIN	60 000	→
FORT SAINT-ANDRÉ	VILLENEUVE LES AVIGNON	38 218	↗
PALAIS DU ROURE (GRATUIT)	AVIGNON	34 033	↘
FORTERESSE	MORNAS	32 419	↗
CHARTREUSE DE VILLENEUVE LES AVIGNON	VILLENEUVE LES AVIGNON	27 688	↘
ABBAYE SAINT-ANDRÉ ET SES JARDINS*	VILLENEUVE LES AVIGNON	26 882	↘
COLLÉGIALE NOTRE DAME	VILLENEUVE LES AVIGNON	22 706	↗
TOUR PHILIPPE LE BEL	VILLENEUVE LES AVIGNON	13 228	↘

Source CRT PACA

Quelques chiffres clés :

- 17,5 millions de nuitées en région PACA en 2024, dont 1,9 millions dans le département du Vaucluse ;
- 36,6 millions de séjours ont lieu en région Sud.

Le tourisme est le poumon historique de l'économie de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur avec plus de 150 000 emplois (124 000 salariés et 29 000 non-salariés) et un chiffre d'affaires total de plus de 20 milliards d'euros par an (13 % du PIB). La consommation des touristes dans notre région injecte 16,8 milliards d'euros dans nos territoires (14 milliards en 2010), dont 87% issus de clientèles extrarégionales.



2.1.5 Impact économique et social de l'activité de la délégation de Edeis 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 Edeis 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, vivant 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. Des intermittents des Chorégies d'Orange ont notamment vu leur nombre de contrats augmenter avec l'arrivée d'Edeis.
- Nos parcours de jour et de nuit et notre contribution aux événements du Positiv Festival, 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 Edeis 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 témoigne 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**. Elle doit être reconnue comme un commerce à part entière, et cette dynamique sera renforcée avec l'ouverture d'un nouvel espace d'accueil prévu pour janvier 2025, augmentant ainsi son rôle et son impact économique local. De plus, une nouvelle gamme de produits dérivés sera disponible, plus en adéquation avec l'esprit du lieu et la culture locale, et permettant un roulement des collections.



2.2. Les actions marketing en faveur du développement

Dans le cadre de sa délégation, Edeis poursuit le déploiement de sa stratégie de communication. Cette politique de communication est mise en place avec l'aide et le support du service central du groupe Edeis 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 Edeis, véritable allié du territoire**

Edeis souhaite être à la fois un allié et un développeur du territoire, capable de combiner l'efficacité de la gestion privée au sens de l'intérêt général. En aidant les collectivités à valoriser leur patrimoine public et leurs leviers d'attractivité, qu'il s'agisse d'un aéroport, d'un port, ou d'un site culturel et touristique, en créant une synergie entre ces différents leviers, afin de favoriser l'émergence d'un écosystème performant et attractif au service du rayonnement du territoire.

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



Reportage au 13h de TF1 le 16 août 2024



Reportage au 19.45 de M6 le 19 août 2024



Schéma de l'organisation marketing du groupe Edeis :



➤ **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, Edeis s'entoure des agences spécialisées les plus performantes en la matière, comme The Desk.

La revue de presse est à retrouver ici : https://drive.google.com/drive/folders/13NSx4Xxuxo_xXhZk1B4vqwVTgywoha1v?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 2024 et distribuée sur l'ensemble des réseaux professionnels (Bienvenue en Provence, Totem de l'Info, Sud Ardèche 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, Edeis a créé un poste CDD de Chargé(e) de promotion pour la diffusion complémentaire aux réseaux professionnels.



Au total, de mars à septembre, **240 000 dépliant**s 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, 30 lieux touristiques et culturels, etc.



Dépliant promotionnel 2024





➤ **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 détaillé](#).





Campagne affichage - photo prise Gare de Lyon à Paris en 2024

➤ **La mise en place de nombreux partenariats**

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

- ✓ Avec **Vaucluse Provence Attractivité**, dans le cadre d'un **pass Vaucluse** en billetterie.
- ✓ Avec l'**Office de Tourisme**, pour une visite couplée du Théâtre et les dégustations sonores+ préventes de billets à tarifs préférentiels.
- ✓ Avec les **Chorégies d'Orange**, pour des visites des coulisses des spectacles entre fin juin et début août + des réductions sur la visite du Théâtre pour les spectateurs des Chorégies pendant toute la durée du festival.
- ✓ Avec le **Positiv Festival**, dans le cadre de la co-production.
- ✓ Avec **France Bleu Vaucluse**, interviews régulières tout au long de la saison + jeux-concours.
- ✓ Avec **YAMAHA**, sponsor de l'expérience historique en réalité virtuelle.
- ✓ Avec **FOCAL**, sponsor 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 l'Odysée Sonore (en français et en anglais) et la réalisation de plusieurs vidéos promotionnelles ;
- De nombreux shootings photos ont permis de renforcer la promotion ;
- Les images spectaculaires des projections d'images monumentales de l'Odysée 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 Edeis : une approche **moderne, proactive et interactive** avec les communautés d'abonnés.

EDEIS utilise l'outil **GIGZ**, une plateforme CRM et publicitaire pour connecter toutes les données, personnaliser les parcours clients et automatiser les processus de ventes grâce à des générateurs de ciblage automatisés.

GIGZ est une plateforme CRM pilotée par l'IA qui intègre tous les leviers digitaux nécessaires pour cibler efficacement les meilleurs acheteurs potentiels, visualiser les canaux marketing les plus efficaces et mesurer l'impact du ROI (retour sur investissement) marketing des investissements publicitaires.

Voici une synthèse illustrée de l'action de Erika Miannay, Community Manager du groupe Edeis :



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 criss 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



18 872

Facebook



+ 35%

Par rapport à décembre 2023.



10 172

Instagram



+ 29%

Par rapport à décembre 2023.

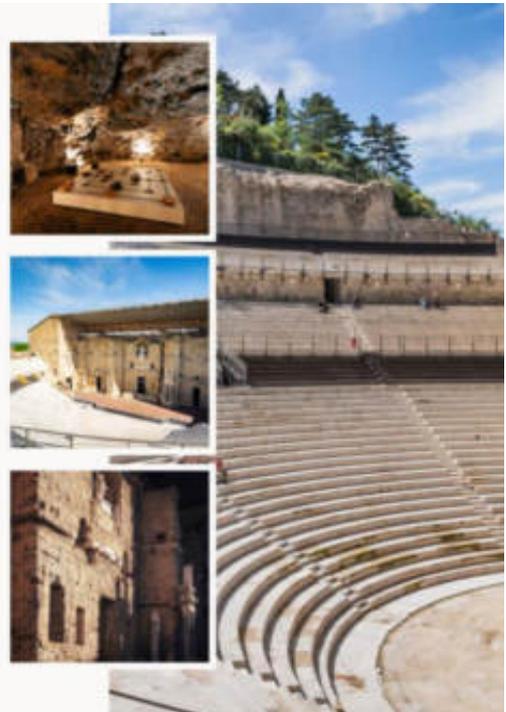


ORIGINE DES FOLLOWERS

QUI SONT-ILS ?

Sur Facebook : Orange 6.9%, Avignon 2.7% , Marseille 2.6%.
Âgés principalement de 34 ans à 55 ans avec une grande majorité de femmes 67%.

Sur Instagram : Orange 4.5%, Marseille 3.5%, Paris 3.2%.
Âgés principalement de 25 à 44 ans avec 57% de femmes.





MARKETING D'INFLUENCE

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





➤ Actions commerciales

Plan d'action commerciales détaillé et illustré à retrouver en [l'ANNEXE 1 - plan marketing détaillé](#).

Pour rappel, à sa prise de délégation Edeis a créé un poste de chargée d'actions commerciales.

OPERATIONS SUR LE TERRITOIRE NATIONAL

Salon des Voyages de Clermont-Ferrand - 20 et 21 janvier 2024

4600 visiteurs sur le salon dont plus de 400 sur le stand du Théâtre antique.

Salon CSE EVASION PLUS - 8 février 2024 au Grau du Roi

Nîmes Urban Trail - 17 février 2024

Stand promotionnel sur le village partenaire.

Salon Mahana Lyon - Du 8 au 10 mars 2024

18 800 visiteurs sur 3 jours de promotion auprès du grand public à la recherche des dernières tendances touristiques.

Animations sur le stand (visite virtuelle, jeu-concours avec tirage au sort une fois par jour) et conférence sur les offres de visite (grande scène).

190 exposants soit 17% de plus qu'en 2023.

Salon Mondial du Tourisme - Du 14 au 17 mars 2024 à Paris

Rendez-vous annuel des passionnés de voyages.

237 exposants pour 72 000 visiteurs.

Action mutualisée avec Le Train de La Mure et Nîmes Romanité.

Rendez-vous en France - 26 & 27 mars 2024 - En collaboration avec l'Office de Tourisme Orange - Châteauneuf-du-Pape

17^{ème} édition à Toulouse, événement incontournable organisé par Atout France.

Salon professionnel réunissant 800 tour-opérateurs du monde entier.

Plus de 40 contacts prospects obtenus et échanges avec les clients référencés : américains et asiatiques.

ID week-end à Nice - Du 5 au 7 avril 2024

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

80 stands pour 18 000 visiteurs. Le 5 avril a été consacré au B2B des rendez-vous en direct avec les professionnels pour présenter les offres.

Salons CSE cinémas CGR les :

25 avril 2024 à Rivesaltes

16 mai 2024 à Vitrolles

26 septembre à Manosque

5 novembre à Nîmes

Animations sur le stand (visite virtuelle, casque Focal).

Atout France : Workshop France / Allemagne - Du 25 au 27 septembre 2024 à Marseille

Une quarantaine de prospects rencontrés.

Marché des voyages groupes - Du 5 au 7 novembre 2024 au Château d'Andrézieux

Cette opération mutualisée avec le Petit Train de La Mure a permis de rencontrer les autocaristes de la région AURA (Buchet, Chabannes, Migratour).

Travel Meet - 10 décembre 2024 à Avignon

Organisé par le Comité Régional du Tourisme, cet événement a pour vocation de promouvoir les différentes offres du Théâtre antique à ses prospects internationaux.

Une cinquantaine de tour-opérateurs et agences de voyage ont fait le déplacement à Orange en amont de l'événement sur les thématiques UNESCO et gastronomie provençale.

OPERATIONS A L'INTERNATIONAL

CES LAS VEGAS - D 6 au 9 janvier 2024

Remise du prix d'innovation reçu pour l'Odysée sonore en présence de Renaud Muselier, Président de la Région Sud.



Media Event Explore France - 30 janvier 2024 à Amsterdam

Networking avec les médias et créateurs de contenus néerlandais.

Workshop Explore France - 14 mars 2024 à Amsterdam

Rencontres networking avec des tour-opérateurs et des conseillers de voyages indépendants.

Atout France : Workshop Francia - 3 octobre 2024 à Madrid

Rencontres avec les tours-opérateurs et les agences de voyage espagnoles et portugaises.

Cette rencontre offre la possibilité à chaque exposant de présenter ses nouveautés aux professionnels du secteur.

Une quinzaine de prospects rencontrés.



Galerie photos



Au total, un budget de plus de 800 000€ a été investi en 2024 pour les actions marketing en faveur du développement des sites du patrimoine orangeois.

La délégation de service public d'Edeis 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'Odysée Sonore.

Ces opérations ont déclenché des retombées économiques directes et indirectes, en mettant en lumière les atouts culturels et touristiques d'Orange sur la scène internationale.

Les investissements dans la promotion ont non seulement **dynamisé l'économie locale** en développant davantage de notoriété, mais ont également engendré la création d'emplois dans les secteurs du tourisme, de la culture, et de la technologie.

En outre, la **visibilité accrue obtenue grâce à ces événements a renforcé l'attrait de la ville en tant que destination touristique**, stimulant ainsi les activités commerciales locales et encourageant l'investissement dans l'infrastructure et les services.

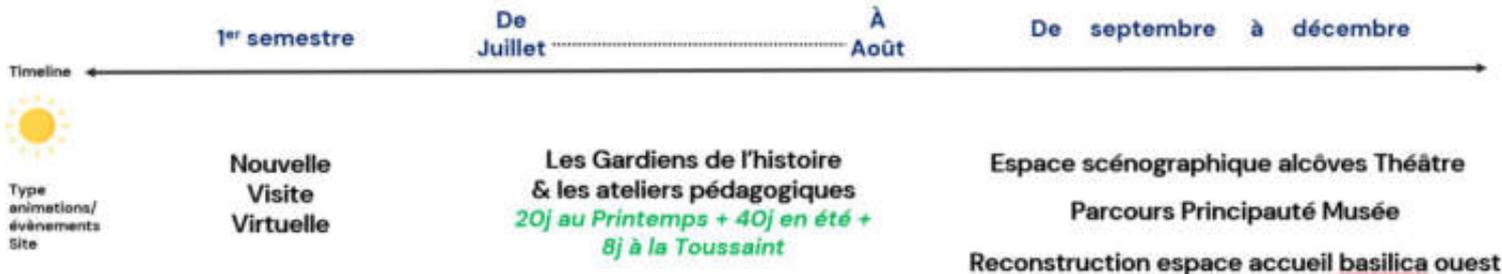


2.3. Mise en place du projet culturel



THÉÂTRE ANTIQUE

UN PROJET CULTUREL FORT ET AMBITIEUX
Réalizations 2024



Type animations/ événements Site

L'ODYSSÉE SONORE

94 soirées en 2024

POSITIV

CO PRODUCTION CONCERTS EDEIS & POSITIV
Deep Purple 31 juillet, Toto 2 août, Dire Straits Expérience 3 août
Positiv Electronic Festival du 16 au 18 août

2.3.1. NOUVEAUTÉ - La nouvelle expérience historique en réalité virtuelle





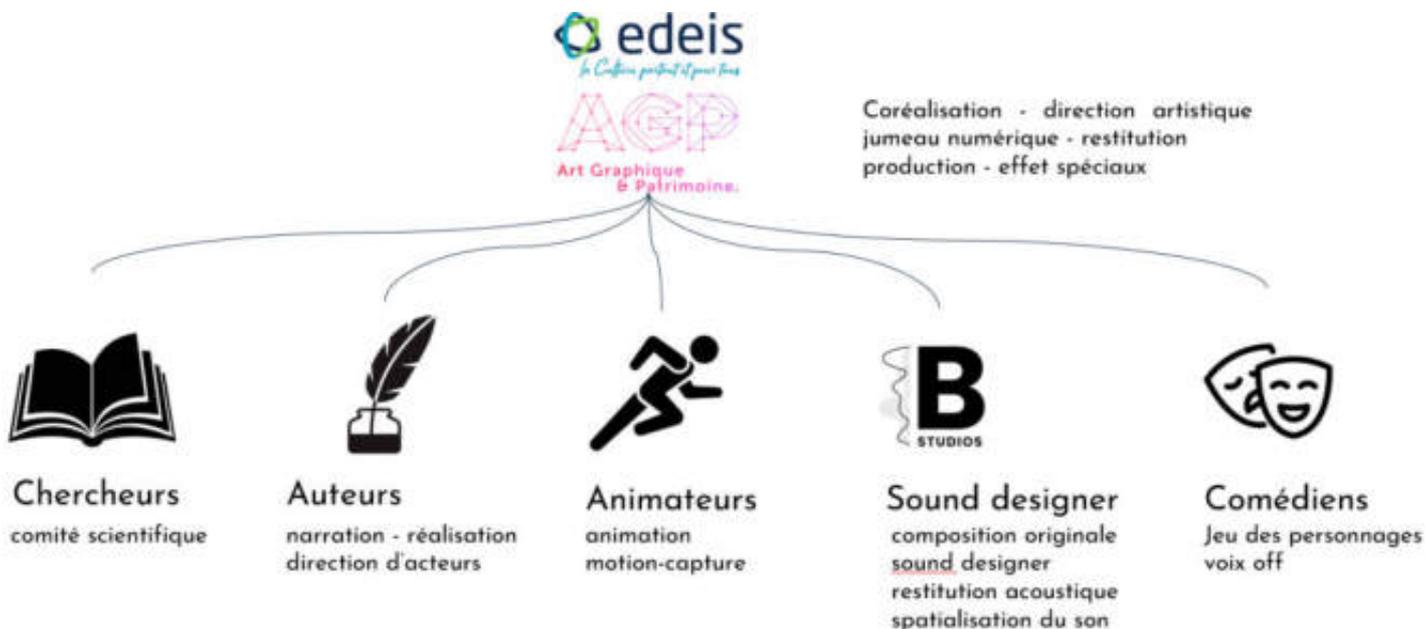
Dès 2018, le Théâtre antique d'Orange était parmi les pionniers de ces nouveaux formats de valorisation et de médiation culturelle. Cette nouvelle expérience vient succéder à un film immersif retraçant la construction du monument au I^{er} siècle de notre ère.

Avec plus de 70 000 spectateurs depuis sa création, l'expérience historique en réalité virtuelle s'est inscrite dans les parcours de visite du monument de manière pérenne.

Fort de ce succès et afin de renouveler l'offre culturelle, Edeis s'est associée à nouveau avec la société spécialisée Art Graphique & Patrimoine pour concevoir une nouvelle version de l'expérience très ambitieuse : « **Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu** », qui porte une nouvelle ambition très forte :

- Un scénario dans les coulisses de l'Antiquité ;
- La durée du film de 7min à 13min ;
- La véritable expérience du 360° ;
- Une version française et anglaise ;
- Une très haute qualité visuelle & sonore ;
- L'expérience de restitution de l'acoustique antique ;
- Un véritable dialogue avec les scientifiques de la Sorbonne et du Cireve.

Pour atteindre ces objectifs, Edeis et Art Graphique & Patrimoine ont rassemblé une équipe d'experts :



Pour faire découvrir l'Âge d'or du monument, les auteurs / réalisateurs ont composé un scénario sur mesure, dans lequel le visiteur est invité à rencontrer Jade, une jeune comédienne contemporaine en visite au Théâtre antique d'Orange, happée par la découverte d'un **masque antique**. Au moment-même où elle le saisit, elle est soudainement **transportée dans le passé** et, comme dans un jeu, une course contre le temps démarre !



Guidée par le monument personnifié et incarné par une voix off, Jade devra **redonner vie** aux « âmes du lieu » et permettre ainsi à la représentation théâtrale prévue le soir même, de bien avoir lieu ! La jeune comédienne doit utiliser ses talents et sa passion pour la scène afin de **ramener la magie du Théâtre à la vie**.

Ce scénario original confère à l'expérience une **vocation historique et pédagogique**.

Grâce à la reconstitution du Théâtre à l'époque romaine, le public découvre son architecture avec son **impressionnant mur de scène et ses riches décors** - aujourd'hui disparus.

Il découvre une partie des coulisses du Théâtre avec les machineries, notamment celles des systèmes de décors ingénieux, du rideau de scène ou encore du velum dont le monument garde encore des marques visibles.

Il peut enfin se rendre compte de l'acoustique exceptionnelle dont les comédiens bénéficiaient, fruit du génie romain dans la construction (impliquant la hauteur des gradins, du mur ou encore l'utilisation du marbre au sol, etc.).

Pas moins de **10 mois de développement** ont été nécessaires pour faire aboutir ce film immersif dont la vocation est à la fois d'**émervueillir le visiteur** et de susciter réflexions et questionnements sur l'évolution et l'histoire du Théâtre antique d'Orange.

Une soirée d'inauguration a été organisée le mercredi 29 mai et a permis de faire découvrir cette nouvelle expérience innovante auprès de **250 professionnels** de la culture et du tourisme.

Avant cela, Edeis a tenu à ce que les écoliers d'Orange soient les premiers spectateurs de cette nouvelle expérience.

Ainsi, le mardi 28 mai, **220 enfants de la Ville** ont découvert avec enthousiasme cette nouvelle version, voici quelques-uns de **leurs meilleurs commentaires** :

- « *J'ai tout aimé car c'était trop bien et j'aimerais y retourner avec ma famille* »
- « *Mon moment préféré c'est quand on vole, quand on dirait qu'on est des oiseaux* »
- « *Le moment que j'ai préféré est quand il jouait de la musique* »
- « *Quand elle ramène les personnages à la vie* »
- « *J'ai tout aimé, les personnages et l'histoire du Théâtre* »
- « *J'ai aimé quand on était en hauteur et que la vue était magnifique* »
- « *Mon moment préféré a été quand on a découvert le Théâtre à l'époque* »
- « *Quand Jade a découvert le masque et qu'elle est venue dans l'ancien temps. Qu'elle a découvert de nouvelles choses sur le Théâtre.* »
- « *Le moment où on voyait les anciens décors* »
- « *Quand il lui montre les mécanismes* ».



Les écoles invitées :



École du Grès
École Pourtoles
École Mistral
École de la Nativité
École Notre-Dame

Edeis remercie le service des affaires scolaires pour leur accompagnement dans cette opération.

Du 1^{er} juin au 31 décembre, près de 15 000 visiteurs ont découvert l'expérience, Edeis réalise régulièrement une enquête de satisfaction auprès de cette audience, voici les informations qui en ressortent :

37% des visiteurs interrogés ont plus de 56 ans ;

58% avaient déjà visionné un film en réalité virtuelle ;

65% sont satisfaits de la qualité de l'image ;

90% sont satisfaits de la qualité du son ;

90% des spectateurs ont apprécié le film et estiment que l'expérience a répondu à leurs attentes en matière de découverte du Théâtre à l'époque romaine. Beaucoup considère que la durée (13min) est trop courte !

99% des personnes interrogées recommandent l'expérience à leur entourage !

2.3.2. NOUVEAUTÉ - Parcours Principauté au Musée



Le nouveau parcours du Musée sur le thème de la Principauté propose une véritable immersion dans l'histoire fascinante de la cité princière d'Orange, depuis la période médiévale jusqu'au traité d'Utrecht : découverte des blasons emblématiques, du cornet à l'orange, de l'arbre généalogique millénaire qui retrace les liens entre les grandes familles telles que les Nassau, les Chalon et les Baux, etc.

Edeis remercie le service Conservation du Musée pour son aide précieuse dans la conception de ce parcours thématique.





2.3.3. NOUVEAUTÉ en préparation pour 2025 - Parcours scénographique
« Les légendes du Théâtre »

Conception d'un nouveau parcours scénographique dans les alcôves du monument qui invitera les visiteurs à explorer l'histoire des spectacles qui ont forgé la renommée de ce site unique.

Ce parcours innovant mêlera archives exclusives, documentaires inédits et technologies de pointe comme la réalité virtuelle (*VR Music Live*, ©Edeis).

À travers anecdotes, archives photographiques et expériences sensorielles, le parcours célébrera 2 000 ans d'histoire et confirmera le Théâtre antique d'Orange comme un patrimoine vivant et une scène culturelle d'envergure internationale.

Extraits du dossier de demande d'autorisation de travaux déposé en mars 2024 à la Direction Régionale des Affaires Culturelles :



L'autorisation de travaux a été délivrée en octobre 2024.



2.3.4. NOUVEAUTÉ en préparation - Construction de la nouvelle billetterie/boutique

Le chantier de la Basilica Ouest de reconstruction de la billetterie/boutique a commencé en octobre 2024. La fin des travaux était prévue pour janvier 2025.



Le dossier de demande d'autorisation de travaux a été déposé en août 2023.
L'autorisation de travaux a été délivrée en mai 2024.

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



2.3.5. Les Gardiens de l'Histoire

Ce nouveau format de parcours théâtralisé créé par Edeis est inédit, 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, 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.



Lucius
Vétéran de 11ème
Légion Gallique



Marullus
Auteur du 11ème
siècle



Guillaume de
Gellone



Tiburge



Auguste Caristie



Sarah Bernhardt



Corinne
Régisseuse
Orange 75

NOUVEAUTÉ - Une visite animée !

Au regard du succès de ce parcours théâtralisé, les équipes d'Edeis ont décidé de créer 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'Odyssee 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.



FREQUENTATION ATELIERS PEDAGOGIQUES ET VISITE ANIMEE

ATELIERS PÉDAGOGIQUES

Fréquentation juillet (du 6 au 31)	Fréquentation août (du 1 ^{er} au 15)
<u>Fréquentation totale</u> (18j) : 1 033	<u>Fréquentation totale</u> (12j) : 966
\bar{x} : 57	\bar{x} : 80
<u>Individuels</u> : 65	<u>Individuels</u> : 92
<u>Familles</u> : 968	<u>Familles</u> : 839
<u>Fréquentation totale ateliers pédagogiques</u> = 1 999	

VISITE ANIMÉE

Fréquentation juillet (du 6 au 31)	Fréquentation août (du 1 ^{er} au 15)
<u>Fréquentation totale</u> (7j) : 131	<u>Fréquentation totale</u> (6j) : 98
\bar{x} : 19	\bar{x} : 16
<u>Fréquentation totale visites animées</u> = 229	

L'événement "Les Gardiens de l'Histoire" au Théâtre Antique d'Orange propose un voyage à travers le temps. Les familles rencontrent des personnages historiques qui font revivre les grands moments du monument et de la ville millénaire.



