

# ZENITH DE DIJON

RAPPORT ANNUEL 2015

Synthèse et commentaires

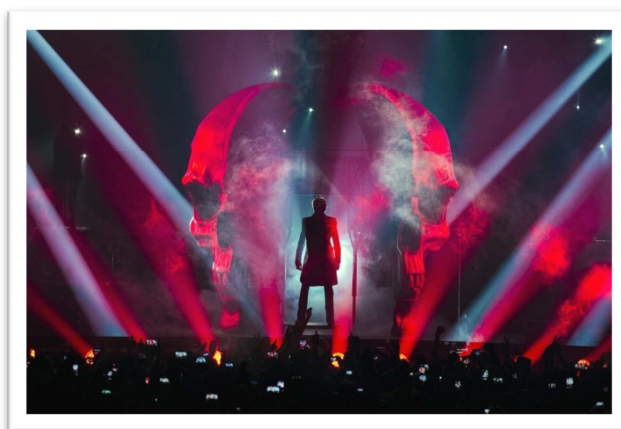


## Evènements marquants de l'année 2015 au Zénith de Dijon

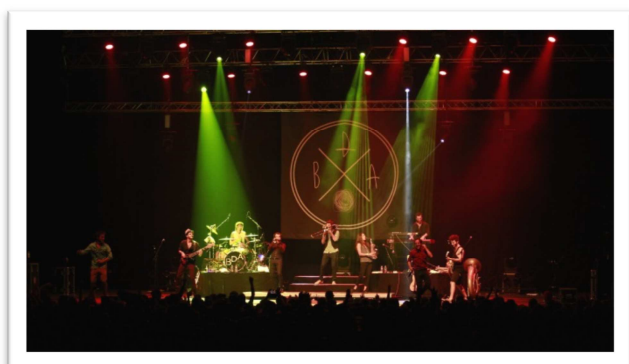
Janvier	Vœux du Maire au Zénith	Juillet	2 <sup>ème</sup> édition de l'Oeno Music Festival 6 000 spectateurs
Février	Le Zénith a accueilli le gala de charité du Centre Georges-François Leclerc de lutte contre le cancer	Aout	Inventaires, états des lieux / Préparations des évènements de Septembre
Mars	5 000 personnes pour le spectacle de Florence Foresti/ 4 séances du Cadre Noir de Saumur, plus de 13 000 spectateurs	Septembre	Plusieurs manifestations privées dont la convention nationale de la CGPME et la conférence de presse pour les 10 ans du Zénith de Dijon.
Avril	4 séances de Dirty Dancing, près de 12 000 personnes	Octobre	Soirée « J'ai 10 ans » / Le Bar à Jamaït / Johnny Hallyday rassemble plus de 14 000 personnes lors de ses 2 concerts.
Mai	7500 personnes au concert de Calogero	Novembre	Plus de 7 000 personnes venues applaudir Maître Gim's / 2 <sup>ème</sup> date de Florence Foresti / Trial Indoor International
Juin	La Braderie solidaire génère 126 000€ pour le Secours Populaire avec près de 5 000 visiteurs	Décembre	Spectacles de Noël / Gala de l'ESC Dijon avec 750 étudiants



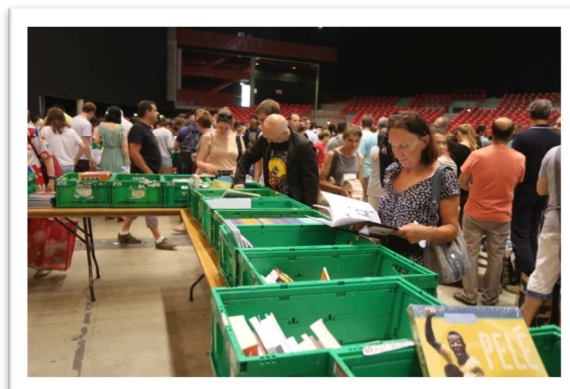
Le Zénith de Dijon fête ses 10 ans avec Yves Jamait



Johnny Hallyday fait 2 dates au Zénith de Dijon en 2015 avec 14 015 personnes au total.



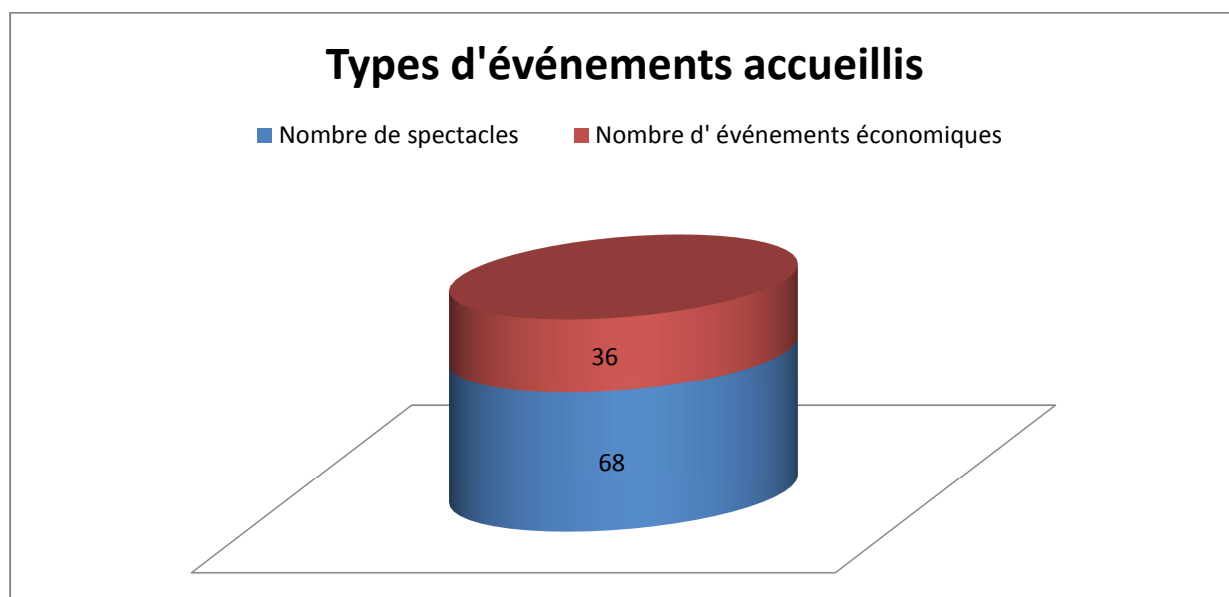
2<sup>ème</sup> édition de l'Oeno Music Festival au Zénith de Dijon avec le groupe Boulevard des Airs



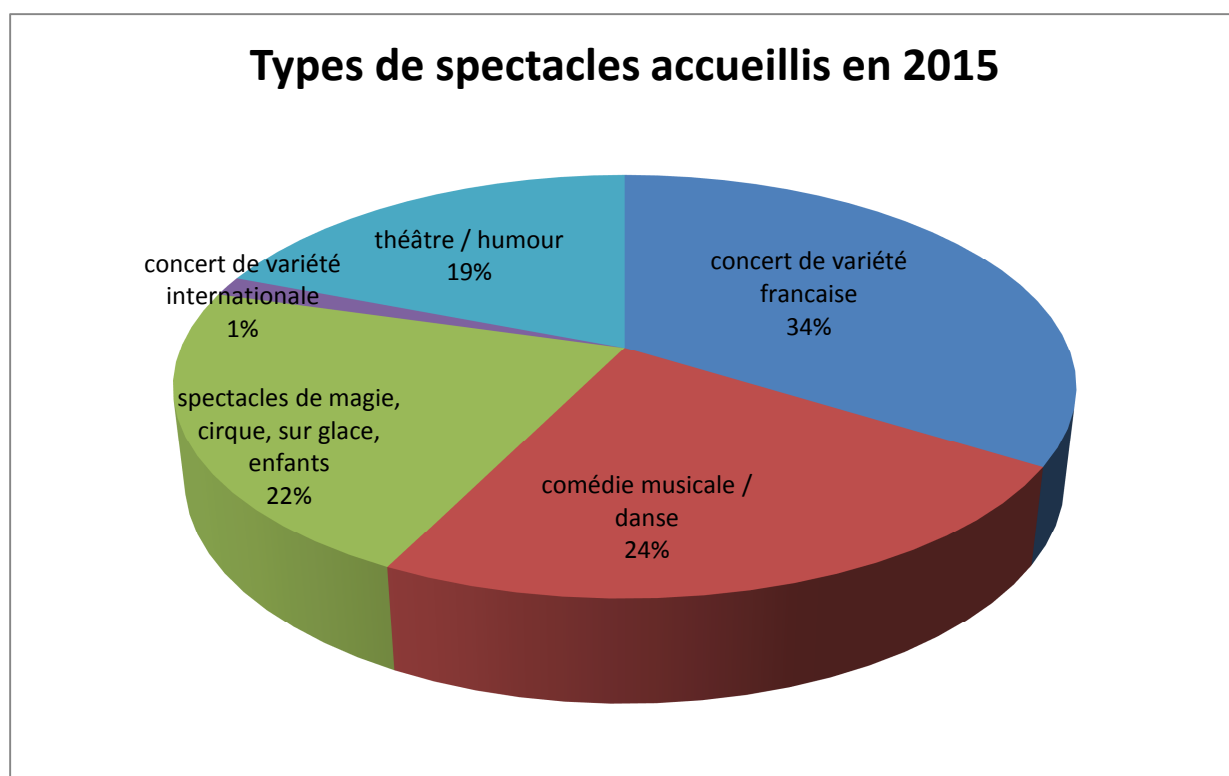
7<sup>ème</sup> édition de la Braderie Solidaire avec la Fnac et le Secours Populaire

# 1. ACTIVITE 2015

## 1.1 Répartition des manifestations par catégories



Le Zénith de Dijon a accueilli 104 événements en 2015 dont **68 spectacles**.



➤ Les tableaux des manifestations se trouvent dans les parties « 1.1 activité 2015 » et « 3.2 Comptabilité » du rapport annuel

### 1.1.1 Les concerts

Sur 104 jours de manifestations en 2015, nous avons accueilli **68 spectacles** et 211 385 spectateurs.

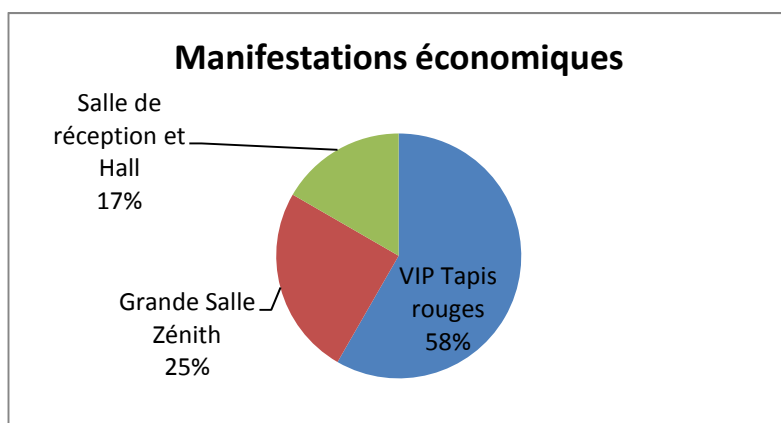
Les spectacles ayant attiré le plus de public ont été Maître Gims, Calogero et Johnny Hallyday (configurations assis/debout) ou encore Florence Foresti (2 dates en configuration maximum tout assis), Stars 80, Jeff Panacloc, Messmer, Alain Souchon & Laurent Voulzy et le Bar à Jamait (configurations tout assis).