BFM MARSEILLE
17:56 DIRECT

Trets 25°

LES GARDIENS DE L'HISTOIRE AU THÉÂTRE ANTIQUE TOP SORTIES

ALERTE INFO - Collège des Chartreux : levée de doute terminée. Les élèves ont pu regagner leur domicile. (Police)



2.4 LES ÉVÉNEMENTS

2.4.1. L'Odysée Sonore récompensée !



En novembre 2023, la Consumer Technology Association (CTA) qui se déroule chaque année à Las Vegas a annoncé les lauréats du « CES 2024 Innovation Awards ». Pour les prix de l'innovation, IMKI by Edeis reçoit un « Innovation Awards Honoree » dans la catégorie « Content & Entertainment » pour l'Odysée Sonore au Théâtre antique d'Orange. Ce concours international récompense chaque année une conception et une ingénierie exceptionnelles dans le domaine des produits technologiques grand public. L'événement intègre pour cette nouvelle édition une catégorie supplémentaire, spécialement dédiée à l'intelligence artificielle. Parmi les 3000 candidats (un record dans l'histoire de ce concours), IMKI by Edeis est la seule start-up française à décrocher cette distinction dans sa catégorie. Elle démontre ainsi la vitalité de la « French tech » dans un secteur en pleine croissance. « Cette récompense, c'est la démonstration que l'IA générative peut être un lien formidable entre le passé et le futur. L'expérience du Théâtre antique d'Orange, classé au Patrimoine mondial de l'UNESCO, est désormais reconnue par les meilleurs experts de la tech mondiale. IMKI by Edeis confirme ainsi sa capacité à révolutionner les expériences culturelles immersives au profit du patrimoine. », a annoncé Olivier Galzi, vice-président du groupe Edeis.

90 soirées d'Odysée Sonore ont été programmées en 2024 ayant permis d'accueillir près de 1 000 spectateurs, et de mettre en place une enquête de satisfaction afin d'étudier les retours du public et de préparer la nouvelle version 2025.





États-Unis | Primaire républicaine #1-26-27
Présidentielle : et le favori est... Donald Trump !

GODOT & FILS DEPUIS 1943

ACHAT - VENTE

• OR • ARGENT
• DIVERS • BIJOUX

www.godotetfils.com

Expertise gratuite, diagnostics gratuits, Remplacement orfèvre

5 AGENCES POUR MIEUX VOUS SERVIR

1 rue Denis Diderot 13008 Marseille 04 79 42 91 82	5 avenue Victor Hugo 13002 Marseille 04 79 51 30 30	31 rue Maréchal Foch 13000 Marseille 04 79 54 43 43
--	---	---

VAUCLUSE
matin

Édition provençale | 94A
Lundi 15 janvier 2024

1,40 €

Les start-up françaises au plus grand salon high-tech

Vaucluse et Région brillent à Las Vegas



Au CES de Las Vegas, Renaud Muselier, président de la Région Sud, a notamment testé "l'Odyssée sonore", un spectacle immersif présenté au théâtre antique d'Orange l'été dernier. Il a reçu le prix de l'innovation. Photo: Edeis

Avignon #1-9

Et si on rénovait la rue de la République ?



Photo: Le DL/Marc-Félix Albert

Carpentras #1-4

Un blessé par balles dans un restaurant

Ultra-trail Cahier Sports

François D'Haene, ses immenses défis pour 2024



Archives photos Le DL/Thierry Guillot

Zoom sur... L'Odyssée sonore

Au CES de Las Vegas, Renaud Muselier, président de la Région, vit l'expérience

Renaud Muselier, président de la Région Sud, a profité de son déplacement au CES de Las Vegas le 9 janvier dès l'ouverture du salon, pour s'arrêter longuement sur le stand de Imki by Edeis où il a pu tester et découvrir L'Odyssée sonore, spectacle immersif nocturne projeté au Théâtre antique d'Orange. Il a tenu également à féliciter les équipes de Edeis et Imki pour le prix d'innovation reçu dans le cadre du CES de Las Vegas. Il a salué l'implication et la détermination de Edeis à faire revivre ce lieu millénaire. Grâce à l'équipement technique de L'Odyssée Sonore (25 vidéoprojecteurs au total), le Théâtre antique d'Orange s'est transformé pour accueillir de nouveaux publics et leur faire vivre une expérience immersive unique au monde. "Ces équipements technologiques sont un outil de création exceptionnel qui permettra à ce lieu de spectacle multimillénaire de proposer aux spectateurs des programmes toujours plus innovants et des expériences inoubliables", souligne le gestionnaire du Théâtre antique.

Tout comme Cathy Fermanian, directrice générale de Vaucluse Provence Attractivité, Renaud Muselier a été sensible à ce développement qui favorise le rayonnement de la région Paca jusqu'à l'international.

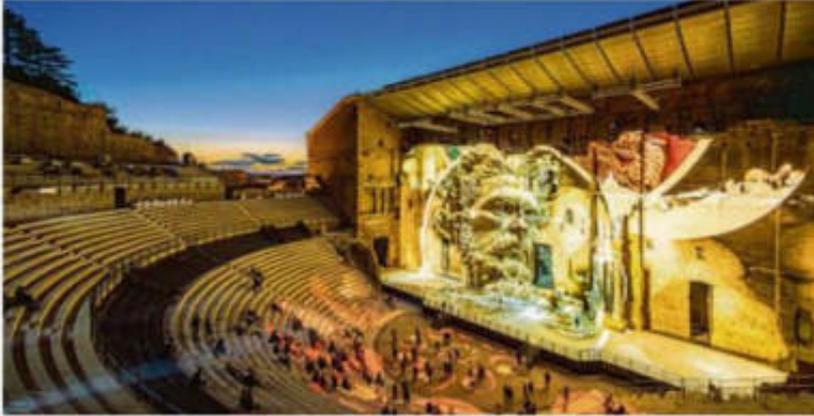
/PHOTO DR





"L'Odyssée sonore" s'expose à Las Vegas

THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE Le spectacle immersif généré par l'Intelligence artificielle a été primé par le CES, célèbre salon américain consacré à l'innovation technologique et électronique. Une délégation vauclusienne est sur place.



L'Intelligence artificielle s'invite dans le Théâtre antique d'Orange avec l'Odyssée Sonore. Le show a été primé aux États-Unis. (PHOTO THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE)

Quand le passé résonne avec le futur, ça donne l'Odyssée sonore, une expérience acoustique immersive et ultra-technologique. Le Théâtre antique d'Orange aux 2 000 ans d'histoire ne se repose pas sur ses vieilles pierres et a innové en passant en mode 3D avec un mapping vidéo (projection de vidéos sur des volumes en jouant avec leur relief) généré par l'Intelligence artificielle (IA), couplé avec des sons dynamiques 3D grâce à des casques audio permettant un son binaural, à 360°, le tout basé sur le tracking à faible latence. "C'est un parcours spectral immersif, avec sons et lumières", résume simplement, mais efficacement, Mathilde

Moure, directrice des lieux. Un show hors norme qui n'a pas manqué de taper dans l'œil des Américains. En decennant cet "Innovative Awards Showcase" à l'Odyssée sonore, dans la catégorie "Content & Entertainment", le Consumer electronics show (CES) de Las Vegas, le plus important salon consacré à l'innovation technologique en électronique grand public, met alors à l'honneur une création unique et inédite "made in France". Parmi les 3 000 candidats (un record dans l'histoire de ce concours), le start-up, DMK by Edeis. "C'est la jeune poussie submersive qui dirige des créations visuelles et la seule, en France, à dévoter cette diffusion dans cette catégorie", détaille la directrice, qui s'est envolée vers le Nevada, pour quatre jours de salon, du 9 au 12 janvier, avec également, Catherine Fermanian, directrice de l'agence de développement du tourisme et des territoires du Vaucluse (Vaucluse Provence Attractivité), et Julie Lital, manager du pôle prospection et filières. Les concepteurs de cette technologie sont

aussi partie du voyage. "Ce nous met encore plus sur le devant de la scène. L'année dernière, après avoir déjà présenté au CES la technologie des Li géométriques, on avait candidaté", relate Mathilde Moure. Désormais, c'est armée de visuels et de vidéos à 360° que l'équipe participe au salon. "Sur notre stand, les visiteurs sont plongés en conditions réelles dans le théâtre, grâce à des casques de réalité virtuelle", explique la responsable.

Déjà 80 représentations et 13 000 spectateurs conquis
C'est également une opération de visibilité que va mener la délégation vauclusienne sur un mouvement classé à l'Unesco avec une telle renommée technologique. "ça fait beaucoup d'années pour attirer les visiteurs du monde entier". Depuis le 1^{er} mai 2023, cette expérience immersive a donné lieu à plus de 80 représentations et a déjà enchanté près de 13 000 spectateurs. "On espère le doubler en 2024. Il faut que l'Odyssée fasse son chemin", avance Mathilde

“ A l’époque romaine, les bâtisseurs étaient à la pointe de la technologie. On ne fait que perpétuer cette tradition. ”

Moure. Pour rappel, le Théâtre antique possède également une salle de réalité virtuelle qui plonge le public au I^{er} siècle, lors de la construction.
"Être aux États-Unis ou performer de tester de nouvelles technologies", s'inspirent la directrice. À l'époque romaine, les bâtisseurs étaient à la pointe de la technologie. Sans micro, un chanteur pouvait être audible face à 11 000 spectateurs. On ne fait que perpétuer cette tradition."
Paul GIBRAL
Reprise des spectacles le 29 mars.
Informations sur odysséesonore.com
Tarifs de 18 à 22€.

“ Ça nous met encore plus sur le devant de la scène. ”
MATHILDE MOURE, DIRECTRICE DU THÉÂTRE ANTIQUE



2.4.2. Le Positiv Festival

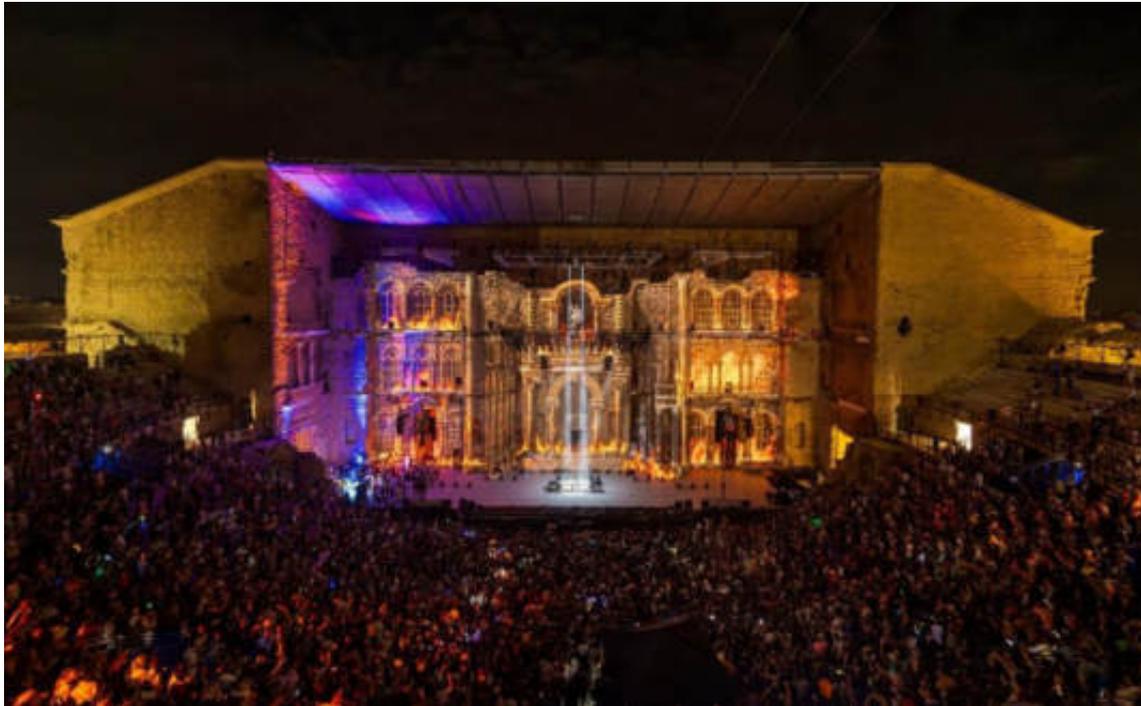
Un été de concerts inoubliables avec plus de 57 000 spectateurs !

Deep Purple, TOTO, The Dire Straits Expérience, les mythes du rock se sont succédé du 30 juillet au 3 août sur la scène bimillénaire du Théâtre antique d'Orange. Le POSITIV Festival, en coproduction avec Edeis 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.





Pour cette 6ème édition, POSITIV Prod associée à Edeis, 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 performances de circassiens ont renforcé l'immersion du public sans laisser de répit à son émerveillement. Le POSITIV Festival se vit comme une expérience complète.



L'immersion comme vecteur d'expérience

Propre à l'identité d'EDEIS et de POSITIV, l'immersion du public a pris de l'ampleur cette année et a accentué l'aspect « expérience » tout au long de ce rendez-vous musical. Des shows pyrotechniques et des performances des circassiens qui ont participé à la cérémonie de clôture des Jeux Olympiques de Paris (avec le duo Sweet Darkness ainsi que le duo EmYo qui travaille notamment avec le Cirque du Soleil) ont émerveillé le public à chaque inter-shows. On se souviendra de l'incroyable show d'Apashe accompagné par Le Brass Orchestra (un orchestre de cuivres en live) couplé à un vidéomapping de tableaux d'art classique ou romantique, ou des visuels entre créature, alien et robot. Le duo français Tchami x Malaa ont livré un set complètement immersif appuyé par des vidéos et projections créées tout particulièrement pour l'occasion et reprenant les codes de l'architecture antique du lieu et ceux de l'univers postapocalyptique du festival. Même les spectateurs étaient acteurs de l'expérience, munis de bracelets lumineux et connectés, et ont illuminé les gradins et l'orchestra au rythme des DJs.



2.5. Activité de la librairie-boutique

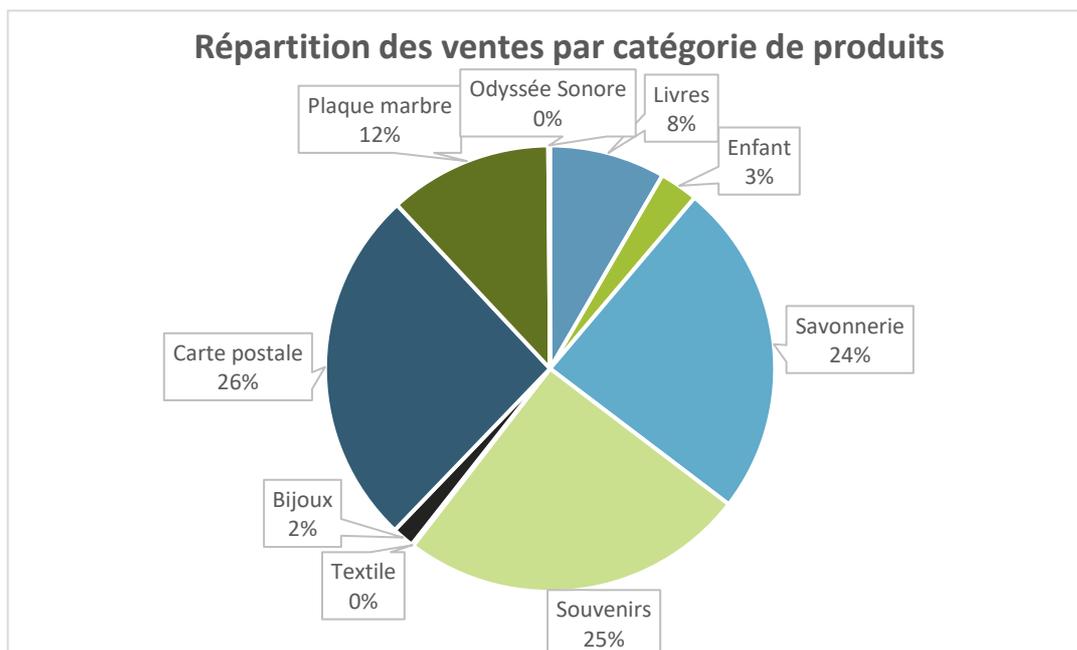
L'activité de la librairie-boutique a connu une baisse considérable en 2024, en raison de son déplacement au Musée, ne l'intégrant plus sur le parcours de visite du Théâtre. Le chiffre d'affaires a en effet chuté de manière conséquente, de -33% par rapport à 2023 et de -45% par rapport à 2019.

La réouverture du nouvel espace d'accueil et boutique début 2025, laisse présager un avenir beaucoup plus engageant, avec un espace totalement repensé et des gammes de produits plus qualitatives et variées. L'objectif étant que cette nouvelle boutique devienne un véritable commerce du centre-ville d'Orange.

Voici la répartition des ventes par catégorie de produits :

	Nb Articles	%
1 - LIVRES	2370	8.33%
2 - ENFANT	791	2.78%
3 - SAVONNERIE	6907	24.29%
4 - SOUVENIRS	7111	25.01%
5 - TEXTILE	39	0.14%
6 - BIJOUX	447	1.57%
7 - CARTE POSTALE	7389	25.98%
8 - PLAQUE MARBRE	3348	11.77%
9 - ODYSSEE SONORE	36	0.13%

Les produits ayant le plus de succès sont les cartes postales, suivies de près par les produits de la catégorie Souvenirs, qui comprennent notamment les médailles et billets du Théâtre et de l'Arc, les mugs, boules à neige, bloc-notes, etc., ainsi que la partie Savonnerie, incluant les savons, parfums et pochons de lavande.



Le top 10 des ventes :

DÉSIGNATION PRODUIT	QUANTITÉ VENDUE	FOURNISSEUR
MEDAILLE	3241	MONNAIE DE PARIS
CARTES POSTALES	3021	ÉDITIONS ART JACK
BILLET THEATRE	1823	BANKNOTE
MAGNET ORANGE	1500	ÉDITIONS ART JACK
CARTES POSTALES	1065	SOCIÉTÉ PEC
BILLET ARC	692	BANKNOTE
MAGNET THEATRE	495	SOCIÉTÉ PEC
SAVON 120G LAVANDE	422	ESPRIT PROVENCE
CUBE CITATIONS	286	SVE
MAGNET CARPE DIEM	242	SVE



Les travaux de reconstruction de l'espace d'accueil billetterie/boutique ont débuté au 4^{ème} trimestre de 2024.

Un travail approfondi a été mené depuis 2023 sur l'étude des collections de la future boutique avec une entreprise spécialisée dans le domaine : Halley & Co.

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

Pour l'ouverture 2025, trois grandes familles de produits seront 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 est 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**.

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	- €	220,00 €	- €
Février	20,58 €	220,00 €	- €
Mars	88,20 €	220,00 €	- €
Avril	164,64 €	220,00 €	- €
Mai	385,14 €	220,00 €	- €
Juin	455,70 €	220,00 €	305,86 €
Juillet	1 714,02 €	220,00 €	451,64 €
Août	2 147,18 €	220,00 €	667,95 €
Septembre	411,60 €	220,00 €	- €
Octobre	168,56 €	220,00 €	61,58 €
Novembre	47,04 €	220,00 €	- €
Décembre	27,44 €	220,00 €	- €
TOTAL	5 630,10 €	2 640,00 €	1 487,03 €
BÉNÉFICES	1 503,07 €		



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 (11 149 avis)



Théâtre antique d'Orange

4,6 ★★★★★ 11 149 avis ⓘ ⋮

Monument culturel à Orange

- TripAdvisor : 4,5/5 (2536 avis)
N°1 des choses à voir / à faire à Orange
Catégorie « Les incontournables »

Théâtre Antique d'Orange

Partager Avis Enregistrer

4,5 ●●●●● (2536 avis) N°1 sur 33 activités à Orange





●●●●● 4.5/5 — N° 1 sur 33 choses à voir/à faire à Orange — >

<p>Trafic sur la page ⓘ ></p> <p>8307 ↓ 1% Impressions de la page</p>	<p>806 ↑ 18% Visiteurs uniques de la page</p>	<p>Avis ></p> <p>1 ↑ 100% Nouveaux avis</p>	<p>0% — Taux de réponse aux avis</p>
---	--	---	---

- Livre d'or - Extraits





Les meilleurs commentaires du livre d'or sont régulièrement partagés sur les réseaux sociaux.

Par ailleurs, tout avis négatif est systématiquement traité avec une réponse argumentée, afin de garantir un service clients des plus professionnels, dans un souci d'amélioration constante.

Aussi, nous faisons parvenir des questionnaires de satisfaction aux spectateurs ayant participé à l'Odysée Sonore.

Enfin, nous invitons les spectateurs de l'expérience en réalité virtuelle à répondre à un questionnaire de satisfaction, disponible via un QR code à la sortie de la salle.

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 Edeis, 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.

Les différentes phases de travaux ainsi que le déplacement de l'espace accueil, ont considérablement impacté la satisfaction des visiteurs (contraints d'acheter le ticket d'entrée au Musée pour accéder au Théâtre antique) et ne nous ont pas permis de développer des indicateurs précis de qualité de service mais ce projet est en cours d'élaboration avec la reconstruction du nouvel espace d'accueil, à l'horizon 2025. En effet, un livre d'or numérique sera installé en fin de parcours de visite, afin que les visiteurs puissent répondre à des questionnaires personnalisés selon les types de produits expérimentés. Ce livre d'or servira à évaluer la performance opérationnelle des sites.



2.7. Périodes de fermeture

Fermatures pour concerts : **87h30** de fermetures anticipées en 2024 en raison de l'organisation des événements au Théâtre antique.

MANIFESTATIONS TAO 2024						
DÉTAILS DES MANIFESTATIONS 2024						
DATE	MANIFESTATION	FERMETURE ANTICIPÉE		FERMETURE INITIALE	ORGANISATEURS	REMARQUES
		Dernière entrée	Sortie visiteurs			
Vendredi 31 mai	Stars 80	14h30	15h	19h	Ville d'Orange / Adam Concerts	
Jeudi 6 juin	Montage Spectacle/Art	16h	16h30	19h		
Vendredi 7 et samedi 8 juin - 2h30	Spectacle Art chanté Florent Pagny	16h30	17h	19h		
Lundi 10 juin	Remise brevets BA115	12h30	13h	19h	BA115	Réouverture à 15h
Vendredi 14 juin	Pop the Opera	16h00	16h30	19h	Chorégies d'Orange	Balances son
Mercredi 19 juin	Passage de la flamme olympique	13h	13h30	19h		
	Musiques en fête			19h	Chorégies d'Orange	Cocktail vestiges
Dimanche 23 juin	Mika Philharmonique	17h30	18h	19h	Chorégies d'Orange	Balances son le 22 juin
Samedi 29 juin	Concert Buniatshvili	18h	18h30	19h	Chorégies d'Orange	Cocktail vestiges
Vendredi 5 juillet	La Ruée vers l'or Ciné Concert	17h30	18h	19h	Chorégies d'Orange	
Vendredi 12 juillet	Malandain Ballet Bizarritz	18h	18h30	19h	Chorégies d'Orange	Cocktail Musée
Lundi 15 juillet		18h	18h30	19h	Chorégies d'Orange	Balances son
Mardi 16 juillet	Black Legends	17h	17h30	19h	Chorégies d'Orange	Balances son Cocktail Musée
Jeudi 18 juillet	Récital Edgar Moreau	17h30	18h	19h	Chorégies d'Orange	Cocktail scène Théâtre
Lundi 22 juillet	Tosca - Puccini (version concert)	17h30	18h	19h	Chorégies d'Orange	Cocktail vestiges
Jeudi 25 juillet	HEXAGONE MMA	14h30	15h	19h	HEXAGONE MMA	
Samedi 27 juillet	Championnat du monde de Kick-Boxing	15h30	16h	19h	UFSC	
Mardi 30 juillet	Deep Purple	13h30	14h	19h	Positiv / Edeis	
Vendredi 2 août	Toto	13h30	14h	19h	Ville d'Orange / Positiv / Edeis	
Samedi 3 août	The Dire Straits Experience	13h30	14h	19h	Ville d'Orange / Positiv / Edeis	



Vendredi 16 août	Positiv Electronic Festival	13h30	14h	19h	Ville d'Orange / Positiv / EDEIS
Samedi 17 août	Positiv Electronic Festival	13h30	14h	19h	Ville d'Orange / Positiv / EDEIS
Dimanche 18 août	Positiv Electronic Festival	13h30	14h	19h	Ville d'Orange / Positiv / EDEIS
Samedi 24 et dimanche 25 août	Alter Life	13h30	14h	19h	Positiv
Vendredi 6 septembre	Ludivico Einaudi	13h30	14h	19h	Adam Concerts
Vendredi 13 septembre 20h30	Concert de Francis Cabrel	15h	15h30	18h	Adam Concerts
Samedi 14 septembre 20h30	Concert de Francis Cabrel	15h	15h30	18h	Adam Concerts
Jeudi 26 septembre	Musique de la Légion Étrangère	16h	16h30	18h	Ville d'Orange



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
ALCYON	Location, maintenance et consommables copieurs Théâtre et Musée
ALTO	Location audioguides
ARTNET	Nettoyage des locaux et parcours de visite (dans le cadre de remplacements de personnel absent)
ATELIER FRANÇOISE REBORD	Animation des ateliers pédagogiques à destination des scolaires
BAZAILLE CONSULTING	Conseils en communication et relations presse
CAFÉS BIBAL VENDING	Location et maintenance distributeur de boissons
CHRONOFEU	Vérifications extincteurs Théâtre et Musée, RIA Théâtre, désenfumage Musée
CHUBB	Vérification système incendie Musée
CITHÉ MÉDIAS COMMUNICATION	Gestion des campagnes d'affichage grand format
COPAS SYSTÈMES	Vérification des portes automatiques du Théâtre
CULLIGAN	Location fontaines à eau
DE SAINT SEINE & KANAOUI	Accompagnement presse
DIGITHALL	Location, maintenance et consommables copieurs bureaux
ENGIE	Électricité Théâtre et Musée
EURO INFORMATION	Abonnements systèmes de paiement par carte bancaire
FONCIA	Location bureaux
GIGZ	Accompagnement stratégie digitale
IN SECURITY	Maintenance systèmes alarmes Théâtre et Musée
LA POSTE & COLISSIMO	Affranchissements courriers et colis
LA PROVENCE & LE DAUPHINÉ LIBÉRÉ	Abonnements presse quotidienne
LOGICK	Système de billetterie
ORANGE & NAPSIS	Abonnements lignes téléphoniques
OFFICE DE TOURISME ORANGE	Guidages
POLAR ÉNERGIE	Entretien des climatiseurs
QUALICONSULT	Vérification électriques Théâtre et Musée
SECURHOST / CI2T	Télesurveillance Théâtre et Musée + abonnement PTI
SORHOBIS	Boissons
SUEZ	Eau Théâtre et Musée
TÉLÉ BLEUE	Maintenance escape game
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 2023-2024.