Calogero (jauge maxi)

### 1.1.2 Les manifestations économiques et événements spéciaux

En 2015 nous avons accueilli **36 événements économiques et spéciaux**.



Les « Tapis rouges » sont des cocktails VIP de plus de 15 personnes organisés lors des spectacles. En plus de ces événements, des invités du « Club Entreprise » (prestation à l'année avec places et communication) sont accueillis en VIP.

Les entreprises et partenaires ont ainsi accueilli au Zénith 2 139 personnes réparties sur 16 concerts.

Les événements économiques accueillis concernent divers secteurs d'activité : énergie, industrie pharmaceutique, banque, agriculture...

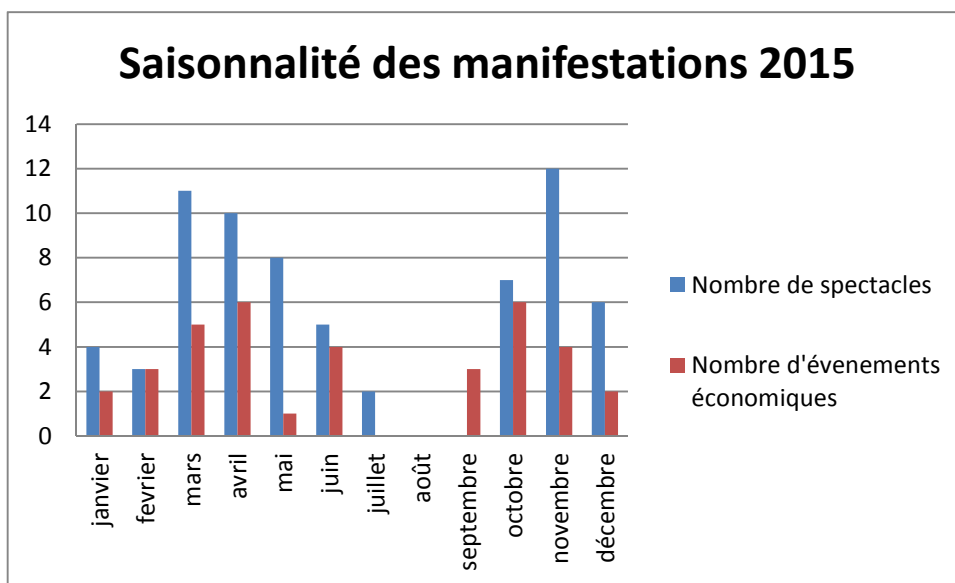
Les clients des manifestations d'entreprises sont satisfaits à plus de 98% des prestations proposées.

Le Zénith continue de prospecter les entreprises pour accroître cette activité avec une présence lors de salons spécialisés, des emailings ciblés et un phoning régulier. Le Zénith accueille notamment des réseaux professionnels comme le Cerclecom ou le Club des Parcs de la Toison d'or pour faire connaître toutes ses possibilités d'évènements.

- *Le détail des manifestations économiques et spéciales se trouve dans la partie « 1.1 Activité 2015 » et « 3.2 Comptabilité » du rapport annuel*

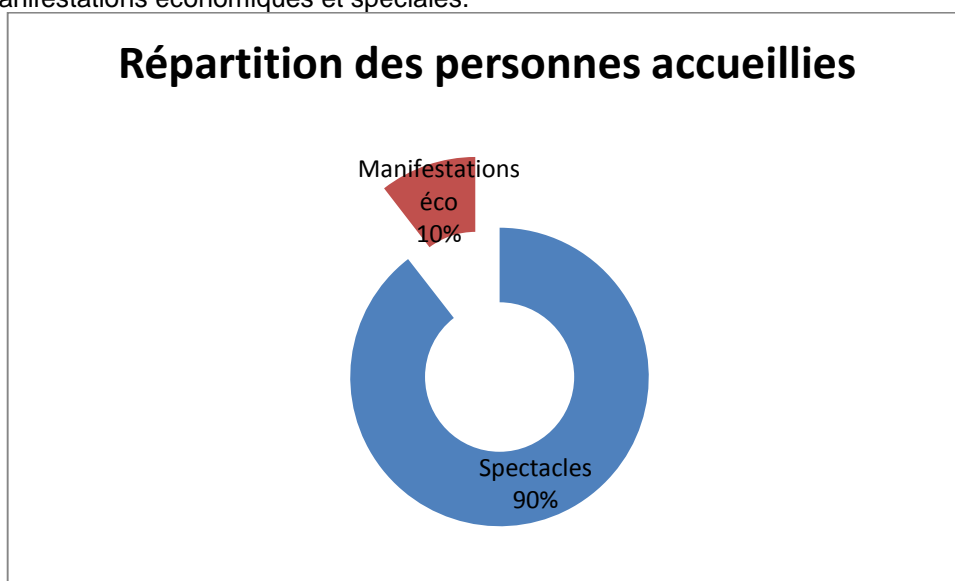
## 1.2 Saisonnalité

L'activité du Zénith a connu comme chaque année une très forte saisonnalité avec des pics d'activité en hiver et au printemps :