4. Situation du personnel

4.1. Registre du personnel

4.1.1. Effectifs

Ci-dessous, les tableaux récapitulatifs du personnel embauché sur l'année 2024 :

- En contrat à durée indéterminée :

PRÉNOM & NOM	STATUT	TYPE DE CONTRAT	NIVEAU	ÉCHELON	COEFFICIENT	POSTE OCCUPÉ	Commentaires
CDI							
Mahlia MOURE	Cadre	CDI	VI		360	Directrice de site	
Julia PONS	Cadre	CDI	V		300	Responsable adjointe de site	
Dominique CARRÉ	Employé	CDI	I	3	138	Agent d'entretien et de maintenance	Licencié(e) le 31/03/2024
Pierre BENJAMIN	Employé	CDI	IV	2	250	Agent d'entretien	CD d'été 1 ^{er} octobre puis CDI au 01/11
Benoît TESTON-VIGNE	Agent de maîtrise	CDI	IV	1	220	Agent de maintenance	
Françoise MANGOT	Agent de maîtrise	CDI	IV	2	250	Responsable billetterie	Départ à la retraite le 31/01/2024
Mélina GRANGE	Agent de maîtrise	CDI	IV	1	220	Responsable billetterie	
Guillaume LAFRANCE	Cadre	CDI	V		300	Chef de projets numériques	
Véronique PEREZ	Agent de maîtrise	CDI	IV	2	250	Responsable boutique	
Benoît TESTON-VIGNE	Agent de maîtrise	CDI	IV	1	220	Agent de maintenance	CD de mai à octobre puis CDI au 01/11
Sarah SHAKHUI	Employée	CDI	II	3	187	Préresse accueil billetterie boutique	
Cécile TARDLEY	Agent de maîtrise	CDI	IV	2	250	Chargée du service de réservations de groupes Préresse accueil billetterie boutique	
Carole ÉGO	Employé	CDI	III	1	200	Assistant communication et développement	
Elou RANDRANARISOA	Agent de maîtrise	CDI	IV	1	220	Assistante commerciale et de gestion	
Fabrice GIMBERG	Employé	CDI	III	2	215	Assistant de gestion et d'administration	
Anais MARBAUD	Employée	CDI	II	2	181	Chargée du service de réservations de groupes Préresse 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 :



PRÉNOM & NOM	STATUT	TYPE DE CONTRAT	NIVEAU	ÉCHELON	COEFFICIENT	POSTE OCCUPÉ	Commentaires
CDD / CONTRAT SAISONNIER / EXTRA							
Lynette ADOLPH	Employé	CS	I	1	150	Agent d'entretien	
Caroline GREGOIRE	Employée	CS	II	2	181	Chargée de personnel	
Éric DE DOMANDEV	Employé	CS Extra	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Emilie GORG	Employée	Extra	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Lila MAUREAU	Employée	CS	II	3	187	Hôteesse accueil billetterie boutique	Fin du contrat anticipé
Marion ADURRE	Employée	CS Extra	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Diane MORELLI	Employée	CS	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Morgan JURGO	Employé	Extra	II	1	175	Hôte accueil billetterie boutique	
Melvin BRUGIER	Employé	CS	II	1	175	Hôte accueil billetterie boutique	
Stéphane DUCLEIER	Agent de maîtrise	CS	IV	1	220	Agent de maintenance	rupture période essai
Carole FABRE	Employée	Extra	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Laurence SEVILLA	Employée	Extra	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Pauline SCULFORT	Employée	CS	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Isa MESZAROS	Employée	CS	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Isabel FARFÁ	Employée	CS	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Isid SABON	Employé	Extra CS	II	2	181	Comédien	
Marina RANDRIANARISOA	Employée	CS	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Claudia VILDEU	Employée	CDD	II	1	187	Assistante chargée de projets	
Élise PRANIER	Employée	CS	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Maria Galia FLORES BERNAR	Employée	CS	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Samir BENOÛT	Employée	CS	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Capoline VINCENT	Employée	CS	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Yvanna RANAVOSON	Employée	CS	II	1	187	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Rajat CHOON	Employée	CDD CS Extra	II	3	187	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Isis DALLO	Employée	Extra	II	1	175	Agent d'entretien	
Indira EL RAH	Employée	Extra	I	1	150	Agent d'entretien	
Mabelle PIET	Employée	Extra	II	1	175	Médiatrice culturelle	

- En contrat d'alternance ou en stage :

PRÉNOM & NOM	STATUT	TYPE DE CONTRAT	NIVEAU	ÉCHELON	COEFFICIENT	POSTE OCCUPÉ	Commentaires
ALTERNANCE / STAGE							
Claudia VILDEU	Stagiaire	Stage				Assistante chargée de projets	
Lara DORÉ	Stagiaire	Stage				Médiateur culturel	
Clément ROUX	Stagiaire	Stage				Vidéo	
Mabelle PIET	Stagiaire	Stage				Médiatrice culturelle	
Clément ROUX	Alternant	Contrat d'alternance	II	1	175	Vidéo	
Marianne RETZEL	Alternante	Contrat d'alternance	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Hellani ANDRIANTSOA	Alternante	Contrat d'alternance	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	
Yvanna RANAVOSON	Alternante	Contrat d'alternance	II	1	175	Hôteesse accueil billetterie boutique	

- En contrat d'intermittence du spectacle :

PRÉNOM & NOM	STATUT	TYPE DE CONTRAT	NIVEAU	ÉCHELON	COEFFICIENT	POSTE OCCUPÉ	Commentaires
INTERMITTENT DU SPECTACLE							
Anahé DIALALI	Intermittent	Intermittence	II	2	181	Comédienne	
Aurore DELARAT	Intermittent	Intermittence	II	2	181	Comédienne	
Alexandre SCHORDRET	Intermittent	Intermittence	II	2	181	Comédien	

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

L'ensemble de ces contrats correspondent à 22 ETP (équivalents temps plein) lissés sur l'année.



4.1.2. Conditions de rémunération

Orange Edeis 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.

STATUT	NIVEAU	ÉCHELON	COEFFICIENT HIÉRARCHIQUE	DESCRIPTION	MINIMA AU 1ER MARS 2025 SMIC = 1820€			
					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.	1820,00€		12,00€	
		2	154	Emplois correspondant à la définition du niveau I, échelon 1, coefficient 150, dès l'embauche en 2ème saison.	1838,72€		12,12€	
		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.	1842,88€		12,15€	
	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.	1854,32€		12,23€	111,28€
		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.	1872,00€		12,34€	112,32€
		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.	1887,60€		12,45€	113,25€
	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.	1908,40€		12,58€	114,50€
		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.	1939,60€		12,79€	116,37€
AGENT DE MAÎTRIS E	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 niveau I, II et III.	1955,20€		12,89€	117,31€
		2	250	Emplois correspondant à la définition du niveau IV, échelon 1, coefficient 220 exigeant des connaissances acquises par formation spécifique ou par expérience.	2183,60€		14,40€	131,01€
		3	280	Emplois correspondant à la définition du niveau IV, échelon 2, coefficient 250 ayant 10 ans de présence effective dans l'entreprise.	2441,10€	2563,16€	16,09€	146,46€
		4	300		2547,75€		16,79€	152,83€
CADRE	V	1	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.	2547,75€	2674,55€	16,79€	152,83€
		2	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.	2989,06€	3136,51€	19,71€	179,34€
		3	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.	3608,09€	3786,49€	23,79€	216,48€
		4	520	Emplois dont le titulaire exerce des fonctions représentant une contribution particulièrement déterminante dans la réalisation des objectifs généraux de l'entreprise.	4351,75€	4589,34€	28,69€	261,10€

4.1.3. Absentéisme

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

- Arrêt maladie : 6 salariés concernés, représentant 127 jours d'arrêt de travail ;
- Accident de travail : 2 salariés concernés, à la suite d'une chute et à des conséquences liées à un port de charges, engendrant pour l'un 10 jours d'arrêt de travail pour l'un, et aucun pour l'autre ;
- Absence injustifiée : 1 salarié concerné sur une journée de travail, n'ayant pas fourni de justificatif d'absence.



	Arrêt maladie	Accident de travail	Absence injustifiée
Nombre de salariés concernés	6	2	1
Nombre de jours	127	10	1

4.1.4. Règlement intérieur

Le règlement intérieur d'Orange Edeis 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 2024, 5 catégories de formations ont été suivies par la majorité des membres du personnel (CDI et CDD longues périodes) :

- Sécurité :
 - o Formation Secouriste Sauveteur du Travail pour 2 salariés ;
 - o Formation Habilitation électrique pour 1 salarié.
- Communication :
 - o Formation Maîtrise des logiciels de PAO (Production Assistée par Ordinateur - Photoshop, InDesign, Illustrator) pour 1 salarié ;
 - o Formation Média training pour 5 salariés.
- Management et développement :
 - o Formation Gestion du temps et des priorités pour 1 salarié ;
 - o Formation Management pour 1 salarié ;
 - o Formation Développement des ventes de produits touristiques pour 1 salarié.
- Technique :
 - o Formation Maîtrise du logiciel Watchout (composition et gestion de contenus multimédias, en lien avec l'Odysée Sonore et l'intégration de médias lors de la privatisation par certaines productions du système de vidéoprojecteurs).
- Langues :
 - o Formation Allemand pour 2 salariés ;
 - o Formation Anglais pour 1 salariés.



4.3. Faits marquants

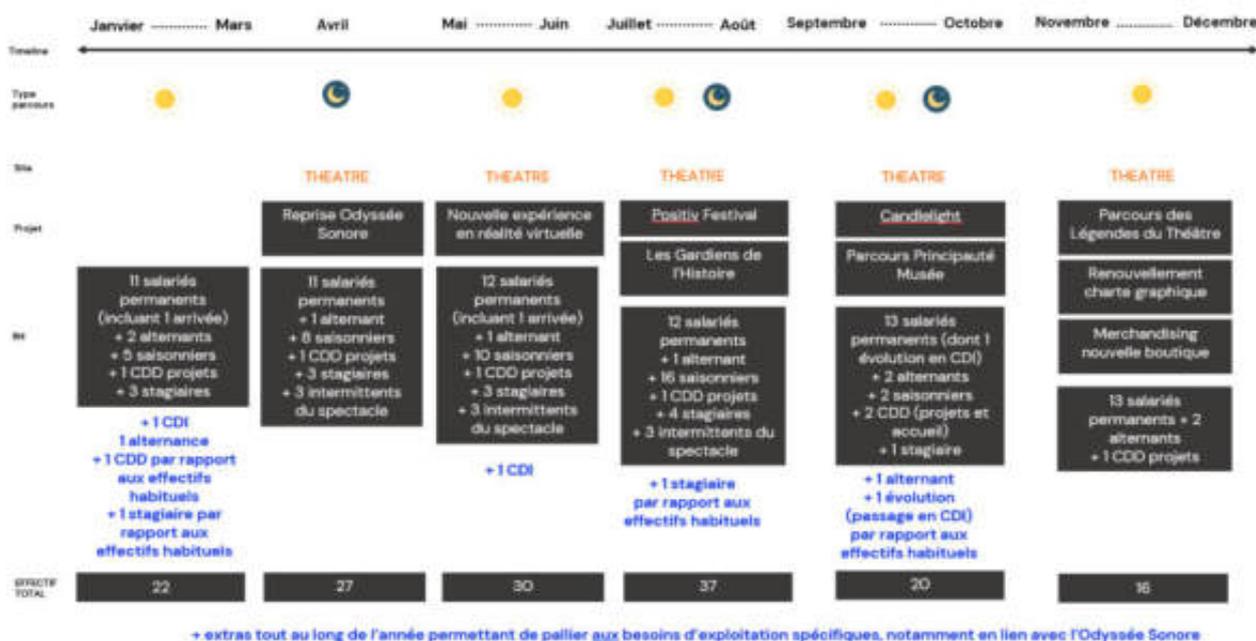
Deux accidents de travail ont été enregistrés sur la période du 1^{er} janvier au 31 décembre 2024 :

- Agent d'entretien (CDI) : douleurs au dos après avoir porté une charge lourde. Cet accident n'a pas eu de conséquence marquante, mais a nécessité 10 jours de repos pour le salarié concerné. Nous avons par la suite mis en place des consignes strictes quant au port de charges.
- Hôtesse d'accueil (CDI) : entorse de la cheville suite à une chute légère, n'ayant pas nécessité d'arrêt de travail, mais un aménagement des missions.

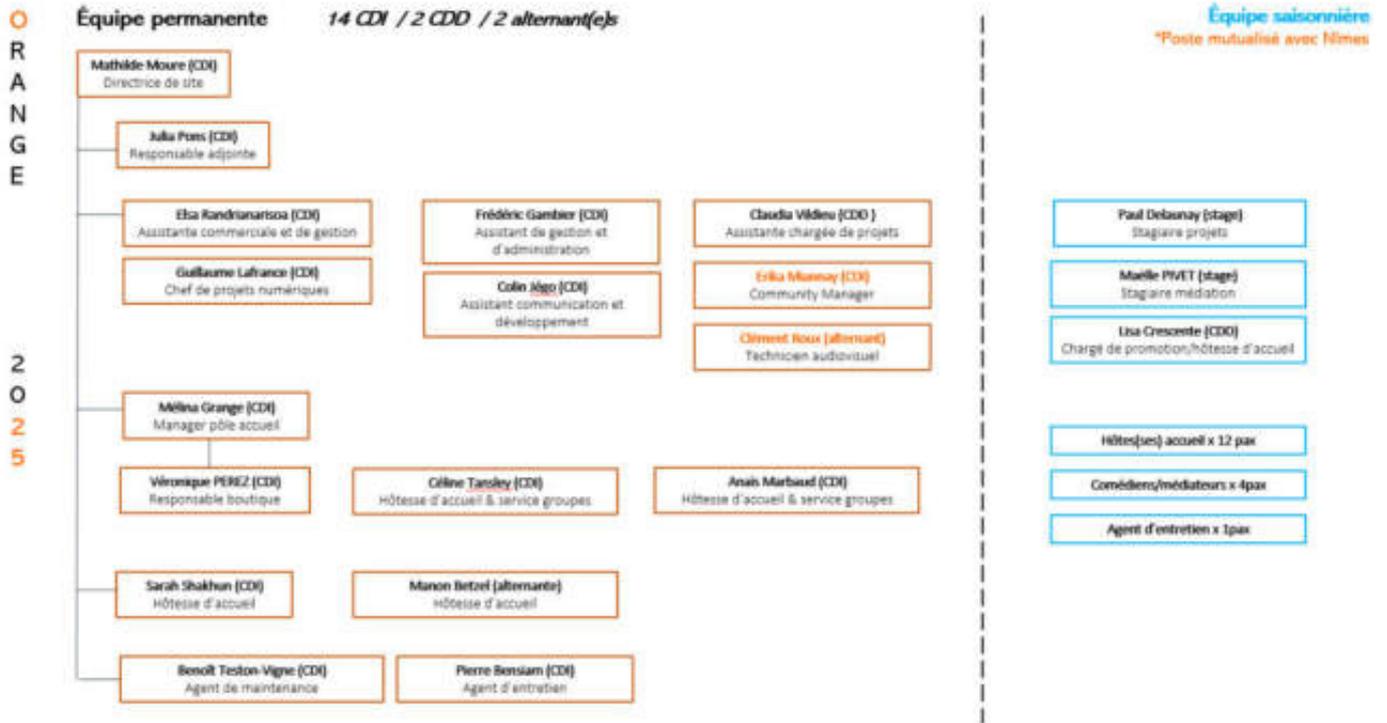
4.4. Edeis, créateur d'emploi

Depuis le 1^{er} avril 2022, plusieurs salariés ont connu des évolutions de postes. Trois emplois en contrat à durée indéterminée ont également été ajoutés à l'effectif. 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.

Edeis porte un projet ambitieux, créateur d'emploi



Un organigramme à jour est présenté ci-dessous :



5. Données comptables

5.1. Compte de résultat pour l'exploitation

Le compte de résultat 2024 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 2024, un compte de résultat simplifié est établi ci-dessous.

Les règles et méthodes comptables détaillées sont à retrouver en [ANNEXE 3](#).

5.1.1 Compte de résultat simplifié

ORANGE EDEIS		Période : janvier 2024 > décembre 2024				
Gestion du Théâtre Antique d'Orange 2024		Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2023
REVENUS						
REVENUS BILLETTERIE		1 789 391	2 186 311	- 396 920	-18%	1 802 158
REVENUS BOUTIQUE		125 435	301 564	- 176 129	-58%	185 154
Produits d'exploitation divers		297 884	30 000	267 884	+2879%	119 625
REVENUS D'EXPLOITATION		2 212 710	2 587 975	- 375 265	-15%	1 906 938
CHARGES						
REDEVANCES VERSEES VILLE D'ORANGE		570 420	526 000	44 420	+8%	570 640
ACHATS		179 095	241 324	- 62 229	-26%	189 135
SERVICES EXTERIEURS		837 619	839 083	- 2 024	-0%	787 550
AUTRES SERVICES EXTERIEURS		1 062 258	1 044 580	17 678	+7%	1 104 032
IMPOTS ET TAXES		30 894	14 003	16 891	29	23 338
FRAIS DE PERSONNEL		660 606	719 806	- 59 200	0	659 733
CHARGES D'EXPLOITATION		3 340 973	3 385 436	- 44 464	-1%	3 296 091
EXCEDENT BRUT D'EXPLOITATION		- 1 128 263	- 797 461	- 330 801	+42%	- 1 389 154
DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS{}		460 042	782 303	- 322 261	-41%	157 436
RESULTAT D'EXPLOITATION		- 1 588 304	- 1 579 764	- 8 540	+1%	- 1 586 589
PRODUITS FINANCIERS{+}		727	-	727		354
CHARGES FINANCIERS{-}		208 165	98 934	109 231	+108%	71 828
RESULTAT FINANCIER		- 207 438	- 98 934	- 107 504	+208%	- 71 474
RESULTAT COURANT AVANT IS		- 1 795 742	- 1 679 699	- 116 044		- 1 658 063
PRODUITS EXCEPTIONNELS{+}		-	-	-		1 915 720
CHARGES EXCEPTIONNELLES{-}		-	-	-		1 319 800
RESULTAT EXCEPTIONNEL		-	-	-		80
RESULTAT AVANT IMPOT		- 1 795 742	- 1 679 699	- 116 044	+7%	- 1 695 481
RESULTAT NET		- 1 795 742	- 1 679 699	- 116 044	+7%	- 1 695 481

5.1.2 Analyse des recettes de l'exploitation

ORANGE EDEIS		Période : janvier 2024 > décembre 2024				
Gestion du Théâtre Antique d'Orange 2024		Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2023
REVENUS						
Billets parcours de jours		1 131 852	1 494 982	- 363 130	-24%	1 117 856
Billets parcours de nuit		236 721	397 350	- 160 629	-40%	265 607
Billets spectacle "La Voix de Pierres"		-	-	-	-	-
Billets spectacles "Festival août"		208 668	249 802	- 41 134	-16%	-
Visites guidées et animations		7 237	44 177	- 36 941	-84%	10 419
Billets groupes		203 034	-	203 034		205 898
Billets combinés		1 880	-	1 880		2 378
REVENUS BILLETTERIE		1 789 391	2 186 311	- 396 920	-18%	1 602 158
REVENUS BOUTIQUE		125 435	301 564	- 176 129	-58%	185 154
Produits d'exploitation divers		297 884	10 000	287 884	+2879%	119 625
REVENUS D'EXPLOITATION		2 212 710	2 587 975	- 375 265	-15%	1 906 938

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

Afin de comprendre l'écart de trafic constaté par rapport au compte d'exploitation prévisionnel pour l'exercice 2024, voici quelques éléments de contexte :

- > Accueil déporté du site dans des structures d'accueil temporaire du type chalets de Noël
- > Fermetures anticipées du Théâtre pour les concerts (-83h de perte d'exploitation)
- > La programmation de l'Odysée Sonore n'est pas optimisée en raison des périodes d'occupation du monument par d'autres opérateurs événementiels (Chorégies, Ville, Positiv, etc.).

Ainsi, le niveau de recettes est insuffisant pour ce spectacle nocturne avec une moyenne de fréquentation en 2024 de 145 pax/soir (contre 184 pax/soir en 2023 et 710 pax/soir dans le CEP)

Contexte boutique : baisse de près de 50% en moyenne depuis septembre 2023, en raison du déplacement de l'accueil au Musée pour les besoins des travaux de restauration TC7 et dans l'attente de la reconstruction de la billetterie/boutique en 2025.

Les produits d'exploitation divers correspondent à la refacturation des charges extrinsèques (pertes d'exploitation / déménagement TC7 / privatisations (VPA & Orano Group).

5.1.3 Analyse des charges

CHARGES - redevances versées au délégant

Période : janvier 2024 > décembre 2024					
CHARGES	Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2023
Redevance fixe	550 420	506 000	44 420	+9%	550 640
Redevance variable	-	-	-		-
Redevance de contrôle	20 000	20 000	-	+0%	20 000
REDEVANCES VERSEES VILLE D'ORANGE	570 420	526 000	44 420	+8%	570 640

CHARGES - achats

ORANGE EDEIS - Théâtre antique, Musée d'art et histoire, Arc de triomphe
Les montants sont exprimés en euros HT

Période : janvier 2024 > décembre 2024					
CHARGES	Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2023
Coût d'achat des marchandises vendues	71 489	131 724	- 60 234	-46%	94 450
Eau, énergie	76 881	79 600	- 2 719	-3%	65 339
Petits équipements, produits d'entretien	17 225	22 500	- 5 275	-23%	23 639
Fournitures de bureau	6 656	5 000	1 656	+33%	4 618
Vêtements de travail	6 843	2 500	4 343	+174%	1 089
ACHATS	179 095	241 324	- 62 229	-26%	189 135

Concernant les achats des marchandises vendues, situation en corrélation avec le déplacement de la boutique au Musée et la baisse constatée de chiffre d'affaires.

Accroissement des charges d'électricité, en raison d'un nouveau contrat et de l'augmentation des prix à la consommation.

CHARGES - services extérieurs

ORANGE EDEIS - Théâtre antique, Musée d'art et histoire, Arc de triomphe

Les montants sont exprimés en euros HT

ORANGE EDEIS

Gestion du Théâtre Antique d'Orange 2024

CHARGES

Sous-traitance (générale, réception)
Locations (mobilier, 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

Période : janvier 2024 > décembre 2024				
Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2023
49 584	42 000	7 584	+18%	40 599
577 728	549 769	27 958	+5%	416 339
11 174	7 224	3 950	+55%	4 014
-	600	600	-100%	600
40 200	57 600	17 400	-30%	40 526
-	-	-	-	-
3 747	4 000	253	-6%	22 385
28 572	10 300	18 272	+177%	35 716
24 979	4 200	20 779	+495%	100 540
3 281	4 200	919	-22%	5 515
996	16 400	15 404	-94%	8 261
-	35 000	35 000	-100%	-
32 198	24 930	7 268	+29%	28 573
3 060	25 000	21 940	-88%	11 441
1 150	2 400	1 250	-52%	2 297
20 650	13 300	7 350	+55%	23 276
21 129	16 860	4 269	+25%	20 553
19 191	25 880	6 689	-26%	26 915
837 639	839 663	2 024	-0%	787 550

Location mobilière comprend les mensualités du prêt bancaire de L'Odyssee Sonore.

Baisse location audioguide grâce à une meilleure gestion du parc avec la création du poste manager pôle accueil.

Augmentation entretien des biens mobiliers et maintenance générale : augmentation de charge liées au déplacement de l'accueil mises aux normes électriques, installation des climatisations dans les chalets, renfort électrique au Musée, adaptation des meubles). La maintenance des vidéoprojecteurs du Théâtre est également comptée dans cette enveloppe.

Augmentation location de véhicule en corrélation avec la création du poste chargée de promotion.

Augmentation sous-traitance générale en raison de la défaillance du service entretien/maintenance.

CHARGES - autres services extérieurs

ORANGE EDEIS - Théâtre antique, Musée d'art et histoire, Arc de triomphe

Les montants sont exprimés en euros HT

ORANGE EDEIS

Gestion du Théâtre Antique d'Orange 2024

CHARGES

La voix des Pierres	
Parade de rue	
Mapping lasers JMJ	
Festival d'acout (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 2024 > décembre 2024

Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2023
-	-	-		-
-	-	-		-
-	-	-		-
-	-	-		-
-	-	-		-
1 000	-	1 000		523
617 442	797 850	- 180 408	-23%	650 134
157 331	-	157 331		198 300
30 904	-	30 904		23 183
2 766	1 200	1 566	+131%	2 170
37 208	38 730	- 1 522	-4%	26 250
-	10 000	- 10 000	-100%	-
215 607	196 800	18 807	+10%	203 472
1 062 258	1 044 580	17 678	+2%	1 104 032

Au total, un budget de plus de 800 000€ a été investi en 2024 pour les actions marketing en faveur du développement.