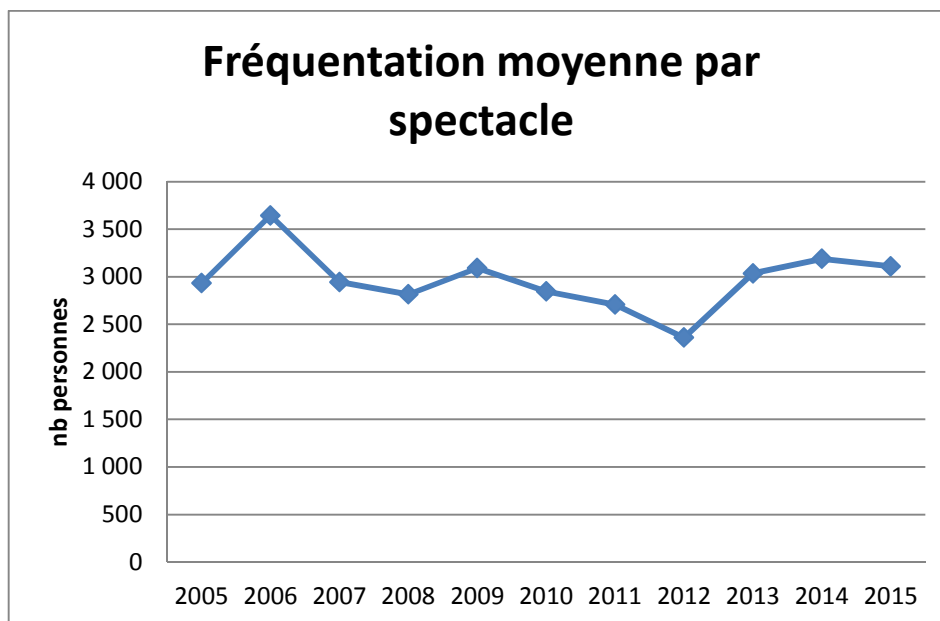


## 1.3 Fréquentations

90 % des **236 153 personnes accueillies** sont venues assister à un spectacle et 10 % ont été reçues lors des manifestations économiques et spéciales.



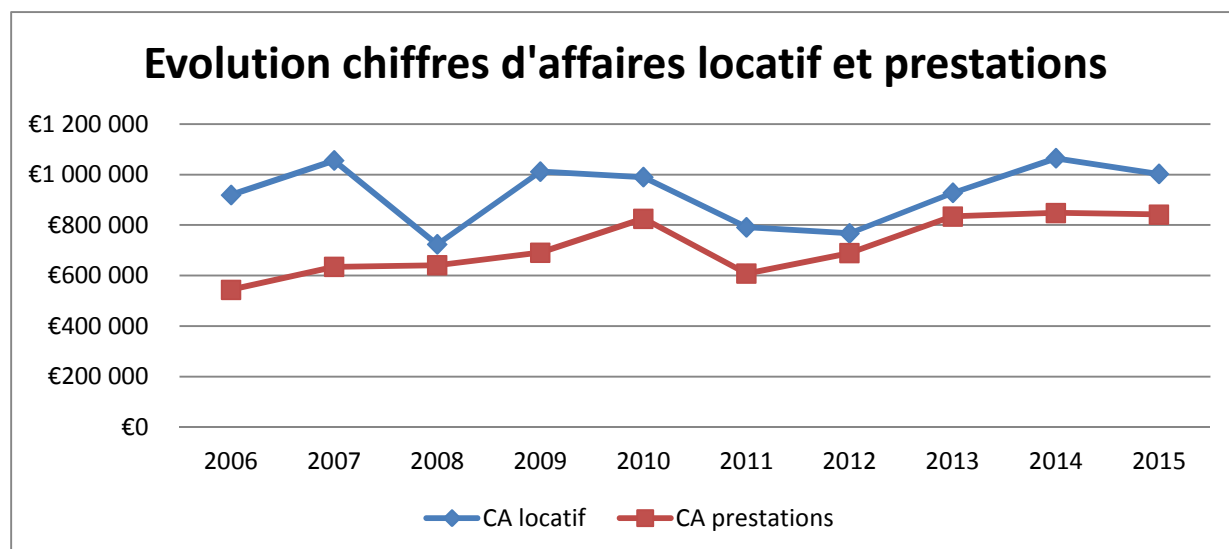
La fréquentation moyenne par spectacle en 2015 est de 3 109 personnes soit un peu moins qu'en 2014. Nous avons eu 15 grandes jauges et des artistes ont doublé leur date sur la même année, notamment Johnny Hallyday et Florence Foresti.



## 1.4 Les produits annexes

### 1.4.1 Les prestations annexes et équivalents temps plein

L'accueil des manifestations génère des prestations annexes liées par exemple à la location de matériel ou à l'embauche de personnel.



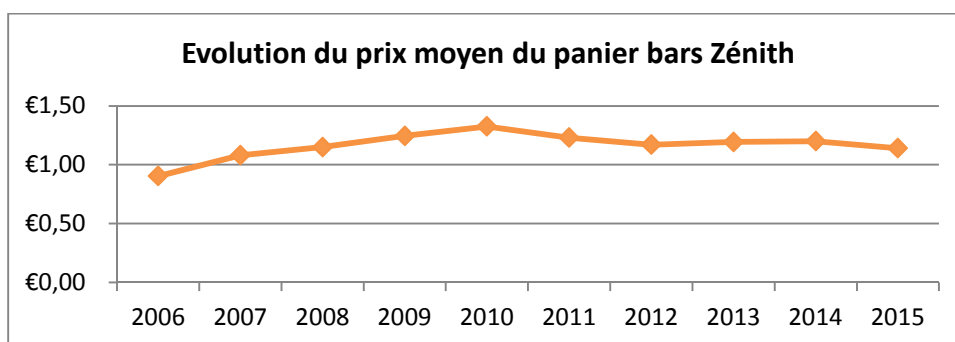
Dans le cadre des manifestations accueillies, le Zénith de Dijon a embauché des vacataires (sécurité, nettoyage, accueil, placement, manutention, etc.) à hauteur de 25 769.50 heures. L'équivalent temps plein est de 48.44.