CHARGES - personnel

ORANGE EDEIS - Théâtre antique, Musée d'art et histoire, Arc de triomphe

Les montants sont exprimés en euros HT

ORANGE EDEIS

Gestion du Théâtre Antique d'Orange 2024

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 2024 > décembre 2024

Réel consolidé	Budget consolidé	Ecart R - B consolidé	Var %	Réel 2023
482 047	544 122	- 62 075	-11%	503 137
10 357	15 228	- 4 871	-32%	10 521
141 255	136 031	5 225	+4%	123 280
27 006	24 485	2 521	+10%	22 795
660 666	719 866	- 59 200	- 8%	659 733

Augmentation de charge de personnel en 2024 en raison du déplacement de l'accueil au Musée et dans les chalets de Noël.

5.2. Situation des biens et immobilisations

La liste des immobilisations est présentée en **annexe 4**.

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'Odysée 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'Odysée 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.

Enfin, le document comporte également une visibilité sur les immobilisations en cours :

- 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.

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'Odysée 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'ODYSSEE 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 sur la magie des spectacles au Théâtre (« salon de musique »), alias « salle des légendes » (nom provisoire). 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 ;

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 avec CosmoAV et Narrative (phase étude artistique de septembre à décembre 2024). Réalisation 2024-2025.

Le parcours sur la magie des spectacles au Théâtre (« salon de musique »), alias « Les légendes du Théâtre ». Réalisation 2025.

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 2024, Orange Edeis n'enregistre aucune créance.

6. Perspectives 2025

En 2025, Edeis poursuivra son action en faveur du développement et de l'attractivité du patrimoine orangeois avec la mise en place :

DE NOUVEAUX PARCOURS DE VISITE : pour renouveler l'offre, étendre le périmètre et la durée de visite :

- Un nouveau parcours scénographique dans les alcôves du Théâtre antique sur la thématique des spectacles : « Les légendes du Théâtre », reportage dans les coulisses de l'opéra Carmen et du Positiv Festival, une plongée au cœur des concerts de TOTO et Charlotte De Witte en casque de réalité virtuelle, panneaux de médiation sur l'histoire des événements, etc. ;
- Une nouvelle billetterie boutique et la création d'un nouveau parcours de visite « L'Âge d'Or du Théâtre », dans la Basilica ouest.

DES ÉVÉNEMENTS ET ANIMATIONS TOUT AU LONG DE L'ANNÉE :

- « L'Odysée Sonore, Quand les Dieux s'en mêlent » : 53 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 : 3 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 de Pâques à la Toussaint ;



THÉÂTRE ANTIQUE

UN PROJET CULTUREL FORT ET AMBITIEUX
Perspectives 2025



Toute l'équipe d'Orange Edeis vous remercie pour la lecture de ce rapport d'activité 2024.

Annexes

Annexe 1 - Plan marketing détaillé

Annexe 2 - Compte de résultat 2024

Annexe 3 - Compte d'immobilisation

Annexe 4 - Règles et méthodes comptables

Annexe 5 - Liasse fiscale

Annexe 6 - Attestation d'assurance

Annexe 7 - Tableau de suivi des obligations contractuelles

Annexe 8 - Liste des biens

Annexe 9 - Flash infos de janvier à décembre

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

Annexe 12 - Grille tarifaire

Les actions marketing en faveur du développement

Dans le cadre de sa délégation, Edeis déploie pour la mise en valeur du patrimoine de la ville d'Orange une stratégie de communication sans précédent. Cette politique de communication est mise en place avec l'aide et le support du service communication central du groupe Edeis 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.



Annexe 1 - Plan marketing détaillé

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

1. LA FORCE DU GROUPE EDEIS

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



« Edeis, développeur de territoires

L'ADN de notre groupe se résume par une idée simple qui constitue le socle et le sens de notre action : aider les territoires à se développer en proposant une « boîte à outils » globale, allant de l'ingénierie à la gestion d'infrastructures.

Les aider à valoriser leur patrimoine public et leurs leviers d'attractivité, qu'il s'agisse d'un aéroport, d'un port, d'un site touristique ou culturel. Les aider en créant une synergie entre ces différents leviers, afin de favoriser l'émergence d'un écosystème cohérent et attractif au service du rayonnement du territoire. Les aider aussi en accompagnant leur vision stratégique, car les meilleures décisions ne peuvent venir que de l'échelon local où elles vont s'appliquer. Les aider enfin, en réduisant les coûts pour la collectivité, tout en maximisant le service, pour la population. Un nouveau modèle au service d'une mission territoriale.

En somme, Edeis souhaite être à la fois un allié et un développeur de votre territoire, capable de combiner l'efficacité de la gestion privée au sens de l'intérêt général. C'est dans cet esprit que nous avons créé les premières sociétés à mission dans les domaines portuaire et aéroportuaire. Les révolutions de notre monde nous imposent d'inventer de nouveaux modèles, qui doivent dépasser les anciennes barrières et faire tomber les cloisons d'un territoire. Edeis vous propose le sien. »
Jean-Luc Schnoebelen, Président.

1. LA FORCE DU GROUPE EDEIS

LES SITES
TOURISTIQUES
& CULTURELS
DU RÉSEAU
EDEIS

1,3M de visiteurs par an !

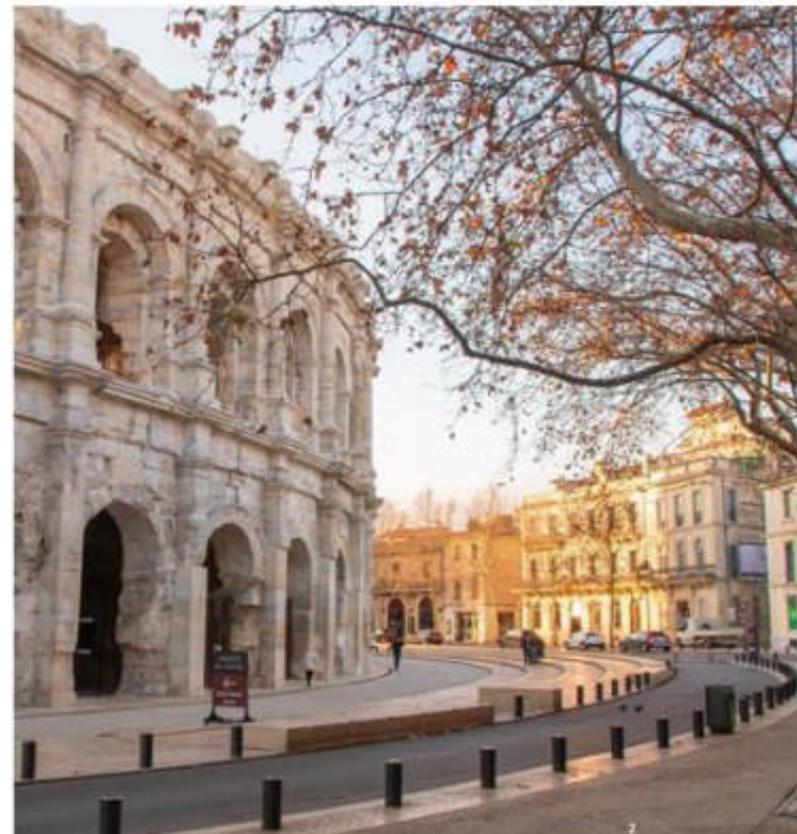
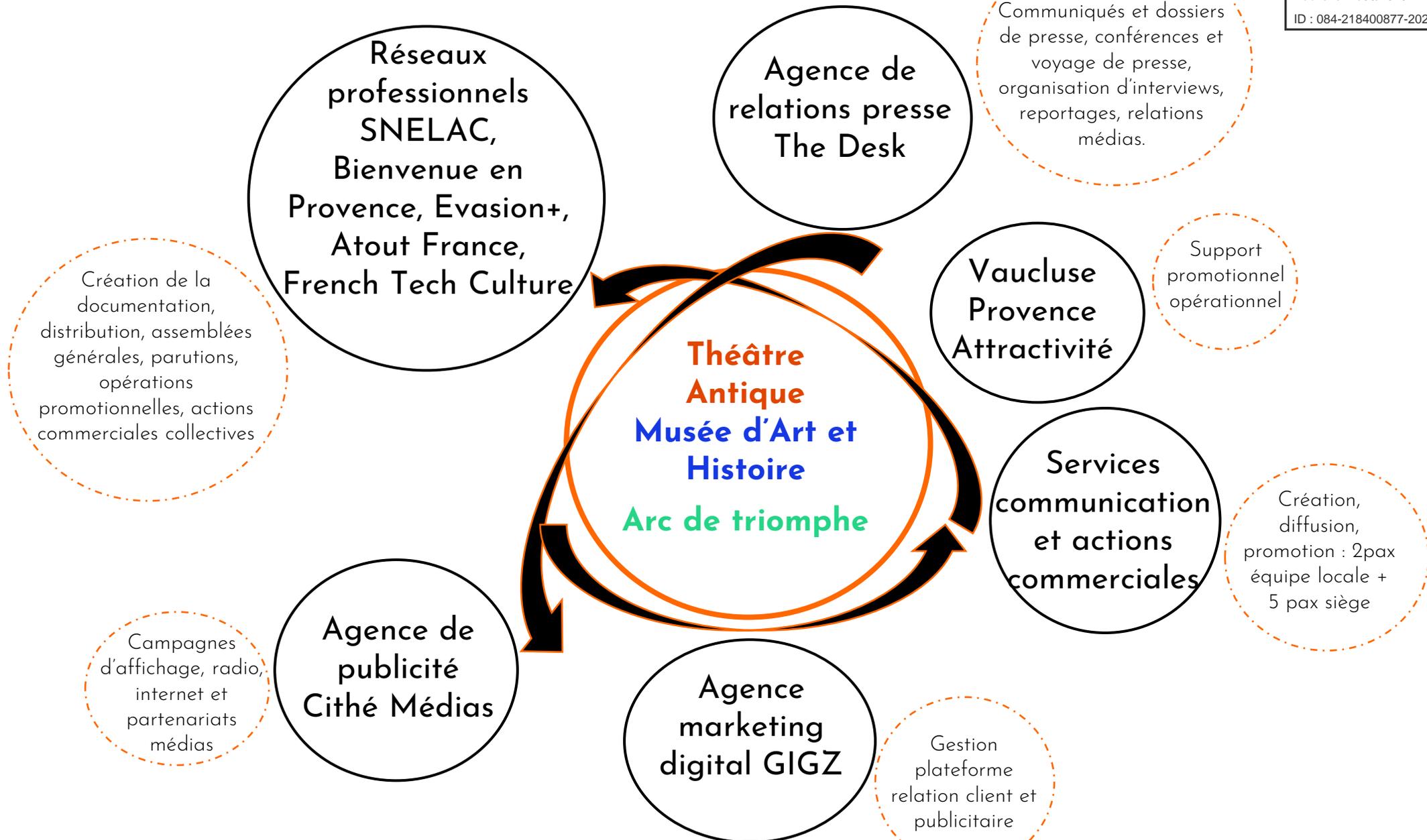


Schéma de l'organisation marketing du groupe Edeis :

Envoyé en préfecture le 26/06/2025
Reçu en préfecture le 26/06/2025
Publié le 27/06/2025
ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



2. REVUE DE PRESSE & MÉDIAS

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Communiqué de presse Pâques 2024

Communiqué de presse
Le 15 mars 2024



Agenda

Vacances de Printemps 2024

Voyage entre passé et futur au Théâtre antique d'Orange

Le Théâtre antique d'Orange prépare [une programmation 2024](#) particulièrement riche et ambitieuse signée Edéis, en charge de l'exploitation culturelle du site. Cette année, il y en a pour tous les goûts et tous les publics. Familles, jeunes et plus âgés, chacun trouvera son bonheur !

Dès les vacances de Pâques, les visiteurs vont pouvoir profiter des premiers rendez-vous qui les invitent à un véritable voyage dans l'histoire : dans le passé, avec les Gardiens de l'Histoire et dans le futur avec l'Odyssée Sonore.

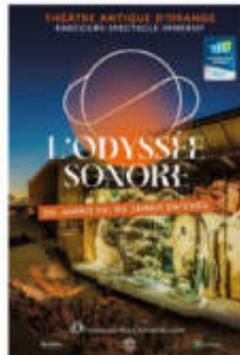
INVITATION PRESSE

Mathilde Moure, Directrice du Théâtre antique d'Orange et toute son équipe sont heureux de vous convier **en famille ou en solo** aux avant-premières de ces deux grands rendez-vous :

- **Odyssée Sonore** : le 27 mars à 19h et le 29 mai à 20h30
- **Gardiens de l'Histoire** : le 11 avril de 14h30 à 16h

Inscription auprès de Guillaume Bourg : guillaume@seconcesthedesk.com

• L'Odyssée Sonore, l'expérience immersive innovante unique au monde



Pour la deuxième année, le Théâtre antique d'Orange propose aux visiteurs un voyage extraordinaire dans un lieu multimillénaire ! Récompensé du prix de l'innovation culturelle au CES de Las Vegas en janvier 2024, l'Odyssée Sonore est une **expérience sensorielle dans laquelle le spectateur est baigné dans l'image et enveloppé par le son**, au travers d'univers merveilleux et fantastiques.

Ce spectacle immersif nocturne de 45 minutes immerge le public dans une expérience monumentale. Jaillissant des pierres séculaires, des projections réalisées sur mesure mettent en lumière muses, Dieux et créatures de l'Antiquité qui prennent forme dans un ballet porté par une symphonie inédite. En libre déambulation et équipé d'un casque spatialisé et géolocalisé grâce à un smartphone (fourni), le visiteur expérimente **le son binaural en 3D**, d'une incomparable qualité. Il profite d'un parcours-spectacle féérique sur le thème de la mythologie antique et parfaitement synchronisé **entre sons et images**. Chaque **expérience est unique**, chacun vit sa propre odyssée, guidé par le son et les sensations !

Quand ? Ouverture le 29 mars (jusqu'à fin décembre) – 1 à 3 séances par soir.
Une cinquantaine de séances jusqu'à fin mai et pendant les vacances et les ponts de mai :
Mars : 29-30 / 31
Avril : 5-6 / 12-13 / 19-20 / 26-27 / 30
Mai : 1-11 / 17-19 / 24-29

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

Tarifs : Billet à partir de 10€. Pass famille et billets combinés à tarif préférentiel avec le parcours de jour (visite des monuments : Théâtre antique, Musée d'art et d'histoire, Arc de triomphe). Détails des prix sur demande.

• Rencontre avec les Gardiens de l'Histoire, mémoire vivante du Théâtre antique d'Orange

Pour la troisième année consécutive, le Théâtre antique propose à un public familial de rencontrer des personnages clés qui ont marqué les 2000 ans d'histoire du monument. Dispersés dans l'enceinte du Théâtre, ils viennent à la rencontre des visiteurs pour leur conter anecdotes et faits historiques du monument romain, Marullus, Sarah Bernhardt, Auguste Cariste, 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 humain, ludique et enrichissant qui permet à chacun de s'immerger dans ce passé comme s'ils y étaient.



Quand ? Ouverture le 12 avril jusqu'à la fin de l'été

Printemps : Du 12 au 21 avril – Du 7^e au 5 mai – Du 8 au 12 mai
De 10h à 17h30

À découvrir également : les ateliers pédagogiques (fibule, maréfe, calligraphie, poterie)

Tarifs :

Plein tarif : 10€ | Tarif réduit : 6€ | Offre famille : 42€ | Gratuit pour les moins de 7 ans.

Audioguides gratuits en 10 langues

Complément Visite virtuelle : 5€ | Complément Escape game : 5€

INFORMATIONS PRATIQUES :

Théâtre antique d'Orange – Rue Madeleine Bloch – 84 100 Orange
04 90 51 17 60 - Ouvert en été de 9h à 19h - www.theatre-antique.com

RSVP / CONTACTS PRESSE - The Desk

Contact régional - Noëlle Reil - 06 47 63 41 83 - noelle@reilcommunication.fr
Contact national - Guillaume Bourg - 06 10 61 62 50 - guillaume@seconcesthedesk.com



2. REVUE DE PRESSE & MÉDIAS

Communiqué de presse agenda de l'été



COMMUNIQUÉ DE PRESSE
13 juin 2024

AGENDA

Programmation de l'été 2024

VOYAGE ENTRE PASSÉ ET FUTUR AU THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE

Le Théâtre antique d'Orange prépare une programmation estivale particulièrement riche et ambitieuse signée Edeis, en charge de l'exploitation culturelle du site. Cet été, il y en a pour tous les goûts et tous les publics. Familles, jeunes et plus âgés, connaisseurs ou néophytes, chacun trouvera son bonheur !

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 ! Un voyage dans le temps, pour faire résonner le passé avec le futur : dès aujourd'hui les visiteurs sont invités à découvrir la nouvelle expérience de réalité virtuelle : Les Secrets du Théâtre, un film d'animation qui fait appel aux dernières technologies et à partir du 6 juillet ils retrouveront le programme de médiation théâtrale, les Gardiens de l'Histoire - 7 personnages clés de l'histoire de la ville au du Théâtre.

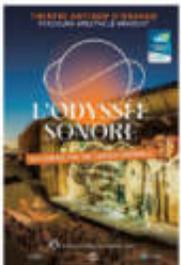
Tout au long de l'été et pour la deuxième année consécutive, l'Odyssee Sonore investira les lieux avec 40 soirées programmées. Orange retrouve également le POSITIV Festival avec une programmation étoffée de 3 dates de concerts pop-rock (30 juillet, 2 et 3 août) et la scène electro du 16 au 18 août pour cette 6ème édition au Théâtre antique et en coproduction avec Edeis.

INVITATION PRESSE

Mathilde Maure, Directrice du Théâtre antique d'Orange et toute son équipe ont le plaisir de vous convier en famille ou solo tout au long de l'été pour couvrir la programmation et découvrir les nouveautés du site :

- Odyssee Sonore : près de 40 soirées entre juin et août (plus d'infos)
- Les Secrets du Théâtre : séances tous les jours, toutes les 30 minutes de 9h30 à 16h30
- Gardiens de l'Histoire : tous les jours du 6 juillet au 15 août, de 10h à 17h30 • ateliers pédagogiques autour de la Romanité
- POSITIV Festival : accréditation et interview des artistes sur demande

Inscription auprès de Guillaume Bourg : guillaume@agencethedesik.com



L'ODYSSÉE SONORE, L'EXPIÉRIENCE IMMERSIVE INNOVANTE UNIQUE AU MONDE

Pour la deuxième année, le Théâtre antique d'Orange propose aux visiteurs un voyage extraordinaire dans un lieu millénaire ! Récompensée du prix de l'innovation culturelle au CES de Las Vegas en janvier 2024, l'Odyssee Sonore est une expérience sensorielle dans laquelle le spectateur est baigné dans l'image et enveloppé par le son, au travers d'univers merveilleux et fantastiques.

Ce spectacle immersif nocturne de 45 minutes immerge le public dans une expérience monumentale. Jaillissant des pierres séculaires, des projections réalisées sur mesure mettent en lumière Muses, Dieux et créatures de l'Antiquité qui prennent forme dans un ballet porté par une symphonie inédite. En libre déambulation et équipé d'un casque spatialisé et géolocalisé grâce à un smartphone (fourni), le visiteur expérimente le son binaural en 3D, d'une

incroyable qualité. Il profite d'un parcours-spectacle féérique sur le thème de la mythologie antique et parfaitement synchronisé entre sons et images. Chaque expérience est unique, chacun vit sa propre odyssee, guidé par le son et les sensations !

Quand ? Plus de 40 soirées au cours de l'été - 1 à 2 séances par soir.

Juin : du 25 au 27

Juillet : du 1er au 3 / 28 / 31

Août : du 4 au 15 / du 19 au 21 / du 26 au 31

Programme et réservation en ligne sur www.odyssee-sonore.com

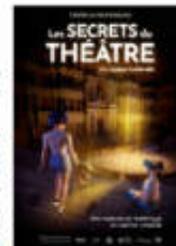
Tarifs : Billet à partir de 18€. Pass famille et billets combinés à tarif préférentiel avec le parcours de jour (visite des monuments : Théâtre antique, Musée d'art et d'histoire, Arc de triomphe). Détails des prix sur demande.

DECouvrir LA NOUVELLE EXPERIENCE EN REALITE VIRTUELLE DE DERNIERE GENERATION : LES SECRETS DU THEATRE, UN VOYAGE INATTENDU

Dernière innovation du Théâtre antique d'Orange, ce nouveau film de réalité virtuelle disponible depuis fin mai 2024, propose une aventure historique et pédagogique hors du commun !

Réalisé en partenariat avec Sorbonne Université et l'entreprise Art Graphique & Patrimoine, le projet s'inscrit dans un plus vaste projet de valorisation scientifique nommé SONAT. Leurs travaux ont permis de réaliser une modélisation 3D, également enrichie par des ressources historiques, afin de restituer l'état du Théâtre au 1er siècle tel un jeu vidéo numérique. Dans le film, le spectateur est invité à suivre Jade, une jeune comédienne contemporaine en visite au Théâtre. Ils sont transportés dans le temps vers l'âge d'Or du monument pour y découvrir ensemble les rouages de ses coulisses et des éléments techniques et architecturaux aujourd'hui disparus.

Quand ? Tous les jours, depuis le 30 mai 2024 - Durée : 12min / Séance toutes les 30mins de 9h30 à 16h30
Tarifs : 5€ en complément du billet d'entrée



RENCONTRE AVEC LES GARDIENS DE L'HISTOIRE, MEMOIRES VIVANTES DU THEATRE ANTIQUE D'ORANGE

Pour la troisième année consécutive, le Théâtre antique propose à un public familial de rencontrer des personnages clés qui ont marqué les 2000 ans d'histoire du monument. Dispersés dans l'enceinte du Théâtre, ils viennent à la rencontre des visiteurs pour leur conter anecdotes et faits historiques du monument romain, Marullus, Sarah Bernhardt, Auguste Caristie, 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 humain, ludique et enrichissant qui permet à chacun de s'immerger dans ce passé comme s'il y était.

Quand ? Tous les jours, du 6 juillet au 15 août de 10h à 17h30

À découvrir également : les ateliers pédagogiques (Bibule, marelle, calligraphie, poterie)

Tarifs : Plein tarif : 15€ | Tarif réduit : 10€ | Offre famille : 42€ | Gratuit pour les moins de 7 ans

Audioguides gratuits en 10 langues

Complément Visite virtuelle : 5€ | Complément Escape game : 5€

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



POP-ROCK ET ELECTRO POUR UNE PROGRAMMATION MUSICALE PLURI-GENERATIONNELLE AU POSITIV FESTIVAL 2024

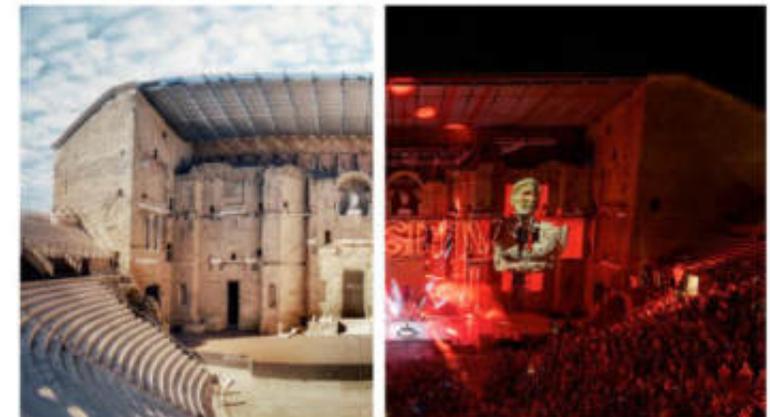
Installée chaque été depuis 2019 dans l'enceinte du Théâtre antique d'Orange, l'équipe de POSITIV Prod prépare une saison exceptionnelle pour 2024 :

Les grands concerts pop-rock avec les légendes Deep Purple (30 juillet), Toto (2 août) et The Dire Straits Experience (3 août) précéderont le POSITIV Electronic Festival (du 16 au 18 août) dont la programmation toujours plus exigeante et techno compte parmi les têtes d'affiche Carl Cox et Charlotte de Witte !

Propre à l'identité du POSITIV, l'aspect immersif de l'expérience prend de l'ampleur autant par le son que par l'image. Grâce à des collaborations avec des artistes circassiens, des shows de videomapping et des innovations technologiques, le POSITIV promet une édition 2024 unique !

Les festivaliers auront un accès gratuit (de 16 à 20h) à l'expérience de VR sur la construction du Théâtre antique pour prolonger l'aventure.

Informations et réservations : <https://positivfestival.fr/>
Accréditation sur demande.



INFORMATIONS PRATIQUES :

Théâtre antique d'Orange - Rue Madeleine Roch - 84 100 Orange
04 90 51 17 60 - Ouvert en été de 9h à 19h - www.theatre-antique.com

CONTACTS PRESSE : Agence The Desk

Contact régional : Nuelle REAL - 06 47 63 41 83 - nuelle@realcommunication.fr
Contact national : Guillaume BOURG - 06 10 61 62 30 - guillaume@agencethedesk.com



2. REVUE DE PRESSE & MÉDIAS

Communiqué de presse bilan POSITIV

Envoyé en préfecture le 26/06/2025
Reçu en préfecture le 26/06/2025
Publié le 27/06/2025
ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE

POSITIV

Communiqué de presse
19 août 2024

Le POSITIV Electronic Festival réunit 25 000 spectateurs et continue de faire vibrer le Théâtre antique d'Orange autant par le son que par l'image !