### 1.4.2 Les bars, le merchandising

Les bars sont exploités lors des spectacles accueillis, aussi le nombre de spectacles, leur fréquentation et le fait qu'il y ait ou non un entracte influent sur le chiffre d'affaires et le prix moyen du panier.

De nombreuses tournées proposent au public la vente d'objets de merchandising à l'effigie de l'artiste : T-Shirts, programmes, CD, etc. Les sociétés de merchandising payent un forfait afin de réaliser leurs ventes dans l'enceinte du Zénith.

- Les tableaux relatifs à ces éléments se trouvent dans les parties « 3.1 chiffres clés », « 3.2 Comptabilité » et « 3.3 Ressources humaines » du rapport annuel



### 1.4.3 Les partenariats

Les partenariats économiques et médiatiques sont pérennisés et développés :



Selon les sociétés, les partenariats peuvent être traités sous forme d'échange marchandises et/ou financiers.

Afin de développer les partenariats et l'activité économique de la salle, le Zénith a mis en place en 2013 **le Club Entreprises**. L'objectif de cette formule est d'allier communication et relations publiques.

- Le détail des partenariats mis en place se trouve dans la partie « 1.1.2.1 Partenaires du Zénith » du rapport annuel



## 2. COMMUNICATION

### 2.1 Présentation des réalisations

Chaque année le Zénith réalise un visuel de saison et diffuse le programme du Zénith sur différents supports : flyers, presse, affichage, Mag du Zénith, etc.



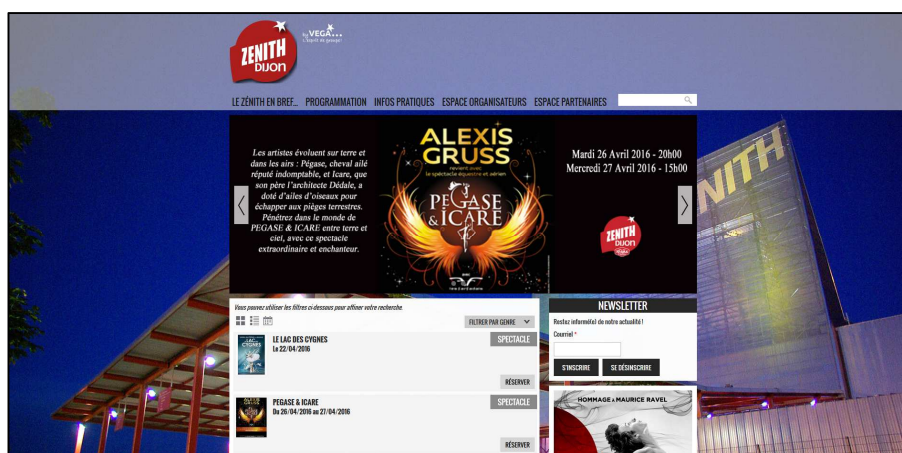
Le Zénith de Dijon axe sa communication sur le développement de la notoriété de la salle auprès de tous les publics, et la mise en avant des événements accueillis, la programmation étant évolutive.

Le Mag, édité à 30 000 ex, reste un outil performant, plébiscité par le grand public qui aime y retrouver des articles sur ses artistes préférés, avec une programmation variée. Il est diffusé en Bourgogne et Franche-Comté.

### 2.2 La communication numérique

Les **outils sur internet** sont privilégiés pour la communication du Zénith. Ils permettent d'informer en temps réel le public sur la programmation en constante évolution.

Il y a eu **522 697 visiteurs sur le site internet pour l'année 2015**. Le mois de novembre est comme chaque année la période où le site est le plus visité.





Le profil facebook du Zénith est actualisé en synergie avec le site internet. Il permet de relayer l'information d'une manière plus dynamique, différente d'une newsletter, avec la diffusion de vidéos, de photos d'artistes et surtout crée une interactivité avec le public. En 2015, nous avons 11 382 abonnés.

Twitter, ouvert depuis 2013 compte 1502 abonnés. Il permet en parallèle avec Facebook de diffuser l'actualité en temps réel et d'échanger par micro-blogging.



## 2.3 Actions particulières

### Enquête de satisfaction du public

La société VEGA organise régulièrement des enquêtes de satisfaction auprès du public du Zénith de Dijon. Sur les enquêtes réalisées en 2015, la majorité du public est plutôt satisfait à 99%. Leur moyen de transport personnel reste majoritaire mais 11% viennent via les transports en commun contre 14% en 2014.

Le public est principalement constitué à 68% de femmes et il vient au Zénith 2 à 5 fois par an. On retrouve une majorité d'employés (27%) suivi par les cadres/professions intellectuelles supérieures/professeurs/professions libérales (19%) et enfin les étudiants/élèves (17%) suivis très près par les retraités (16%).