Après le succès de la première édition pop-rock avec 16 000 spectateurs sur trois concerts de légende (Deep Purple, Toto et The Dire Straits Experience), la 6^{ème} édition du POSITIV Electronic Festival, qui s'est déroulée du 16 au 18 août 2024, a battu les records de fréquentation avec 25 000 spectateurs sur les 3 jours et une nette augmentation des pass plusieurs jours. Le Théâtre antique d'Orange au grand complet a vibré au rythme de shows inédits dont notamment l'une des rares dates en France de Charlotte de Witte en ouverture et un set légendaire de 3h de Carl Cox en clôture du festival.

Pour cette 6^{ème} édition, POSITIV Prod associée à Edeis, 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 performances de cirassiens ont renforcé l'immersion du public sans laisser de répit à son émerveillement. Le POSITIV Festival se vit comme une expérience complète.



Julien Gaona, directeur général et l'équipe de POSITIV PRODUCTION, se félicitent de cette édition qui remplit les objectifs : « Chaque édition bat le record de la précédente, tant sur la fréquentation que sur l'offre musicale et immersive. Notre ambition d'offrir une expérience complète mêlant davantage musique, arts visuels et scéniques est atteinte. Les artistes ont joué le jeu et nous ont fourni des vidéomappings incroyables pour en mettre plein les yeux au public ! »

Un succès rendu possible grâce au soutien sans faille des services de la Ville d'Orange.

Charlotte de Witte, le phénomène de la première soirée

Pour l'une de ses rares dates en France, l'artiste belge a performé à guichets fermés pour le 1^{er} soir du POSITIV Festival. D'abord impressionnée par la taille du monument, elle a ensuite enflammé la scène bimillénaire du Théâtre antique d'Orange : un cadre exceptionnel pour une artiste de renom. Phénomène international de la scène techno, Charlotte de Witte a proposé un set de 2 heures pour le plus grand bonheur de ses fans qui étaient nombreux à faire la queue plusieurs heures avant l'ouverture des portes le vendredi 16 août. Sa présence scénique et la force de son show ont été renforcées par un vidéomapping accordé à son univers, entre portraits photos, archives et effets visuels.

Une programmation 2024 mêlant des artistes des quatre coins du monde

Renforçant sa place dans le panthéon des festivals incontournables de l'été, le POSITIV a proposé un line-up international cette année. On y a retrouvé le britannique Carl Cox, l'un des pères fondateurs de la techno, les deux artistes phénomènes Charlotte de Witte et Apashe originaires de Belgique, Mandragora du Mexique, le danois Kölsch et la jeune Inox Traxx de Berlin. Ces artistes étrangers ont mixé aux côtés d'artistes français de haut niveau, stars dans le milieu de l'électro, comme Mr Tout Le Monde, Nico Moreno, Trym ou encore Tichami X Malaa.

Un final en apothéose avec Carl Cox

Celui qui est décrit comme un « ambassadeur musical et vétéran de l'acid house, champion de la techno, pionnier de la dance music » a complété sa tournée française avec cette date historique dans l'enceinte du Théâtre antique d'Orange. C'est avec un set d'anthologie de 3 heures que Carl Cox a clôturé l'édition 2024 du POSITIV Festival. Un final somptueux sur des notes de house propres à son style et à son héritage.

Une montée en gamme des services mis à disposition des festivaliers

L'une des ambitions du POSITIV Festival, inscrit sur le territoire vausilien et à présent indissociable du Théâtre antique d'Orange, est de faire de ce Monument inscrit à l'UNESCO un lieu de rassemblement et de partage en continuant de le faire vivre et vibrer. Découvrir ce patrimoine unique et exceptionnel dans le cadre du POSITIV Festival est une expérience inoubliable ! Le Théâtre a d'ailleurs proposé un accès à l'expérience VR les 3 soirs du festival de 18 à 20h pour tous les festivaliers volontaires.

Dans le respect du lieu, de l'environnement et pour la sécurité des spectateurs, POSITIV Prod innove et développe ses offres et dispositifs pour le public. L'application du festival permettant entre autres de repérer l'ensemble des lieux et services et de suivre le déroulé de chaque soirée est liée au dispositif SAFER permettant en un clic de signaler une situation anormale (harcèlement, VSS, etc.). Des cendriers de poches et une brigade verte de 6 membres ont permis de garder le lieu propre et agréable pour tous. Une attention particulière pour la prévention du public sur ces sujets prioritaires pour la direction du POSITIV. Côté bar l'expérience est plus fluide grâce au déploiement des cashless et de 27 dessoffeurs dans l'ensemble du site.

L'immersion comme vecteur d'expérience

Propre à l'identité du POSITIV, l'immersion du public a pris de l'ampleur cette année et a accentué l'aspect « expérience » tout au long de ce rendez-vous musical. Des shows pyrotechniques et des performances des cirassiens qui ont participé à la cérémonie de clôture des Jeux Olympiques de Paris (avec le duo Sweet Darkness ainsi que le duo Em'Yo qui travaille notamment avec le Cirque du Soleil) ont émerveillé le public à chaque inter-shows. On se souviendra de l'incroyable show d'Apashe accompagné par Le Brass Orchestra (un orchestre de cuivres en live) couplé à un vidéomapping de tableaux d'art classique ou romantique, ou des visuels entre créature, alien et robot. Le duo français Tichami x Malaa ont livré un set complètement immersif appuyé par des vidéos et projections créées tout particulièrement pour l'occasion et reprenant les codes de l'architecture antique du lieu et ceux de l'univers post-apocalyptique du festival. Même les spectateurs étaient acteurs de l'expérience, munis de bracelets lumineux et connectés, ils ont illuminé les gradins et l'orchestra au rythme des Djs.

Les photos et vidéos des shows libres de droit, [disponibles ici](#).

L'édition 2024 en chiffres + Rappel de l'édition pop rock

25 000 festivaliers du 16 au 18 août

24 artistes (before et after inclus)

Une équipe de plus de 300 personnes mobilisées sur cette édition

43 heures de musique sur ces trois jours

6000 bracelets connectés

16 000 festivaliers sur l'édition pop rock

Pour un total de 41 000 festivaliers sur l'été !

Le POSITIV Festival donne rendez-vous les 15, 16 et 17 août 2025 pour une 7^{ème} édition qui fera à nouveau résonner le passé avec le futur !

CONTACTS PRESSE

Presse nationale :

Agence The Desk - Guillaume Bourg - gullbaum@agence-thedesk.com - 06 10 61 62 50

Presse régionale :

Agence REAL RP & influence - Noëlle Real - noelle@realcommunication.fr - 06 47 63 41 83



2. REVUE DE PRESSE & MÉDIAS

Communiqué de presse TOUSSAINT

Communiqué de presse
26 août 2024



AGENDA

Vacances de la Toussaint au Théâtre antique d'Orange Une multitude d'activités ludiques et pédagogiques pour un voyage familial à travers le temps

Quoi de mieux pour les vacances de la Toussaint que de faire vivre à vos enfants ou petits-enfants un voyage fascinant à travers le temps ?

Situé au cœur de la Provence, le Théâtre antique d'Orange, classé au Patrimoine mondial de l'UNESCO, offre une variété d'activités à la fois éducatives et divertissantes, adaptées à chaque tranche d'âge, permettant aux familles de découvrir, s'instruire et s'amuser ensemble.

Désormais couplées dans un billet unique, toutes ces activités vont ravir toute la famille !

Des ateliers pédagogiques pour les curieux



Les enfants accompagnés de leurs parents ou grands-parents, sont invités à éveiller leur curiosité à travers une série d'ateliers pédagogiques conçus spécialement pour eux et animés par un « vrai » Romain !

Petits et grands pourront :

- Fabriquer une "fibule", un bijou antique utilisé par les Romains pour attacher leurs vêtements.
- S'initier à la calligraphie et à la numérotation romaine, c'est-à-dire apprendre à écrire comme les anciens Romains.
- Découvrir la marelle, l'un des plus anciens jeux du monde, appréciée depuis des millénaires.
- Modeler un médaillon à l'effigie de l'Empereur Auguste, activité qui permet aux enfants de créer leur propre souvenir de l'époque romaine.

Une incroyable visite virtuelle

Équipés d'un casque de réalité virtuelle, enfants et adultes partent à la rencontre de Jade, jeune comédienne qui les entraîne dans une aventure épique et moderne au cœur du Théâtre antique d'Orange. Ils devront l'aider à redonner vie aux âmes du lieu.

Dans cette aventure, ils découvriront l'architecture impressionnante du Théâtre, les coulisses avec leurs machineries sophistiquées, et l'évolution du lieu à travers les siècles.

Une expérience enrichissante qui marie histoire, théâtre et technologie !

Quand ? Séances tous les jours, toutes les 30min de 9h30 à 17h30.
Durée : 12min. Accessible dès 6 ans.



Les Gardiens de l'Histoire pour tous ceux qui aiment les récits et le théâtre



Les Gardiens de l'Histoire vont captiver tous ceux qui dévorent les livres ou adorent écouter des récits et témoignages historiques.

Cette découverte immersive des personnages historiques qui ont marqué le Théâtre antique à travers les siècles, interprétés par des comédiens exceptionnels qui réincarnent les personnages clés : Auguste Caristie, Sarah Bernhardt, Tiburge, Marullus, Lucius, Corinne, Guillaume au Cornet...

Un voyage temporel passionnant qui met en lumière les événements majeurs de l'histoire romaine et au-delà.

Quand ? Du 23 au 26 octobre et du 30 octobre au 2 novembre de 10h à 17h.

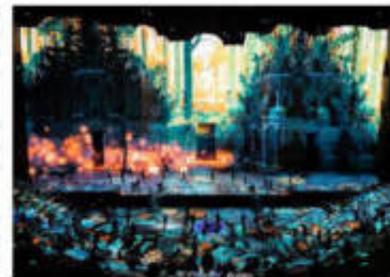
Pour toute la famille, à la nuit tombée, la magie de l'Odysée Sonore !

Le Théâtre antique d'Orange propose tout au long de l'année des soirées de projection de l'Odysée Sonore, l'expérience immersive nocturne qui mêle son, histoire et technologie pour plonger le visiteur au cœur de la mythologie.

Cette véritable odysée à travers l'histoire musicale où les sons se mêlent aux images oniriques du vidéomapping offre une expérience sensorielle inédite du lieu.

Récompensée du prix de l'innovation culturelle au CES de Las Vegas 2024, l'Odysée Sonore est une expérience sensorielle dans laquelle le spectateur est baigné dans l'image générée grâce à l'IA et enveloppé par le son binaural en 3D, au travers d'univers merveilleux et fantastiques.

Quand ? Près de 30 soirées dans les prochains mois
Septembre : 7 / 20-21 / 27-28 Oct : 5, 12, 19 / 26-31 Nov : 1-2 / 8-10 Déc : 19-20 / 22-23 / 26-30



Programme et réservation en ligne sur www.theatre-antique.com

Tarifs exceptionnels du 23 au 26 octobre et du 30 octobre au 2 novembre pour un billet unique comprenant :
La visite audioguidée du Théâtre et du Musée + l'animation Gardiens de l'Histoire + les ateliers pédagogiques
+ l'expérience en réalité virtuelle « Les secrets du Théâtre, un voyage inattendu ».
Adultes : 16€ / Enfants de 7 à 17ans : 14€ / Famille (2 adultes + 2 enfants de 7 à 17ans) : 49€
Infos pratiques : 04 90 51 17 60 - www.theatre-antique.com

Le Théâtre antique d'Orange est plus qu'un simple monument historique, c'est un lieu où l'histoire prend vie, accessible à tous les âges. Cette Toussaint, venez découvrir ce trésor de notre patrimoine national, et profitez d'une multitude d'activités pour apprendre en famille et en s'amusant !

CONTACTS PRESSE : The Desk

Contact régional : Noémie Real - 06 47 63 41 83 - noemie@realcommunication.fr
Contact national : Guillaume Bourg - 06 10 61 62 50 - g.bourg@realtoctheatre.com

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



3. INSERTIONS, RÉSEAUX & DISTRIBUTION

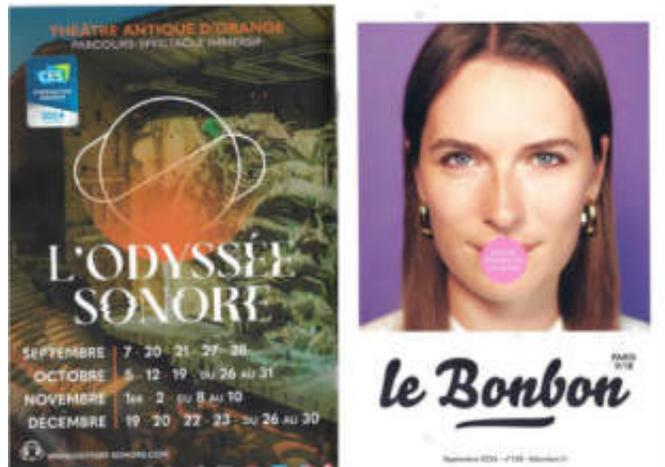
Insertions presse nationale et médias spécialisés



Publicité vidéo sur la plateforme TFI+



Publicité dans La Provence



4^{ème} de couverture dans Le Bonbon



Publicité dans Le Parisien Week-end



Insertion guide Bienvenue en Provence

3. INSERTIONS, RÉSEAUX & DISTRIBUTION

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Tournées de prospection

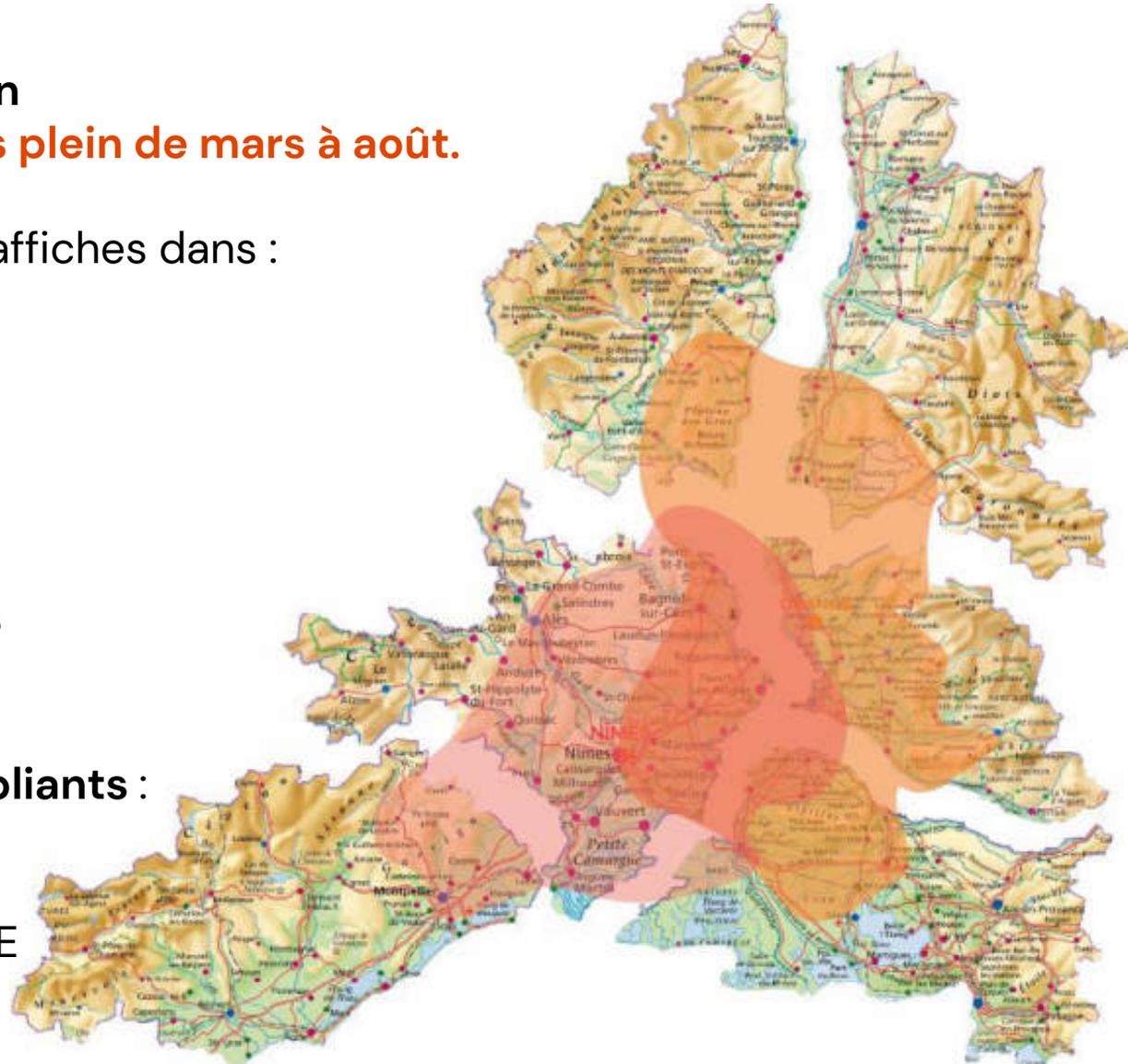
Un salarié dédié à temps plein de mars à août.

Distribution dépliants et affiches dans :

- 6 départements
- 79 communes
- 59 campings
- 182 Hôtels
- 77 maisons d'hôtes
- & Offices de tourisme
- 26 Sites & monuments

Distribution réseaux dépliants :

ÉVASION PLUS
TOTEM DE L'INFO
BIENVENUE EN PROVENCE
SUD ARDÈCHE



**Au total, plus
300 000
dépliants sur
les monuments
d'Orange
distribués !**

4. CAMPAGNES D’AFFICHAGE

Envoyé en préfecture le 26/06/2025
 Reçu en préfecture le 26/06/2025
 Publié le 27/06/2025
 ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE

Campagne ODYSSEE SONORE

STL	VILLE	ENVIRONNEMENT	AFFICHAGE	nbre de face	format	date début	date fin
MU GF : mobilier urbain grand format MU PF : mobilier urbain petit format	du 26/03/24 au 29/12/24		L'ODYSSEE SONORE représentation du 26/03/24 au 18/05/24 - période de sem : marcadéniémal zone d'affichage : Vaucluse 84, bouche de rhone 13, drome 26, Lyon, paris gare de lyon				
GIRAUDY	ROMANS SUR ISERE	MU GF	IMPACT 8-12 L	10	8 et 12m2	04-mars-24	10-mars-24
GIRAUDY	AIX-EN-PROVENCE	MU GF	IMPACT 8-12	25	8 et 12m2	06-mars-24	12-mars-24
MEDIATRANSPORT	PARIS GARE DE LYON	GARE SNCF	DOOH CULTURE PARIS LYON FULL TIME volume 27 360 logs 4 jours	11	spot 10sec	28-mars-24	31-mars-24
GIRAUDY	AVIGNON	MU GF	IMPACT 8-12 L	39	8 et 12m2	09-avr-24	15-avr-24
GIRAUDY	SALON-DE-PROVENCE	MU GF	IMPACT 12	13	12m2 plateau	12-avr-24	18-avr-24
GIRAUDY	MONTELMAR	MU GF	IMPACT 8	25	8m2 plateau	17-avr-24	23-avr-24
MEDIATRANSPORT	AVIGNON, ORANGE, NIMES, AIX	GARE SNCF	DOOH CULTURE AVIGNON TGV, ORANGE, NIMES, AIX TGV volume 69 644 logs diffusion full time 7 jours	16	spot 10sec	18-avr-24	24-avr-24
JCDECAUX	NIMES	MU GF	ENVERGURE 8	39	8m2	24-avr-24	
GIRAUDY	ARLES	MU GF	PERFECT 8	17	8m2 plateau	08-mai-24	
JCDECAUX	LYON 1	MU PF	CITY CŒUR 2	50	2m2	06-mai-24	
GIRAUDY	MARSEILLE	MU GF	IMPACT 8-12 L	46	8 et 12m2	13-mai-24	19-mai-24
CLEAR CHANNEL	NIMES	MU GF	SEDUCTION 8 NIMES	33	8m2	13-mai-24	19-mai-24
GIRAUDY	VALENCE	MU PF	IMPACT 2	14	2m2 cabsson	20-mai-24	26-mai-24
JCDECAUX	AVIGNON	MU GF	ENVERGURE 8	32	8m2	27-mai-24	
GIRAUDY	AUBAGNE	MU GF	PERFECT 8-12	44	8 et 12m2	27-mai-24	
MU GF : mobilier urbain grand format MU PF : mobilier urbain petit format			ANIMATION ESTIVALE représentation du 26/07/24 au 31/08/24 - période de sem : de mi juin à première semaine d'août zone d'affichage : nimes, avignon, ardèche, aubenas, orange, arles, salon de provence, aix en provence				
JCDECAUX	ORANGE	MU GF	ENVERGURE 8	7	8m2	12-juin-24	18-juin-24
GIRAUDY	AIX-EN-PROVENCE	MU GF	IMPACT 8-12	25	8 et 12m2	19-juin-24	25-juin-24
CLEAR CHANNEL	MARSEILLE-AIX-EN-PROVENCE	MU PF	SEDUCTION 2 AIX-EN-PROVENCE 1	58	2m2	19-juin-24	25-juin-24
CLEAR CHANNEL	SALON-DE-PROVENCE	MU GF	AMBITION CLASSIC SALON-DE-PROVENCE	6	12m2	01-juil-24	07-juil-24
GIRAUDY	ARLES	MU GF	PERFECT 8	17	8m2 plateau	09-juil-24	09-juil-24
CLEAR CHANNEL	MONTELMAR	MU PF	SEDUCTION 2 CROSS MONTELMAR 2	62	2m2	09-juil-24	09-juil-24
GIRAUDY	AUBENAS	MU GF	PERFECT 12 L	8	12m2 plateau	15-juil-24	21-juil-24
JCDECAUX	AVIGNON	MU GF	ENVERGURE 8	32	8m2	15-juil-24	21-juil-24
JCDECAUX	ORANGE	MU GF	ENVERGURE 8	7	8m2	17-juil-24	23-juil-24
MEDIATRANSPORT	AVIGNON, ORANGE, NIMES, AIX	GARE SNCF	DOOH CULTURE AVIGNON TGV, ORANGE, NIMES, AIX TGV volume 69 544 logs diffusion full time 7 jours	16	spot 10sec	29-juil-24	04-août-24
CLEAR CHANNEL	MARSEILLE-AIX-EN-PROVENCE	MU PF	ATTRACTION 2 PAYS D'AUBAGNE	17	2m2	31-juil-24	06-août-24
CLEAR CHANNEL	NIMES	MU GF	AMBITION 8 NIMES	39	8m2	31-juil-24	06-août-24
GIRAUDY	SALON-DE-PROVENCE	MU GF	IMPACT 12	13	12m2 plateau	02-août-24	08-août-24
JCDECAUX	NIMES	MU GF	affiche l'odyssée sonore ENVERGURE 8	39	8m2	07-août-24	13-août-24



4. CAMPAGNES D’AFFICHAGE

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Campagne POSITIV FESTIVAL

AFFICHAGE	détail	date début	date fin
MARSEILLE	IMPACT 8-12 L MARSEILLE	46 faces 8 et 12m2	8-juil.-24 14-juil.-24
MONTPELLIER	MUST XL MONTPELLIER	30 faces 8m2 vitrine déroulant	10-juil.-24 16-juil.-24
MONTELMAR	ENVERGURE CLASSIQUE 8C MONTELMAR	16 faces 8m2 colle 7 jours	10-juil.-24 16-juil.-24
VALENCE	ENVERGURE 8 VALENCE	20 faces 8m2 7 jours	17-juil.-24 23-juil.-24
NIMES	ENVERGURE 8 NIMES	35 faces 8m2 déroulant 7 jours	24-juil.-24 30-juil.-24
AVIGNON	ENVERGURE 8 AVIGNON	32 faces 8m2 déroulant 7 jours	24-juil.-24 30-juil.-24
ORANGE	SEDUCTION 2 ORANGE SHOPPING	18 faces 2m2 7 jours	24-juil.-24 30-juil.-24
MARSEILLE	GARE SNCF DOOH MARSEILLE ST CHARLES	7 écrans spot 10sec 6873 logs diffusion journée 4 jours	19-juil.-24 22-juil.-24
MARSEILLE	GARE SNCF DOOH MARSEILLE ST CHARLES	5 écrans spot 10sec 4909 logs diffusion journée 4 jours	26-juil.-24 29-juil.-24
NIMES	GARE SNCF DOOH NIMES	4 écrans spot 10sec 8705 logs diffusion full time 4 jours	2-août-24 5-août-24
NIMES	GARE SNCF DOOH NIMES	4 écrans spot 10sec 8705 logs diffusion full time 4 jours	9-août-24 12-août-24

5. PARTENARIATS

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



- ✓ Avec Vaucluse Provence Attractivité, dans le cadre d'un pass Vaucluse en billetterie.
- ✓ Avec l'Office de Tourisme , pour une visite couplée du Théâtre et les dégustations sonores+ préventes de billets à tarifs préférentiels.
- ✓ Avec les Chorégies d'Orange, pour des visites des coulisses des spectacles entre fin juin et début août + des réductions sur la visite du Théâtre pour les spectateurs des Chorégies pendant toute la durée du festival.
- ✓ Avec le Positiv Festival, dans le cadre de la co-production.
- ✓ Avec France Bleu Vaucluse, interviews régulières tout au long de la saison + jeux-concours.
- ✓ Avec YAMAHA, sponsor de l'expérience historique en réalité virtuelle.
- ✓ Avec FOCAL, sponsor de l'Odyssée sonore.



6. RÉSEAUX SOCIAUX

Envoyé en préfecture le 26/06/2025
Reçu en préfecture le 26/06/2025
Publié le 27/06/2025
ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



6. RÉSEAUX SOCIAUX

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



SOMMAIRE



1
2
3
4
5
6
7

LE THEATRE ANTIQUE SUR LES RESEAUX

FOLLOWERS

ORIGINE FOLLOWERS

OPERATIONS PARTENAIRES

RUBRIQUES ET BENCHMARK

MARKETING INFLUENCES

EVENEMENTS ET PERSPECTIVES

6. RÉSEAUX SOCIAUX

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



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
- Repartage des réels IG

6. RÉSEAUX SOCIAUX

Envoyé en préfecture le 26/06/2025
Reçu en préfecture le 26/06/2025
Publié le 27/06/2025
ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE

FOLLOWERS



18 872

Facebook



10 172

Instagram



+ 35%

Par rapport à décembre
2023.



+ 29%

Par rapport à décembre
2023.



6. RÉSEAUX SOCIAUX

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE

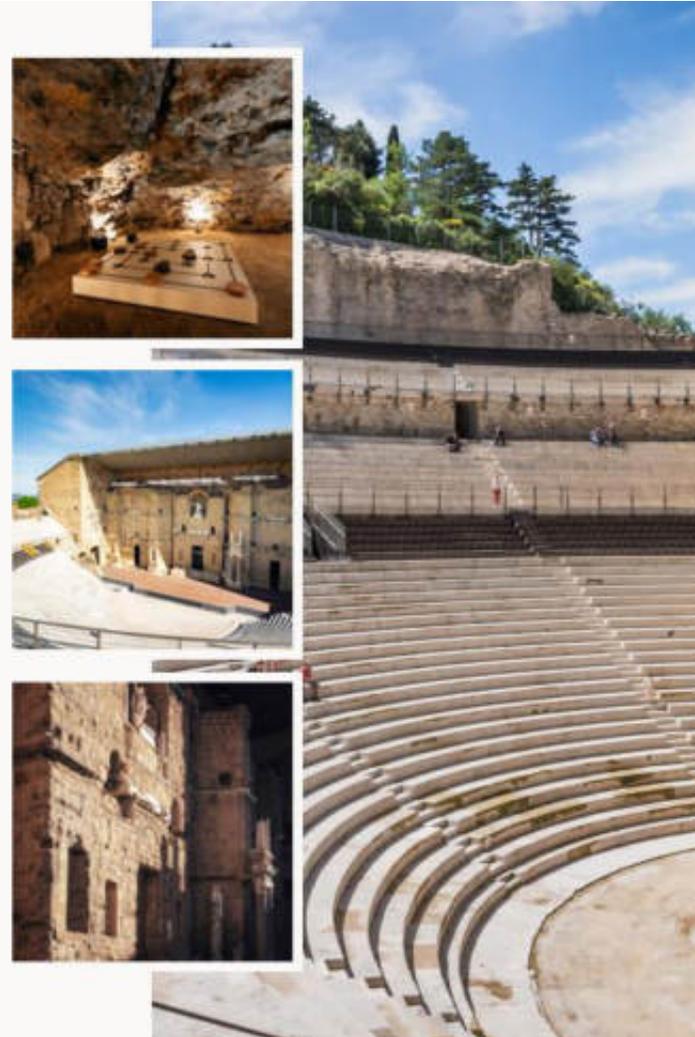


ORIGINE DES FOLLOWERS

QUI SONT-ILS ?

Sur Facebook : Orange 6.9%, Avignon 2.7% , Marseille 2.6%.
Agés principalement de 34 ans à 55 ans avec une grande majorité de femmes 67%.

Sur Instagram : Orange 4.5%, Marseille 3.5%, Paris 3.2%.
Agés principalement de 25 à 44 ans avec 57% de femmes.



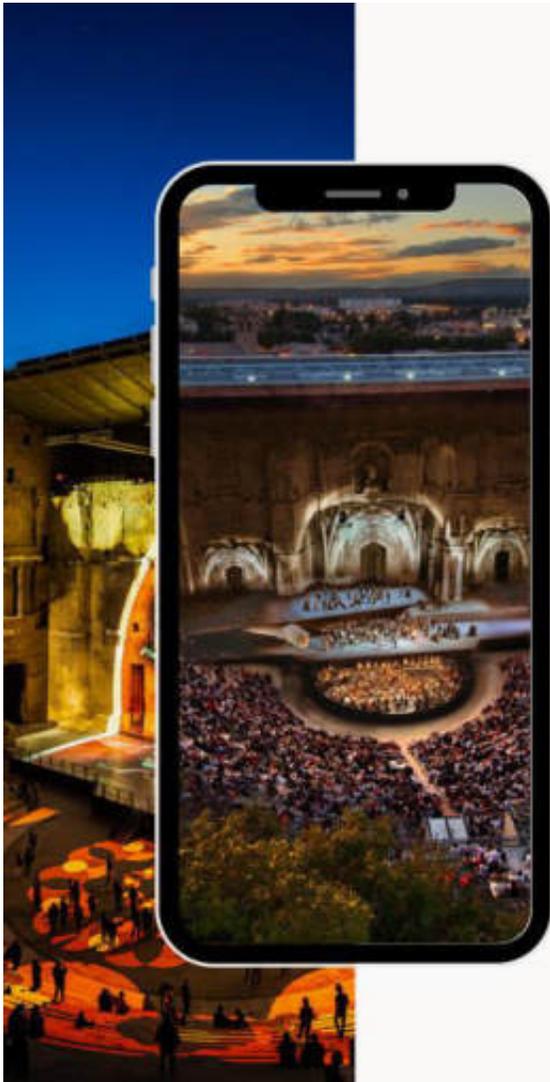
6. RÉSEAUX SOCIAUX

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



OPERATIONS PARTENAIRES

- Jeu concours avec le bonbon Marseille.
- Jeu concours avec le MMA
- Jeu concours avec Vaucluse Provence Attractivité
- Jeu concours avec l'Office de Tourisme et Justin de Provence
- Jeu concours "Les blondinets", "voyage sur la comète" (micro-influenceurs)
- Cross post : Ville d'Orange, les Chorégies, POSITIV, l'OT...

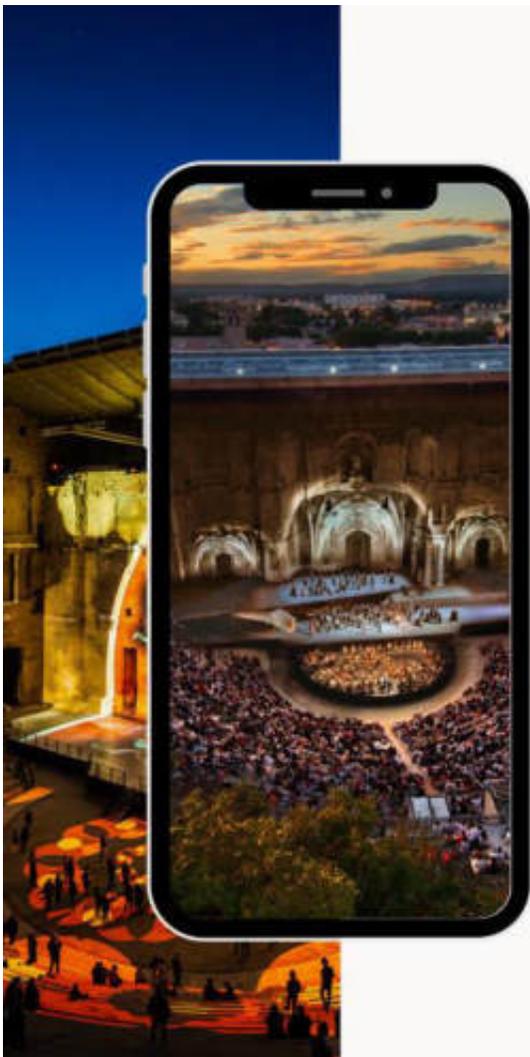
6. RÉSEAUX SOCIAUX

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE

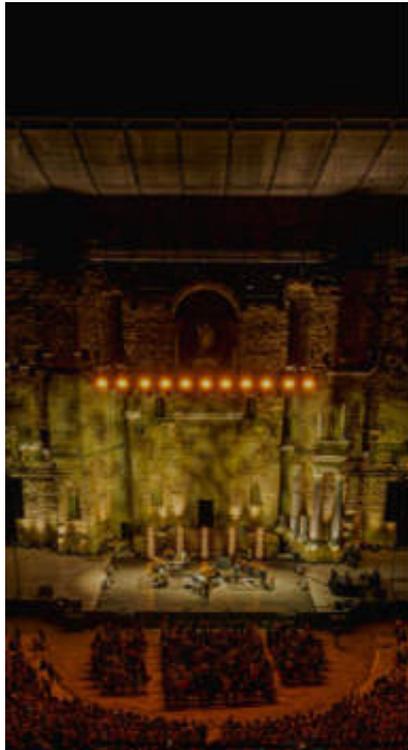


RUBRIQUES ET BENCHMARK

- " Avant après" avec les photos d'archives de la ville
- "Saviez-vous"
- "Pendant quel concert cette photo a été prise ?"
- "Un jour un coulisse"
- Réels
- Une seul différence
- Un jour un Théâtre
- Trend

	Ville d'Orange	Pays d'Orange	Chorégies	Positiv	TAO
Instagram	6585	3131	6044	37500	10300
Facebook	27 000	12 000	17000	52000	19165

6. RÉSEAUX SOCIAUX



MARKETING INFLUENCE

En 2024, le Théâtre antique avait mis en œuvre une stratégie d'influence axée sur les micro-influenceurs de la région pour renforcer son ancrage local. En collaborant avec ces voix authentiques, il visait à tisser des liens plus étroits avec la communauté et à promouvoir son riche patrimoine culturel.

Ainsi, nous avons fait venir 17 profils représentant une communauté de 471 000 followers. Ces influenceurs ont eu l'opportunité de visiter le théâtre, d'assister à l'Odysée sonore, notre visite virtuelle, et de participer à nos animations telles que les Gardiens de l'Histoire, ainsi qu'à nos ateliers pédagogiques.

Profile Name	Publications	Followers	Followers
popcorn.paris	5166	259 K	323
mesblondinets	2516	13,8 K	1152
melou030	2079	17,9 K	948

6. RÉSEAUX SOCIAUX

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

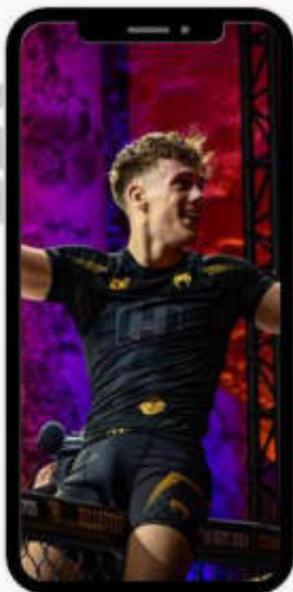
Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



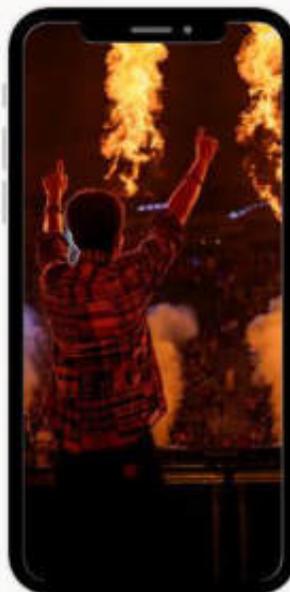
COUVERTURE DES EVENEMENTS



MMA



CANDLELIGHT



POSITIV



POSITIV ROCK



FLAMME OLYMPIQUE

6. RÉSEAUX SOCIAUX

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



PERSPECTIVES

- Dans un monde en constante évolution, le digital est devenu incontournable.
- Créer des publications engageantes pour créer une communauté fidèle et active.
- Contenu visuel impactant pour capter l'attention et renforcer l'émotion.
- Vidéos :
- Cette approche intégrée maximise la portée et l'engagement du TAO.
- Pour se démarquer, TAO doit capter l'attention sur les réseaux sociaux avec des trands par exemple.
- Marketing influences : 2025 continuer à promouvoir le territoire avec le Marketing d'influence.
- vidéo Teaser de nos animations.
- Développer les réseaux, augmenter la visibilité.
- Continuer de s'appuyer sur les partenariats, pour augmenter la visibilité comme avec le Positiv, VPA...

7. ACTIONS COMMERCIALES

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Salon des voyages Clermont Ferrand 20 – 21 janvier

1^{ère} édition de ce salon pour un lien entre les voyageurs et les pros

En plein centre de la France

Cible axée 30/50 ans

Promotion de destinations en marketing digital et d'influence

Environ 4600 visiteurs en tout sur le salon

Sur notre stand: 190 personnes renseignées le samedi – 210 le dimanche (400 personnes en tout) - beaucoup de familles, ou couples sans enfants, indivs

Démonstration casque VR sur le stand

Bilan positif pour ce salon Grand Public

Public très dynamique

Bassin Auvergne Rhône Alpes (provenances Isère et Rhône dans le top 10 en février mars)



7. ACTIONS COMMERCIALES

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Media Event Explore France 30 janvier à Amsterdam

Networking avec médias et créateurs de contenus néerlandais

Présentation du marché néerlandais pour démarrer la journée

Diffusion du « Mediamagazine Frankrijk 2024 » auprès des médias tout au long de l'année, en plus de l'envoi en amont de notre dossier de presse

[Mediamagazine 2024 - Klaar voor de start!.pdf](#)

58 médias sont venus pour une quinzaine d'exposants

La plupart ont déjà entendu parlé d'Orange puisqu'ils sont déjà venus dans le sud de la France, mais personne ne s'y est jamais arrêté

Grand succès de la démonstration de l'OS grâce au casque VR, et tous ont été séduits par l'expérience de visite unique que nous proposons

Accueil presse individuel ou groupes à prévoir à l'issue de cette rencontre pour générer des contenus tout au long de l'année

Campagne de notoriété positive



7. ACTIONS COMMERCIALES

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Salon CSE – Évasion Plus

8 février au Grau du Roi

Contacts très qualitatifs: 117 CSE rencontrés

CSE très intéressés par nos offres mais la plupart ne veut plus gérer la billetterie

Le système de code promo, ou la mise en place d'un lien pour accéder à une plateforme de vente directe de billets sont les solutions les plus demandés



Nîmes Urban Trail 17 février

Action mutualisée avec les monuments romains de Nîmes : animations casque VR et ateliers fibule et marelle

Public composé essentiellement de coureurs participants au trail

Le stand promotionnel a permis de renforcer la visibilité auprès du public gardois. La mise en place d'un jeu concours est prévue pour 2025 afin de dynamiser l'engagement et quantifier les retours.



7. ACTIONS COMMERCIALES

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Mahana Lyon 8 au 10 mars

18 800 visiteurs pendant toute la durée du salon (3 jours) dont 75 représentants de groupes/clubs/CSE, 412 journalistes, professionnels et étudiants

190 exposants soit une hausse de 17% par rapport à 2023

Visibilité ++ pendant le salon (RS, Grande Scène)

Intentions de vacances/ escapades des visiteurs bien concrètes

Marché dynamique dans la région AURA

Mutualisation avec Nîmes la Romaine

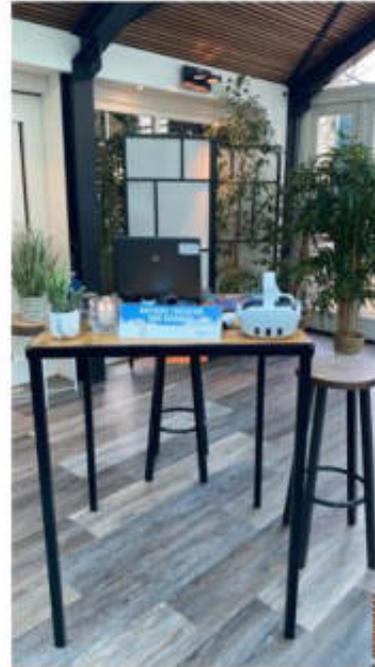


7. ACTIONS COMMERCIALES

Workshop Explore France 14 mars à Amsterdam

Rencontre networking avec des tours
opérateurs, conseillers de voyages
indépendants

Format absolument propice aux échanges



7. ACTIONS COMMERCIALES

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Salon Mondial du Tourisme 14 au 17 mars à Paris

Rendez-vous annuel des passionnés de voyages, à la recherche d'idées et de conseils pour les prochaines vacances

237 exposants pour 72 000 visiteurs, dont 219 responsables de groupes, 307 journalistes, 1249 professionnels et près de 500 étudiants

Fréquentation globalement uniforme sur les 4 jours avec un léger pic le samedi

Action mutualisée avec Le Train de la Mure et Nîmes la Romaine



7. ACTIONS COMMERCIALES

Rendez-vous en France 26 et 27 mars à Toulouse

Événement professionnel dédié à la promotion et la commercialisation de la destination France, toutes régions et toutes thématiques confondues

2 jours de rendez-vous préprogrammés pour rencontrer près de 750 prescripteurs de 55 pays sélectionnés et invités par le réseau Atout France à l'internationale

Pour cette édition, nous avons été accompagnés de Pays d'Orange en Provence Tourisme, les Chorégies, la Fédération des Vins de Châteauneuf du Pape. Également présent sur le salon le Grand Hotel d'Orange.

Territoire représenté « en force »

Plus de 40 entretiens réalisés, notamment avec des prescripteurs américains et asiatiques



Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



7. ACTIONS COMMERCIALES

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



IdWeekend

5 au 7 avril à Nice

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

Visitorat Grand Public

80 stands pour 18 000 visiteurs sur les 3 jours (contre 12 000 en 2023), principalement de la Métropole Nice Côte d'Azur et de l'ouest du département des Alpes Maritimes

Soit une augmentation de 50% du visitorat

Vendredi consacré au B2B: 65 exposants et 45 visiteurs – 191 rdv one-to-one

Opération mutualisée avec Nîmes la Romaine

Public essentiellement sénior et familial



7. ACTIONS COMMERCIALES

Accueil presse avec Atout France Pays Bas 17 au 20 avril à Orange et Châteauneuf du Pape

Accueil suite à la participation au Média
Event Amsterdam en janvier

À l'issue de cet événement, nous devons
être en mesure de promouvoir les
monuments d'Orange, ainsi que le territoire.

Ainsi en collaboration avec l'OTO, ainsi que
des professionnels d'Orange et ses
alentours, nous avons pu accueillir un
groupe de 5 journalistes néerlandais.

Le groupe a été surpris par la beauté et le
potentiel touristique de la ville et de la
région.

Hôtel Mercure Orange Centre
Hostellerie du Château des Fines Roches
Orange Bike
Vinades Châteauneuf du Pape
Le Verger des Papes Châteauneuf du Pape
Chocolaterie Castelain
Grand Hotel d'Orange
La Grotte d'Auguste
Domaine de Grangeneuve à Jonquières
Elodie BURGET guide conférencière

Articles publiés:

Reislegende

- <https://www.reislegende.nl/doen-en-zien-in-oranje-frankrijk/>
- <https://www.reislegende.nl/wat-te-zien-in-de-vaucluse-mooiste-dorpen-en-bezienswaardigheden/> (cet article existait déjà, mais elle a ajouté Orange et Châteauneuf-du-Pape à la liste)
- <https://www.reislegende.nl/romeinse-theater-oranje/>
- <https://www.reislegende.nl/chateauneuf-du-pape/>

Travelvalley

- <https://www.travelvalley.nl/stedentrips/ontdek-de-chaarme-van-de-stad-oranje-in-zuid-frankrijk>
- <https://www.travelvalley.nl/ontspanning/wijn-chateauneuf-du-pape-frankrijk>
- <https://www.travelvalley.nl/stedentrips/wereiderfoed-in-de-vaucluse-zo-uniek-is-het-romeins-theater-van-oranje>

Gezinopreis

<https://www.gezinopreis.nl/oranje/>
<https://www.gezinopreis.nl/chateauneuf-du-pape/>

Frankrijk Vakantieland

<https://www.frankrijkvakantieland.nl/chateauneuf-du-pape/>



Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE

S²LO

7. ACTIONS COMMERCIALES

Salons Pro/CSE – CGR

25 avril à Rivesaltes

16 mai à Vitrolles

26 septembre à Manosque

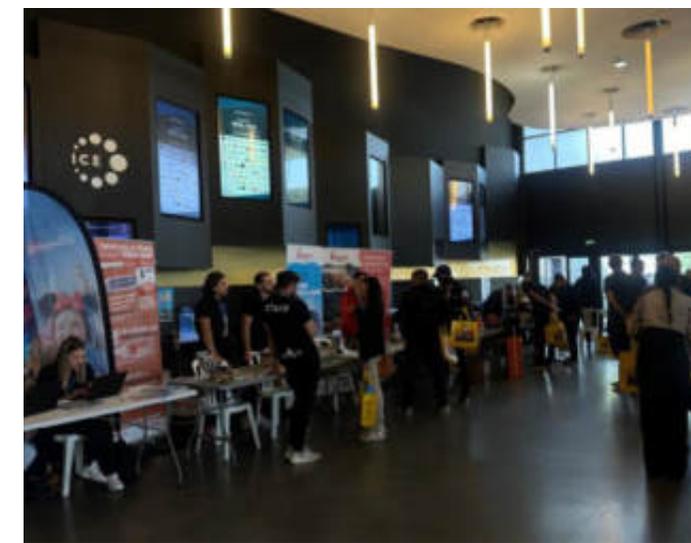
5 novembre à Nîmes



Envoyé en préfecture le 26/06/2025
Reçu en préfecture le 26/06/2025
Publié le 27/06/2025 PRÉSENTS S²LO
ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE

POUR PARTICIPER, INSCRIVEZ-VOUS À cgr.rivesaltes@cgrcinemas.fr

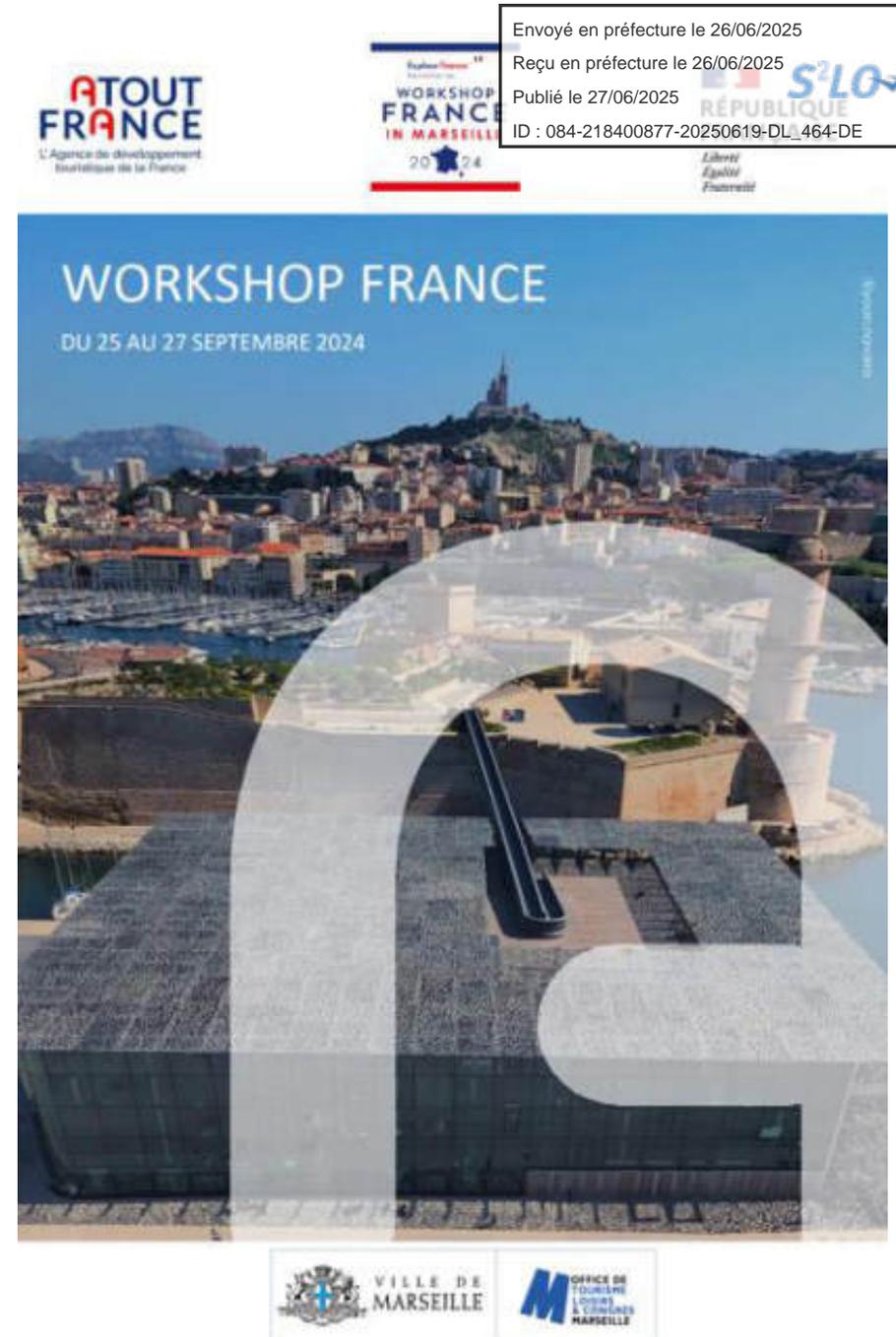
Rencontres avec 201 élus et représentants de CSE en tout.
1^{ère} participation pour ce format de salon organisé par les cinémas CGR
Contacts absolument qualitatifs, séduits par notre offre de visite
Les visiteurs ont également été convaincus par la situation géographique (max. 3h de route)



7. ACTIONS COMMERCIALES

Workshop France Allemagne du 25 au 27 septembre à Marseille

- Pour la 3^{ème} année consécutive, nous avons participé à cette opération annuelle pour conquérir le marché allemand.
- Séquences de speed-meetings formelles, avec des rendez-vous de 15 à 20 minutes environ: plus de 30 rendez-vous ont été préprogrammés et une dizaine spontanée.
- Certaines agences pour consolider la collaboration et d'autres pour faire découvrir nos offres de visite.