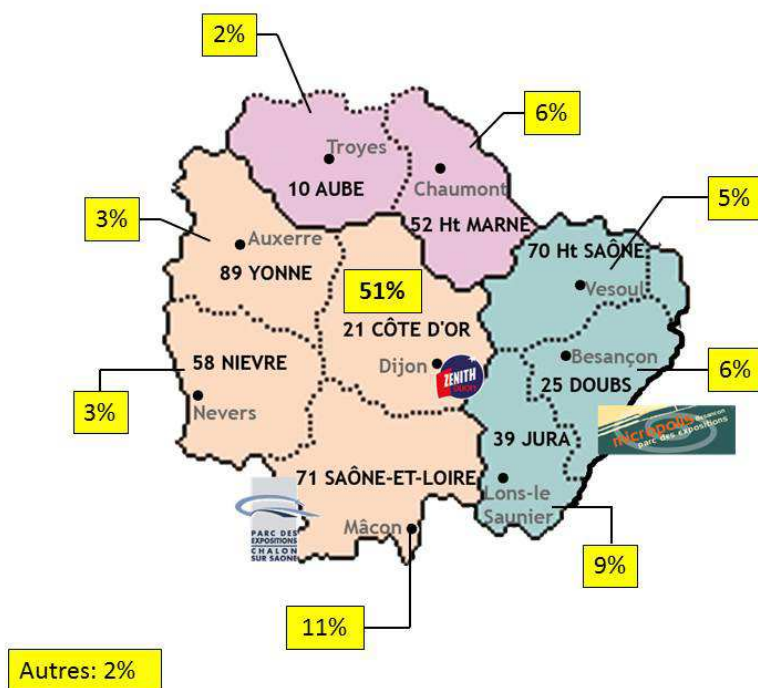
Nous constatons que le classement des catégories socio-professionnelles reste identique depuis plusieurs années mais les écarts se réduisent avec une baisse de la catégorie « Employés » qui reste toutefois majoritaire contre une hausse des « Cadres / professions intellectuelles supérieures / professeur / professions libérales » et des « Etudiants ».

La e-billetterie continue sa progression dans le domaine de la billetterie, en effet 35% des spectateurs achètent leurs places sur internet et 34% en grande surface.

### Origine géographique des spectateurs

Tous les ans, le Zénith réalise aussi un relevé de plaques minéralogiques afin de connaître la provenance du public.

Le public de Côte d'Or est resté stable bien qu'en faible diminution (en part), 57% en 2014 et 51% en 2015.

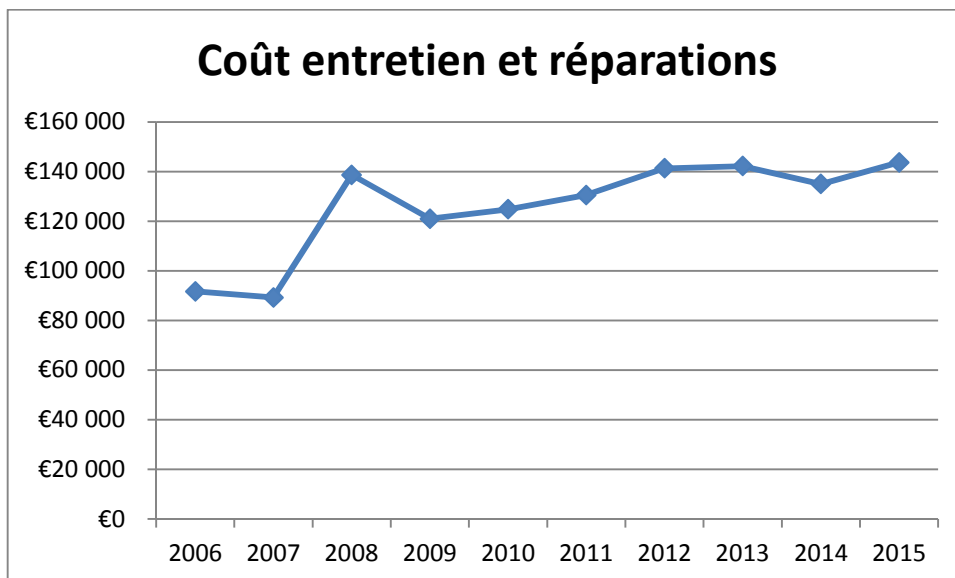


- *Le détail des opérations de communication et la revue de presse se trouvent dans la partie « 1.2 Communication »*

## 3. TECHNIQUE

### 3.1 Entretien et réparations du bâtiment

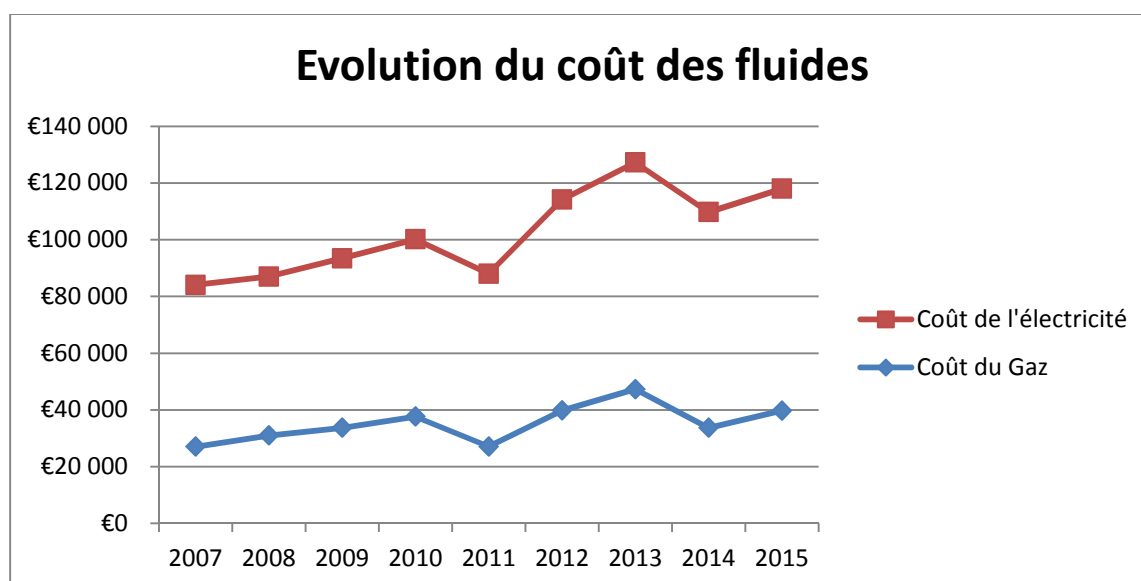
Le Zénith est un bâtiment qui nécessite une attention quotidienne en maintenance due à une obsolescence naturelle du bâtiment. En 2015 de nombreux investissements et améliorations ont été réalisés.