7. ACTIONS COMMERCIALES

Workshop Francia 3 octobre à Madrid

- Tous les 2 ans, ce rendez-vous incontournable favorise les contacts directs avec les TO et AGV d'Espagne et du Portugal .
- Cette rencontre offre la possibilité à chaque exposant de présenter les nouveautés de son offre et produits aux marchés ibériques - Renouer et générer de nouveaux contacts avec les professionnels espagnols et portugais.
- La moyenne des rdv par exposant s'élève à 15.
- Nombre de visiteurs attendus entre 50 et 60.



Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



7. ACTIONS COMMERCIALES

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Marché des voyages Groupes
du 5 au 7 novembre
au Château d'Andrézieux

- Opération mutualisée avec le Train de la Mure
- Cible: autocaristes région AURA
- Plus de 50 élus d'associations, amicales et clubs ont été reçus, tous clients des autocars Buchet, Chabannes et Migratour.



7. ACTIONS COMMERCIALES

TRAVEL MEET 10 décembre à Avignon

- 100% B2B marchés internationaux
- Une centaine de TO et AGV seront invités en région:
50% marchés européens / 50% marchés lointains -
70% généralistes et 30M spécialites (Luxe, MICE...)-
Une douzaine d'éductours dans toute la région.
- Organisé par le Comité Régional du Tourisme Provence Alpes Côte d'Azur, cet événement a pour but de promouvoir les différentes offres du Théâtre antique d'Orange à des prospects internationaux.
- En préparation de ce salon, deux pré-tours ont été organisés au Théâtre antique le samedi 7 décembre avec deux thématiques différentes : l'un sur l'UNESCO et l'autre sur le Vaucluse en hiver ainsi que la gastronomie provençale. Les invités avaient, entre autres, pu profiter d'une projection de l'Odyssée Sonore.



Envoyé en préfecture le 26/06/2025
Reçu en préfecture le 26/06/2025
Publié le 27/06/2025
ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



8. MARKETING DIGITAL

Sites internet

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Étude du trafic sur le site
www.odyssee-sonore.com

Provenances des visiteurs:

24 970 visites par recherche sur un navigateur

14 262 visites via le site internet
www.theatre-antique.com

3265 visites via les réseaux sociaux

Trafic total :

58170 visiteurs en 2024

Carte des visiteurs

58 170 visites



8. MARKETING DIGITAL

Sites internet

Envoyé en préfecture le 26/06/2025
Reçu en préfecture le 26/06/2025
Publié le 27/06/2025
ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE
www.gyssee-sonore.com

PAYS	VISITES
 France	48 338
 Allemagne	1 642
 États-Unis	1 311
 Japon	1 206
 Pays-Bas	1 107
 Belgique	1 017
 Suisse	654
 Royaume-Uni	504
 Espagne	327
 Italie	275

REGION	VISITES
 Île-de-France, France	24 323
 Auvergne-Rhône-Alpes, France	4 764
 Inconnu	4 732
 Occitanie, France	3 655
 Provence-Alpes-Côte-d'Azur, France	2 675
 Centre-Val de Loire, France	2 387
 Hauts-de-France, France	1 440
 Grand-Est, France	1 428
 Nouvelle-Aquitaine, France	1 282
 Tokyo, Japon	761

8. MARKETING DIGITAL

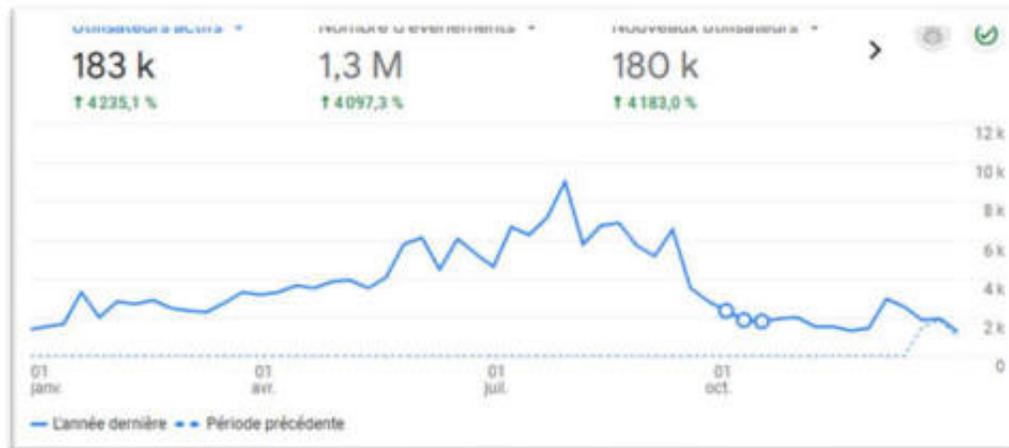
Sites internet

Étude du trafic sur le site www.theatre-antique.com

Envoyé en préfecture le 26/06/2025
 Reçu en préfecture le 26/06/2025
 Publié le 27/06/2025
 ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Évolution de la fréquentation des visiteurs



Canaux principaux

Session par Groupe de canaux	SESSIONS
Organic Search	180 k
Direct	45 k
Referral	6,5 k
Organic Social	5 k
Unassigned	248
Email	108
Paid Search	47

[Afficher l'acquisition de trafic](#)

Provenance par pays

1	France	137 335 (75,33 %)
2	Germany	8 428 (4,62 %)
3	United States	5 783 (3,17 %)
4	Belgium	4 427 (2,43 %)
5	United Kingdom	3 949 (2,17 %)
6	Netherlands	3 563 (1,95 %)
7	Spain	2 924 (1,6 %)
8	Switzerland	2 782 (1,53 %)
9	Italy	1 622 (0,89 %)
10	Indonesia	1 299 (0,71 %)

Provenance par région

1	Ile-de-France	38 912 (21,34 %)
2	Provence-Alpes-Cote d'Azur	32 720 (17,95 %)
3	Auvergne-Rhone-Alpes	26 754 (14,67 %)
4	Occitanie	17 531 (9,62 %)
5	Nouvelle-Aquitaine	7 608 (4,17 %)
6	Grand Est	5 674 (3,11 %)
7	Hauts-de-France	4 355 (2,39 %)
8	Pays de la Loire	3 999 (2,19 %)
9	Centre-Val de Loire	3 909 (2,14 %)
10	England	3 637 (1,99 %)

Provenance par ville

1	Paris	34 860 (19,12 %)
2	(not set)	26 610 (14,6 %)
3	Lyon	10 465 (5,74 %)
4	Marseille	8 175 (4,48 %)
5	Orange	3 536 (1,94 %)
6	Toulouse	3 454 (1,89 %)
7	Avignon	2 759 (1,51 %)
8	Montpellier	2 531 (1,39 %)
9	London	1 960 (1,08 %)
10	Bordeaux	1 731 (0,95 %)

8. MARKETING DIGITAL

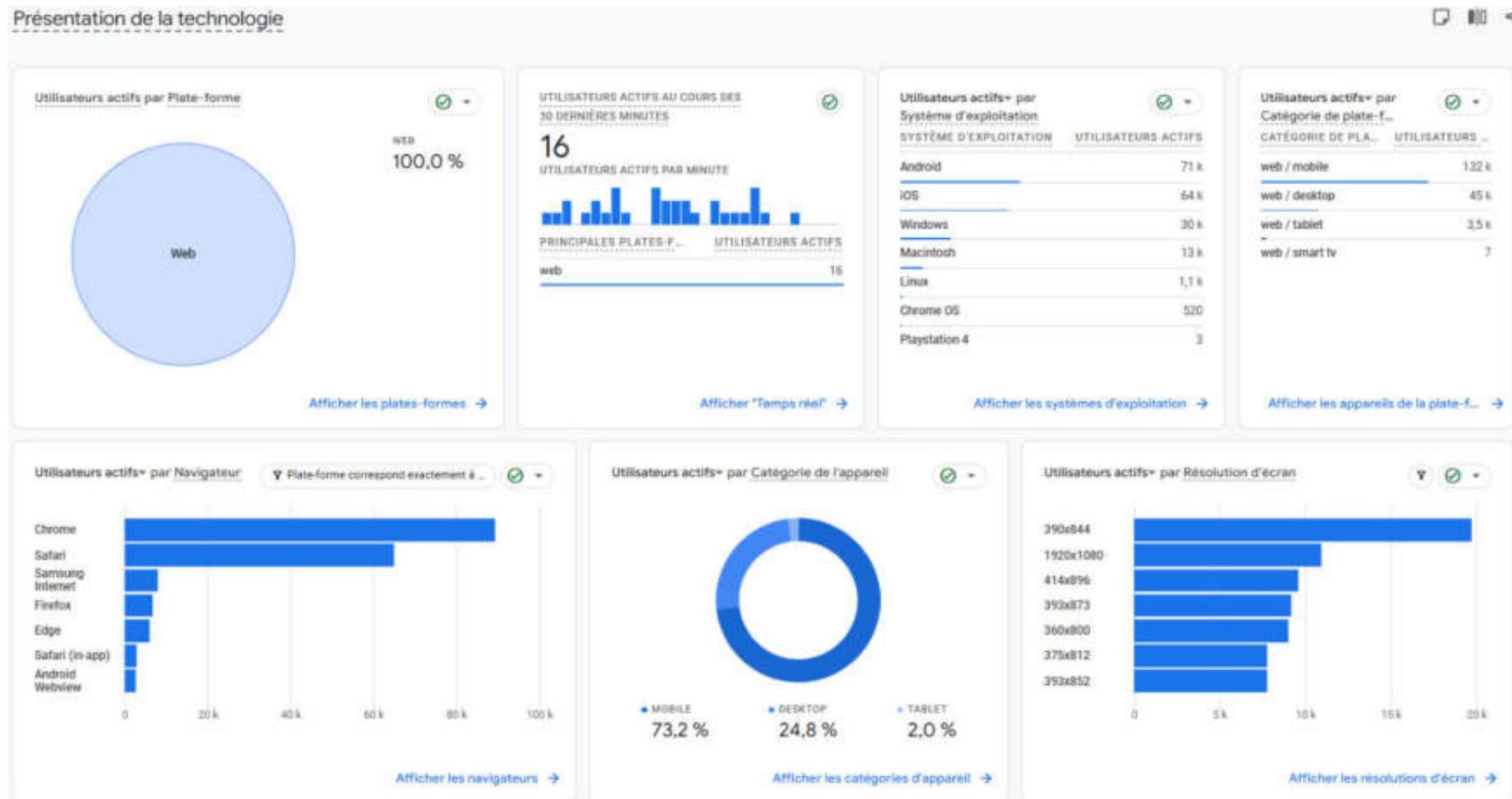
Sites internet

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Étude du trafic VUE MOBILE
www.theatre-antique.com

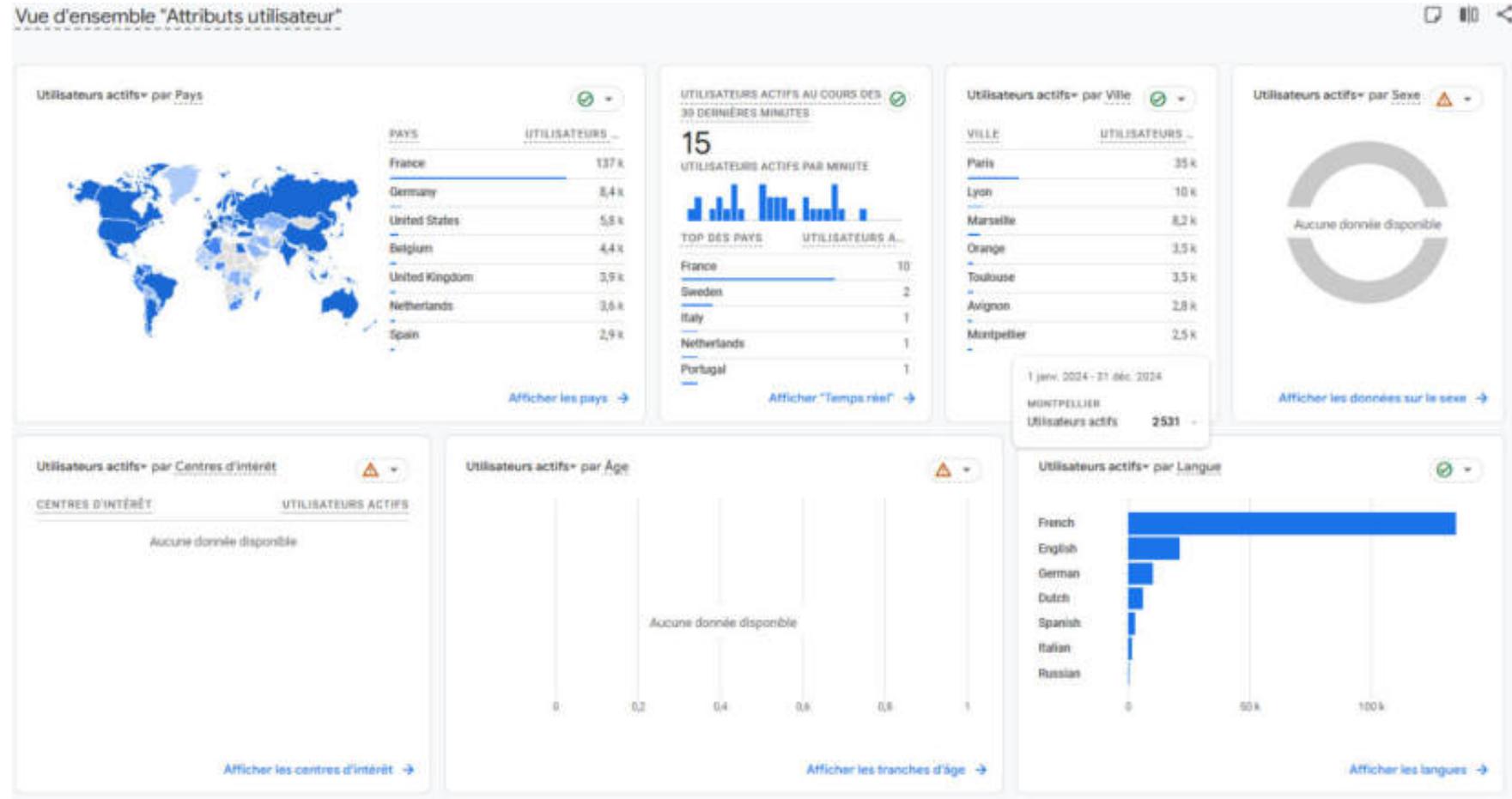
8. MARKETING DIGITAL

Sites internet

Envoyé en préfecture le 26/06/2025
Reçu en préfecture le 26/06/2025
Publié le 27/06/2025
ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Étude du trafic PROVENANCE
www.theatre-antique.com



8. MARKETING DIGITAL

EDEIS utilise l’outil **GIGZ**, une plateforme CRM et publicitaire pour connecter toutes les données, personnaliser les parcours clients et automatiser les processus de ventes grâce à des générateurs de ciblage automatisés.

GIGZ est une plateforme CRM pilotée par l’IA qui intègre tous les leviers digitaux nécessaires pour cibler efficacement les meilleurs acheteurs potentiels, visualiser les canaux marketing les plus efficaces et mesurer l’impact du ROI marketing des investissements publicitaires.

8. MARKETING DIGITAL

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Bilan du plan d'actions 2024

ANALYSE DU TRAFIC : VISITES DU SITE

DU 01/03/24 AU 31/12/24



VISITES SUR LE SITE INTERNET
+68% VS 2023



VISITEURS UNIQUES
+65% VS 2023



VISITES PAR PERSONNE



TAUX DE CONVERSION
-1 PT VS 2023



VISITES MOYENNES / JOUR

8. MARKETING DIGITAL

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

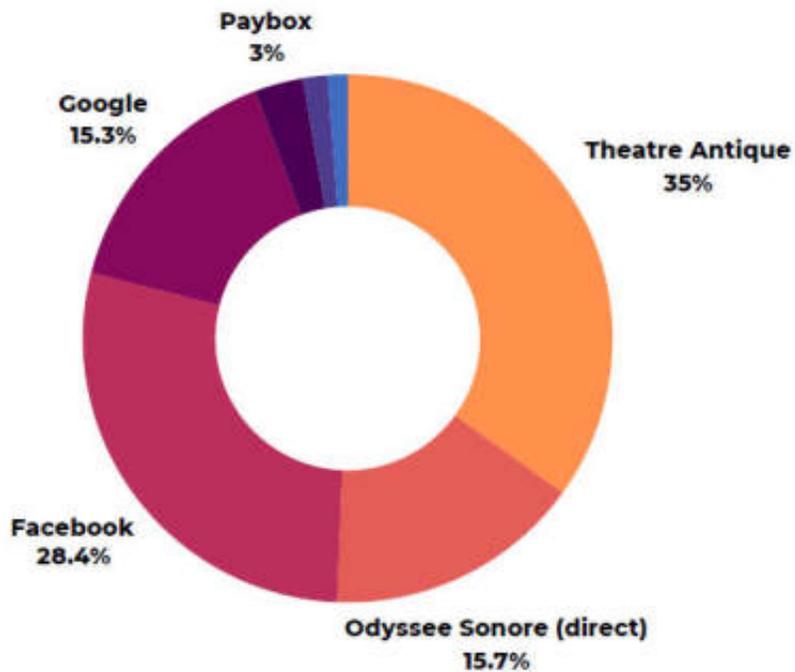
ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



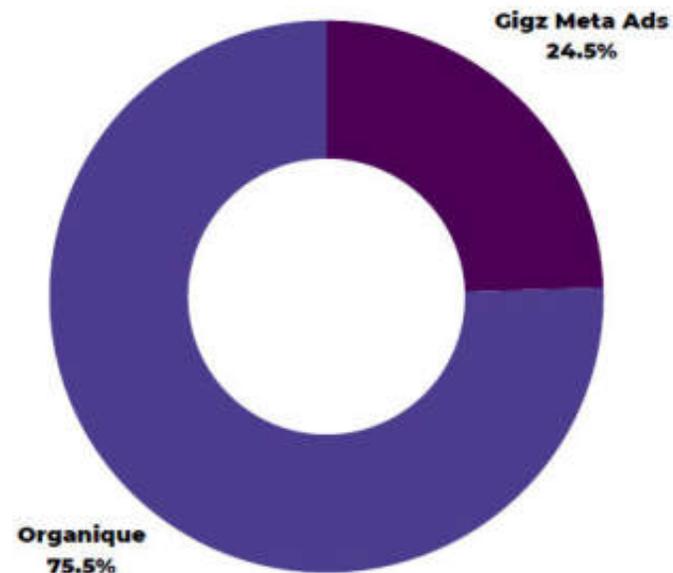
ANALYSE DU TRAFIC : ORIGINE DES VISITES

DU 01/03/24 AU 31/12/24

PROVENANCE DES VISITEURS



VISITES ATTRIBUÉES AU MARKETING



8. MARKETING DIGITAL

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE

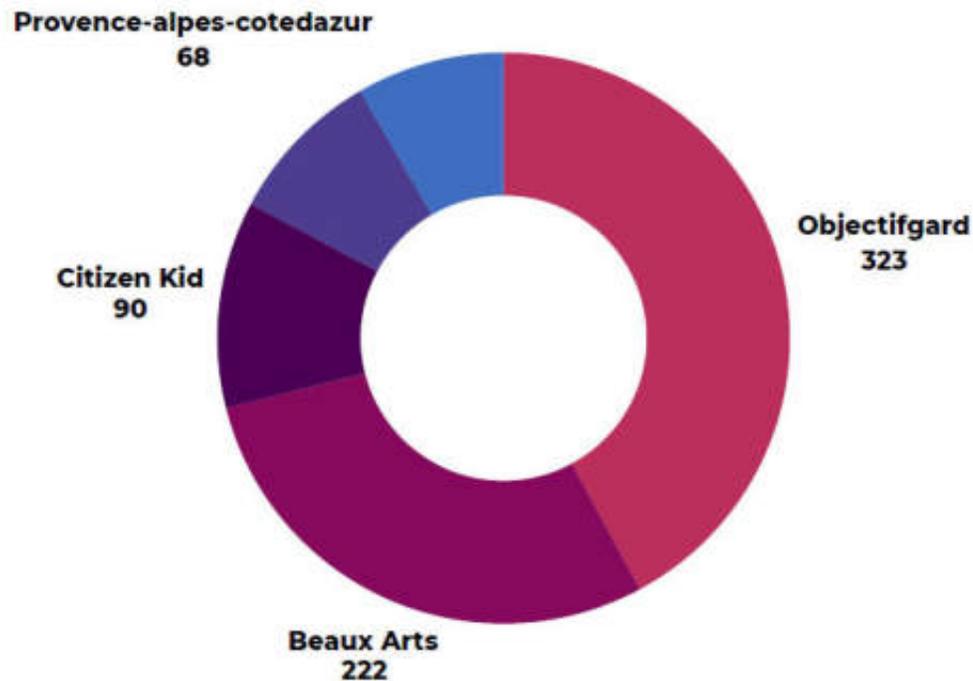


ANALYSE DU TRAFIC : ORIGINE DES VISITES - TOP SITES REFERRENTS

DU 01/03/24 AU 31/12/24



EN NOMBRE DE VISITES

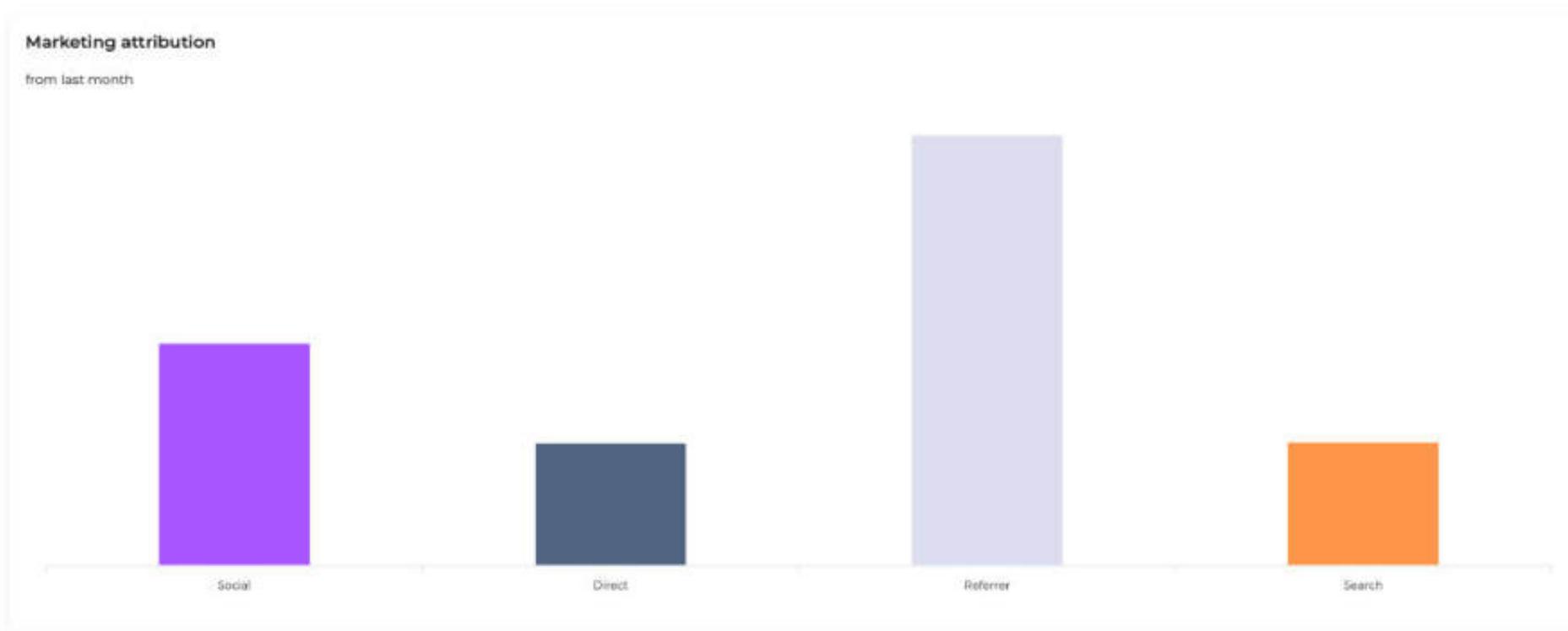


8. MARKETING DIGITAL

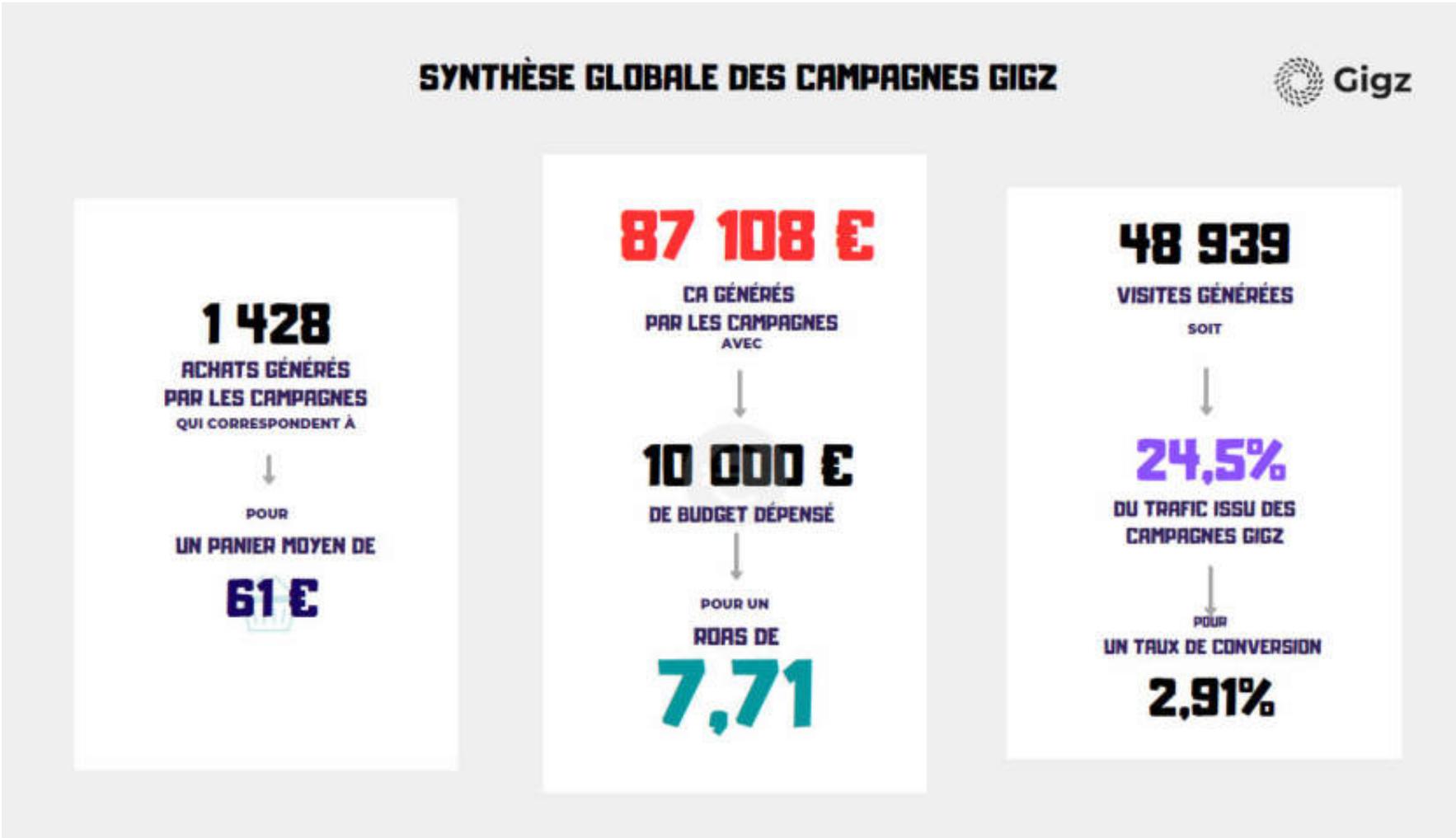


ANALYSE DES VENTES : ORIGINE DES CONVERSIONS

DU 01/03/24 AU 31/12/24



8. MARKETING DIGITAL



8. MARKETING DIGITAL

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



DÉTAIL DES CAMPAGNES

DU 01/03/24 AU 31/12/24



		TRAFFIC	CONVERSION
	CLICS	31946	26678
	TAUX DE CLIC	6,36%	3,27 %
	COÛT PAR CLIC	0,11 €	0,24 €
	COUVERTURE	241504	376739
	CONVERSIONS	72	1356
	BUDGET DÉPENSÉ	3 500 €	6 500 €

8. MARKETING DIGITAL

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



TOP PERFORMANCES DES VISUELS / ACHATS GÉNÉRÉS

DU 01/03/24 AU 31/12/24



8. MARKETING DIGITAL

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE

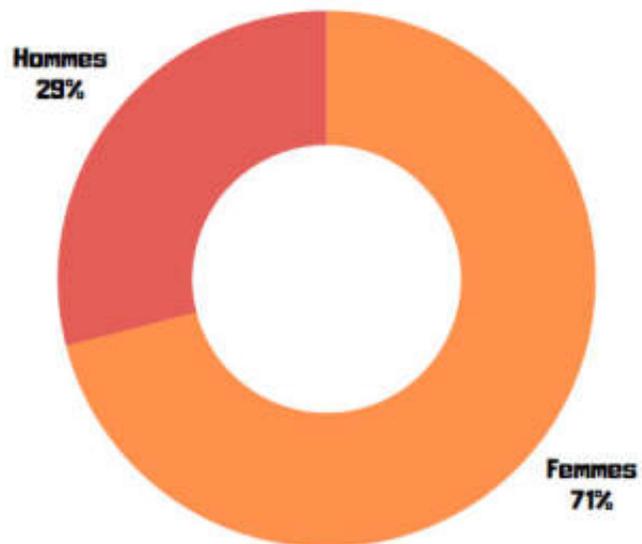


DONNÉES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES DES ACHETEURS

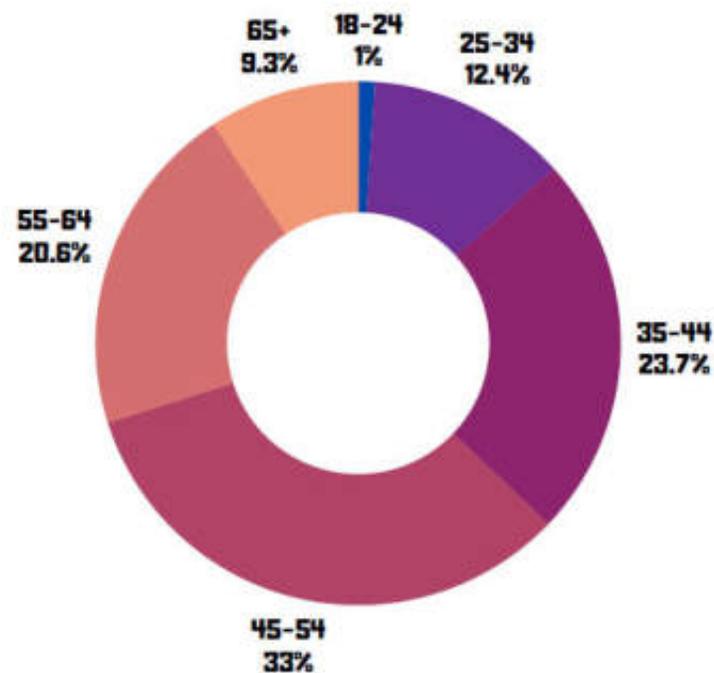


DU 01/03/24 AU 31/12/24

GENRE



AGE



9. DONNÉES OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

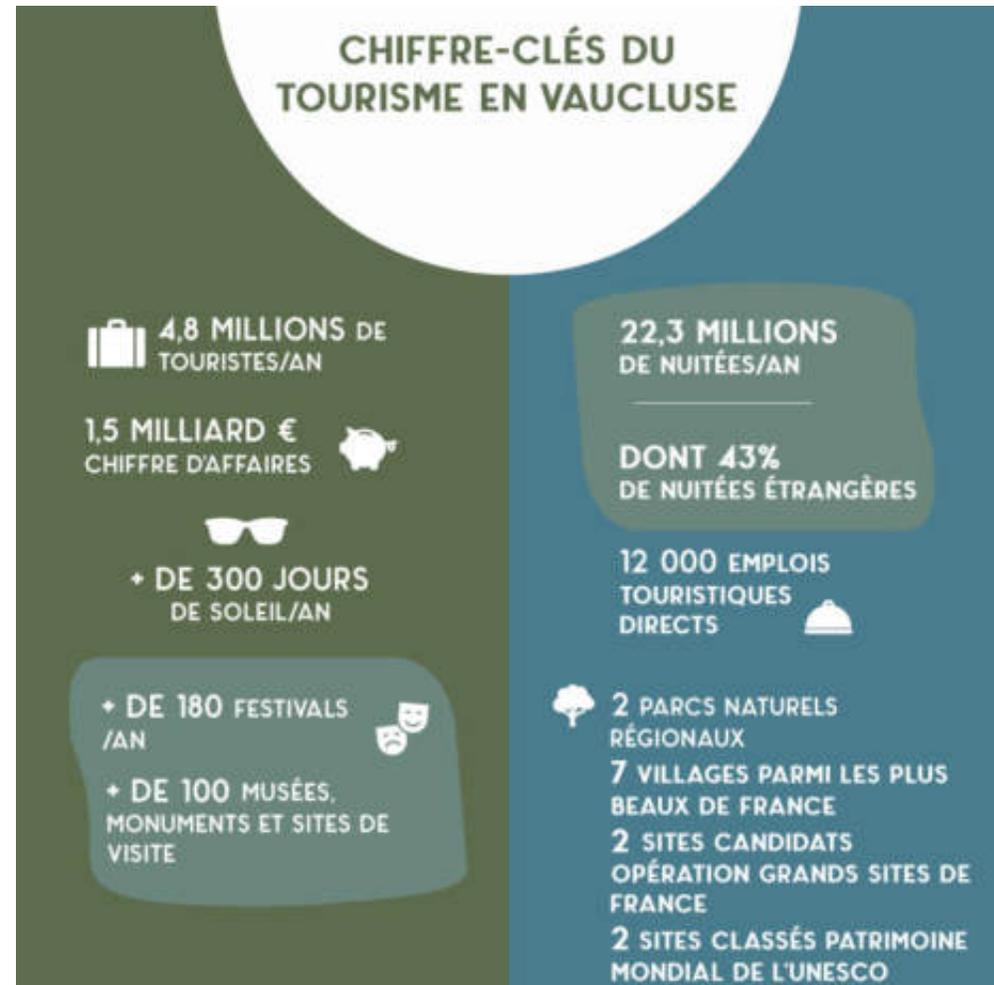
ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



Observatoire du Tourisme

Source : Vaucluse Provence Attractivité :

<https://vaucluseprovence-attractivite.com/observatoires/observation-touristique/>



9. DONNÉES OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



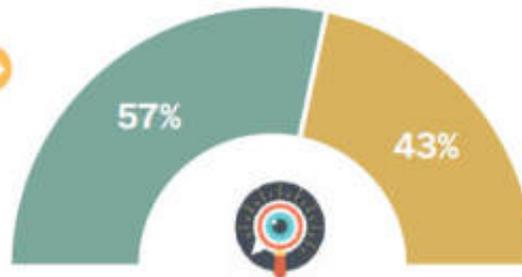
FRÉQUENTATION GLOBALE EN 2024

UN BILAN ANNUEL STABILISÉ APRÈS PLUSIEURS ANNÉES DE VARIATIONS

22,3 millions de nuitées touristiques en 2024 : la fréquentation touristique vaclusienne affiche une stabilité positive de +3% comparée à 2023 une fréquentation touristique dynamique avec des ailes de saison performantes.

La part de la clientèle étrangère s'établit à 43%, tout comme en 2023. Nuitées françaises et étrangères sont stables en Vaucluse et affichent les mêmes parts respectives qu'en 2023.

NUITÉES FRANÇAISES →
+3%
vs 2023

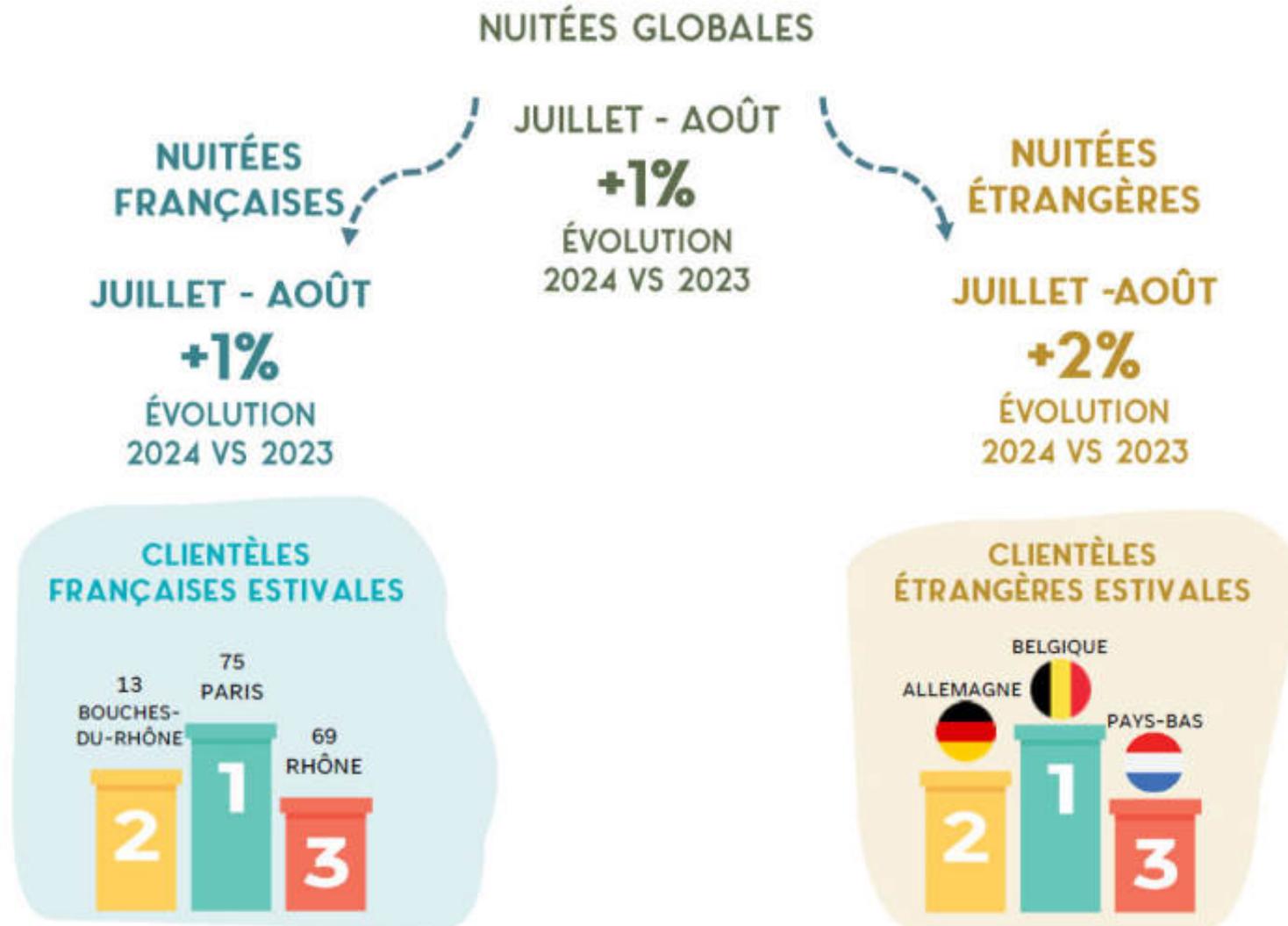


NUITÉES ÉTRANGÈRES →
+3%
vs 2023

57% des nuitées globales sont françaises en Vaucluse. On observe cette année une stabilité du volume de nuitées (12,7 millions). Grâce à des balances positives (Pont 8 mai + Ascension, Toussaint, 11 novembre), certains reculs (Pâques, Pentecôte, ponts estivaux) ont été compensés.

43% des nuitées sont étrangères, soit 9,6 millions de nuitées. La tendance 2024 est également à la stabilité. Les ailes de saison, grâce aux ponts et à la météo, permettent aux clientèles étrangères vaclusiennes, majoritairement européennes du Nord (Allemagne, Pays-Bas, Belgique) de compenser les reculs conjoncturels de nationalités plus lointaines.

9. DONNÉES OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL



9. 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 2023. La fréquentation du Palais des Papes et du Pont Saint-Bénézet est stable vs 2023.

ÉTABLISSEMENT	COMMUNE	TOTAL 2024	EVOL.VS 2023
PALAIS DES PAPES	AVIGNON	705 040	→
PONT SAINT BÉNÉZET	AVIGNON	482 235	→
THÉÂTRE ANTIQUE D'ORANGE	ORANGE	142 930	→
CHÂTEAU DE GRIGNAN	GRIGNAN	135 794	↗
FONDATION VILLA DATRIS (GRATUIT)	L'ISLE SUR LA SORGUE	70 000	→
CHÂTEAU DE LOURMARIN	LOURMARIN	60 000	→
FORT SAINT-ANDRÉ	VILLENEUVE LES AVIGNON	38 218	↗
PALAIS DU ROURE (GRATUIT)	AVIGNON	34 033	↘
FORTERESSE	MORNAS	32 419	↗
CHARTREUSE DE VILLENEUVE LES AVIGNON	VILLENEUVE LES AVIGNON	27 688	↘
ABBAYE SAINT-ANDRÉ ET SES JARDINS*	VILLENEUVE LES AVIGNON	26 882	↘
COLLÉGIALE NOTRE DAME	VILLENEUVE LES AVIGNON	22 706	↗
TOUR PHILIPPE LE BEL	VILLENEUVE LES AVIGNON	13 228	↘

9. DONNÉES OBSERVATOIRE DÉPARTEMENTAL

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



FESTIVALS, MANIFESTATIONS ET ÉVÉNEMENTS

Au vu des chiffres communiqués, la tendance de fréquentation des festivals vauclusiens est en cohérence avec la stabilité observée plus globalement.

ÉVÉNEMENT	COMMUNE	DATES	2024	Evol. Vs 2023
NOËLS INSOLITES	CARPENTRAS	HIVER	132 600	↘
FESTIVAL D'AVIGNON	AVIGNON	ÉTÉ	117 000	→
ÉVÉNEMENTS ESTIVAUX	VAISON LA ROMAINE	ÉTÉ	50 000	↘
FESTIVAL INSANE	APT	PRINTEMPS	34 000	↘
POSITIV ELECTRONIC FESTIVAL (ÉLECTRO)	ORANGE	ÉTÉ	25 000	↗
FÊTE DE LA VÉRAISON	CHATEAUNEUF-DU-PAPE	ÉTÉ	16 000	nc
FESTIVAL POP ROCK	ORANGE	ÉTÉ	16 000	nc
FEU D'ARTIFICE	MONTEUX	ÉTÉ	15 000	nc
FESTIVAL VILLENEUVE EN SCÈNE	VILLENEUVE LES AVIGNON	ÉTÉ	13 369	nc
ID-ILE	AVIGNON	PRINTEMPS	7 400	↗
GREEN FEST (ÉLECTRO)	MONTEUX	ÉTÉ	5 000	↗
BO'TIFUL	BOLLÈNE	ÉTÉ	4 500	nc
GRANFONDO MONT VENTOUX	MULTI SITES	PRINTEMPS	4 200	nc
LES NUITS DE L'ENCLAVE	VALREAS, VISAN, GRILLON, RICHENCHÈRES	ÉTÉ	3 000	nc
OFF LES MURS	MONTEUX	ÉTÉ	1 000	↗
LES NUITS D'ÉTÉ	JONQUIÈRES	ÉTÉ	1 000	nc

MUSÉES ET JARDINS

Comparé à 2023, les musées et jardins affichent plus de 440 000 visiteurs, avec une progression des entrées vs 2023 sur l'ensemble des répondants à l'enquête. A noter, un nouveau musée ouvert à Carpentras.

ÉTABLISSEMENT	COMMUNE	TOTAL 2024	EVOLVS 2023
MUSÉE ARCHÉOLOGIQUE ET SITES ANTIQUES DE VAISON LA ROMAINE	VAISON LA ROMAINE	72 494	↗
MUSÉE CALVET (GRATUIT)	AVIGNON	43 231	→
L'INGUMBERTINE À L'HÔTEL-DIEU (NOUVEAU)	CARPENTRAS	42 989	-
MUSÉE LAPIDAIRE (GRATUIT)	AVIGNON	42 879	→
MUSÉE DU PETIT PALAIS (GRATUIT)	AVIGNON	38 606	↘
MAISON JEAN VILAR (GRATUIT)	AVIGNON	31 374	↗
NATUROPTÈRE + HARMAS JEAN-HENRI FABRE	SÉRIGNAN DU COMTAT	22 000	↗
MUSÉE ANGLADON	AVIGNON	20 400	↘
MUSEUM REQUIEN (GRATUIT)	AVIGNON	19 695	↗
MUSÉE DU VIN - MAISON BROTTÉ	CHATEAUNEUF DU PAPE	16 875	↘
CAMPREDON ART & IMAGE (GRATUIT)	L'ISLE SUR LA SORGUE	15 467	↗
CAVES ET JARDINS DU PALAIS SAINT-FIRMIN	GORDES	13 569	↗
MATHIEU MUSEUM	GARGAS	10 694	nc
MAISON DU COSTUME COMTADIN (GRATUIT)	PERNES LES FONTAINES	7 716	↗
MUSÉE DE LA RÉSISTANCE (GRATUIT)	PERNES LES FONTAINES	7 313	↗
MUSÉE COMTADIN DU CYCLE (GRATUIT)	PERNES LES FONTAINES	7 124	↗
MUSÉE PIERRE DE LUXEMBOURG	VILLENEUVE LES AVIGNON	6 200	↗
MUSÉE D'APT (EX AVENTURE INDUSTRIELLE)	APT	6 040	→
MUSÉE FLÉCHIER DES TRADITIONS COMTADINES (GRATUIT)	PERNES LES FONTAINES	5 660	↗
MUSÉE DU CARTONNAGE ET DE L'IMPRIMERIE	VALRÉAS	3 260	↗
MUSÉE MARC DEYDIER (GRATUIT)	CUCURON	2 735	↗
MICRO-FOLIE (GRATUIT)	MONTEUX	1 948	↘
MUSÉE FRANÇOIS PETRARQUE (GRATUIT)	FONTAINE-DE-VAUCLUSE	1 940	↘
MUSÉE ARCHÉOLOGIQUE DE L'HÔTEL DIEU	CAVAILLON	1 900	nc
MUSÉE ESPACE ARCHÉOLOGIQUE ET GÉOLOGIQUE	BEAUMES-DE-VENISE	644	↗

10. DONNÉES OBSERVATOIRE RÉGIONAL

Envoyé en préfecture le 26/06/2025

Reçu en préfecture le 26/06/2025

Publié le 27/06/2025

ID : 084-218400877-20250619-DL_464-DE



BAROMÈTRE DE CONJONCTURE ÉTÉ 2024

RÉGION SUD

Enquête auprès des professionnels du tourisme :

Par rapport à l'année dernière, la fréquentation touristique de l'été a été :

en hausse stable en baisse



La majorité des professionnels de Provence-Alpes-Côte d'Azur interrogés considèrent que la fréquentation estivale 2024 a été stable par rapport à l'année dernière. Ils sont 1 sur 5 à considérer que l'été 2024 a été meilleure que l'année dernière et une part équivalente à l'estimer en baisse (4% ne se prononce pas).

Filtré par espace

	En hausse	Stable	En baisse
Urbain	19%	57%	19%
Littoral	19%	53%	20%
Montagne	32%	49%	17%
Arrière-pays	17%	58%	21%

Globalement, les tendances sont proches selon les espaces même si c'est une nouvelle fois à la montagne (Alpes du Sud) que les résultats sont meilleurs (1/3 des professionnels déclarent que la saison estivale a été meilleure que l'année dernière).

38%

On note cependant que plus d'1/3 des professionnels a constaté une baisse des dépenses des touristes (dont 45% dans l'hôtellerie et le camping).

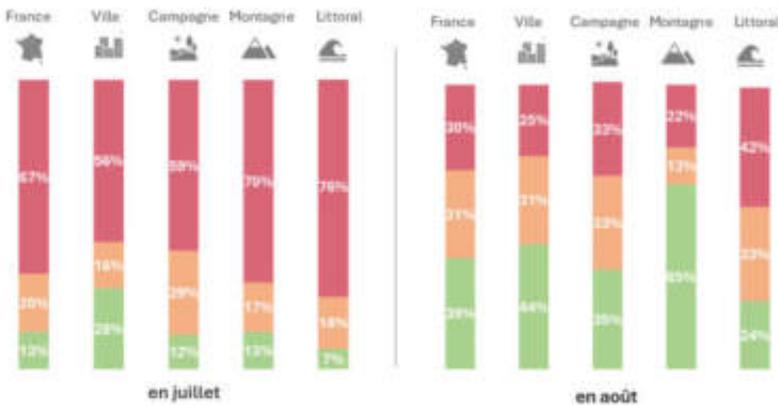
L'indice de confiance des professionnels pour septembre : 62%

BAROMÈTRE DE CONJONCTURE ÉTÉ 2024 EN FRANCE

BENCHMARK TERRITOIRES



Tendances de la fréquentation de l'été selon les types d'espaces touristiques par rapport à 2023



■ Inférieure ■ Équivalent
■ Supérieure ■ Ne se prononce pas

Les 2/3 des destinations estiment que la fréquentation a été en baisse en juillet alors qu'en août, les réponses sont plus partagées même si une majorité l'estime en hausse.

En juillet, c'est sur le littoral que la situation a été la plus délicate (3/4 des destinations estiment que la fréquentation a été en baisse). En août, c'est en montagne que le ressenti des professionnels est le plus positif (2/3 des destinations estiment la fréquentation en hausse) alors que, sur le littoral, ils ne sont qu'1/4 à la déclarer en progression par rapport à août 2023.

Source : CAT Provence-Alpes-Côte d'Azur - enquête réalisée par Novatour par téléphone auprès de 680 professionnels du tourisme



Source : ADN Tourisme - enquête réalisée auprès des destinations touristiques (OCC)