- Les récapitulatifs concernant la maintenance du Zénith se trouvent aux points « 2.1 Contrats de maintenance » et « 2.2 Amélioration et maintenance interne » de la « partie 2 – Technique et bâtiment »

### 3.2 Analyse des fluides : consommation améliorations objectifs

- Le coût des fluides en 2015 est supérieur à 2014. Les besoins notamment en chauffage sur le 1<sup>er</sup> semestre 2015 ont été plus importants qu'en 2014. Nous avons eu également plus de manifestations le 1<sup>er</sup> trimestre 2015 par rapport à l'année précédente, période où la consommation a été la plus élevée



- Le détail des consommations de fluides se trouve dans les parties « 2..6 Analyse des fluides » et « 3.2 Comptabilité » du rapport annuel

### 3.3 Fiches de liaison

Les fiches de liaison concernant le suivi du bâtiment sont régulièrement envoyées et suivies avec les services du Grand Dijon et de la ville. Les principaux dossiers en cours concernent, le changement des pommes de douche, les panneaux PMR sur le parking, évacuation dans le local chaufferie ou infiltration d'eau dans le TGBT, carrelage, préconisation police vidéo surveillance.

ZENITH DE DIJON							
RECAPITULATIF DES FICHES DE SUIVI DE CHANTIER/BATIMENT ECHANGI							
N° de fiche	Objet sommaire	Engagé(e)	Destinataire	Date	Echancier		Statut
					Qué	Mon	
FSC - 1	Tableau des recommandations de DdFQual sur ascis	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	05/11/2004		X	ok
FSC - 2	Point sur utilisation et accessibilité des parkings	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	29/11/2004		X	ok
FSC - 3	Point sur la sécurité incendie	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	29/11/2004		X	ok
FSC - 4	Mise à disposition	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	24/11/2004		X	ok
FSC - 5	Compte rendu de réunion de concertation	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	29/11/2004		X	ok
FSC - 6	Lut n°12 mobiliser	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	10/12/2004		X	ok
FSC - 7	Maintenance de 2Faik	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	29/12/2004		X	ok
FSC - 8	Dde d'entretien d'un ascenseur de 2Faik - 2Faik de Dijon	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	05/01/2005		X	ok
FSC - 9	Modification Grill 2Faik et ascenseur	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	10/03/2005	X		ok
FSC - 10	Point d'entretien de ascenseur de 3B/34	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	04/04/2005	n		ok
FSC - 11	Compte rendu de réunion M Mallard	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	29/06/2005	n		ok
FSC - 12	Compte rendu de réunion de ascenseur 22/06/2005	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	29/06/2005	n		ok
FSC - 13	Point sur la salle de réunion	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	29/06/2005	n		ok
FSC - 14	Point sur la salle de réunion de 2015 le 01/07/2005	Thierry DISKUP	Elior REHAUD	05/07/2005	n		ok

- Le tableau récapitulatif et les fiches en cours se trouvent à la partie « 2.7 Relations avec le délégant » du rapport annuel

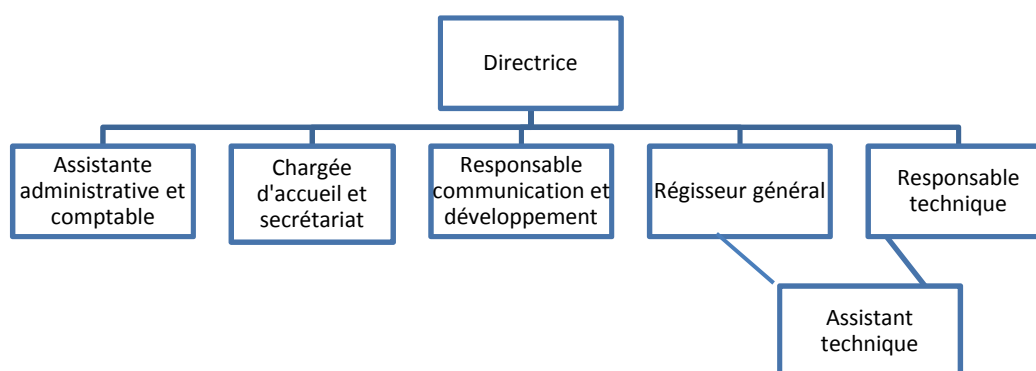
### 3.4 Rapport du mainteneur

La société Cofely en charge des contrats P2-P3 du Zénith assure la maintenance préventive et curative. Suite à la signature de la nouvelle DSP 2012-2018 le contrat P3 avec Cofely a été élargi.

- Le rapport complet se trouve à la partie « 2.technique » du rapport annuel

## 4. PRESENTATION DES RESULTATS

### 4.1 Organigramme et personnels



- Les tableaux relatifs à ces éléments se trouvent dans les parties « 3.2 Comptabilité » et « 3.3 Ressources humaines » du rapport annuel

## 4.2 Comptes sociaux

### 4.2.1 Analyse synthétique des comptes et des résultats

**Chiffre d'affaire** : Le total du CA (locatif + prestations + produits annexes) est de 2 223 156 € pour l'année 2015. Il est légèrement inférieur à 2014 et supérieur à 2013. Par rapport à 2014, le nombre de public est inférieur de 12.7% mais le prix moyen du billet a nettement augmenté de 10.60%

**Charges Variables** : Les charges liées aux manifestations s'élèvent à 859 571 € ce qui représente 70.39 % du CA prestations. Le taux de la marge brute par rapport au CA est de 61.34 %.

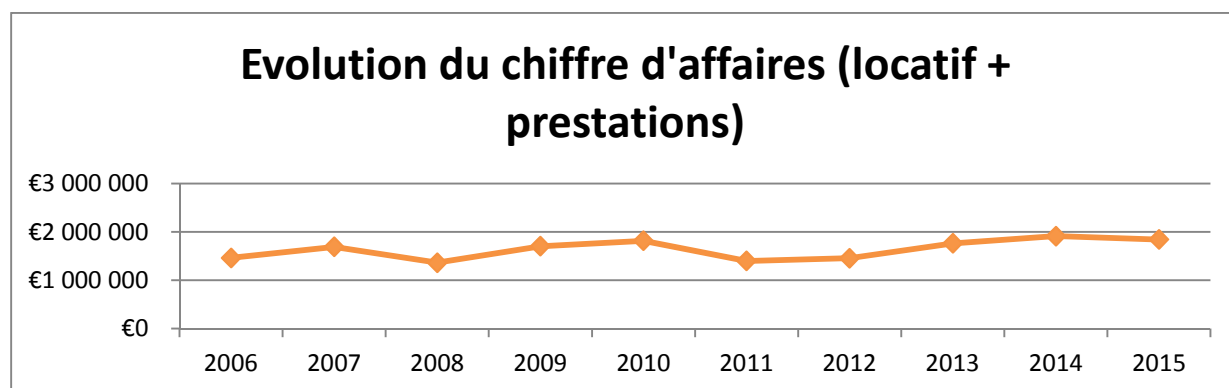
**Charges fixes** : Les dépenses fixes du Zénith sont de 1 047 922 €, soit 47.14 % du CA total. Ces charges fixes correspondent aux frais généraux de la structure (maintenance, entretien, salaires, communication, impôts, etc.) et sont maîtrisées avec le suivi quotidien d'un budget de fonctionnement.

**Résultat** : Le résultat 2015 est de 157 305 € ce qui représente 7.08 % du CA.

### 4.2.2 Comparatif avec N-1 et DSP

**Chiffre d'affaire** : Le chiffre d'affaire est inférieur de 5.96 % par rapport à 2014 et +6.05% par rapport au budget prévisionnel de la DSP.

Le nombre de spectateurs payants en 2015 est légèrement inférieur au budget prévisionnel de la DSP ainsi que le prix moyen du billet.

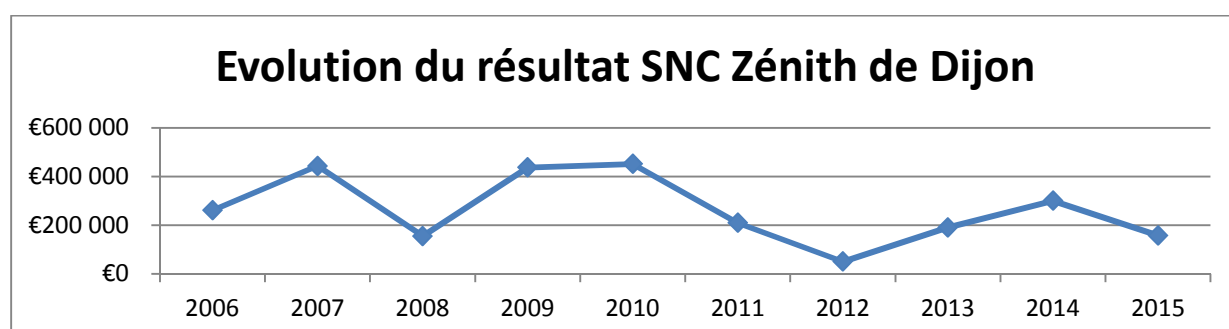


**Charges variables** : Ces charges sont légèrement inférieures de 1.20% par rapport à 2014.

**Charges fixes** : Elles sont légèrement supérieures de 3.60% par rapport à l'année 2014.

**Intéressement collectivité** : Par rapport à N-1, la redevance fixe est supérieure de 0.96 % et la redevance variable est inférieure de 5.68 %. Fixe : 206 044 € + variable : 44 352 € = 250 396 €

**Résultat** : Le résultat de 2015 représente 7.08 % du CA contre 12.68 % en 2014.



	2014	2015	DSP	Ecart 2015/DSP	Ecart 2015/2014
<b>Spectacles, concerts</b>					
Nombre de manifestations concert/spectacle	76	68	72	-5.56 %	-10.53%
Nombre de spectateurs concert/spectacle	242 411	211 385	238 100	-11.22 %	-12.80 %

<b>Manifestations économiques</b>					
Nombre de manifestations privées	50	36	30	+20.00 %	-28.00 %
Nombre de spectateurs privés	20 182	24 768	12 040	+105.71 %	+22.72 %

<b>CA</b>					
CA locatifs	1 064 341 €	1 002 030 €	1 068 968 €	-6.26 %	- 5.85 %
CA prestations	848 532 €	842 259 €	987 893 €	-14.74%	-0.73 %

<b>Bâtiments</b>					
Coût des fluides	49 933 €	62 553 €	70 717 €	-11.54 %	25.27 %
Coût d'entretien et réparation	134 941 €	143 681 €	151 048 €	-4.88 %	6.48 %

#### 4.2.3 Bilan et compte d'exploitation

- Les éléments comptables, le bilan et le compte de résultat se trouvent dans la partie « 3.2 Comptabilité » du rapport annuel

### 4.3 Les investissements

Les investissements réalisés en 2015 correspondent à des améliorations électriques, du mobilier et un investissement concernant le site internet.

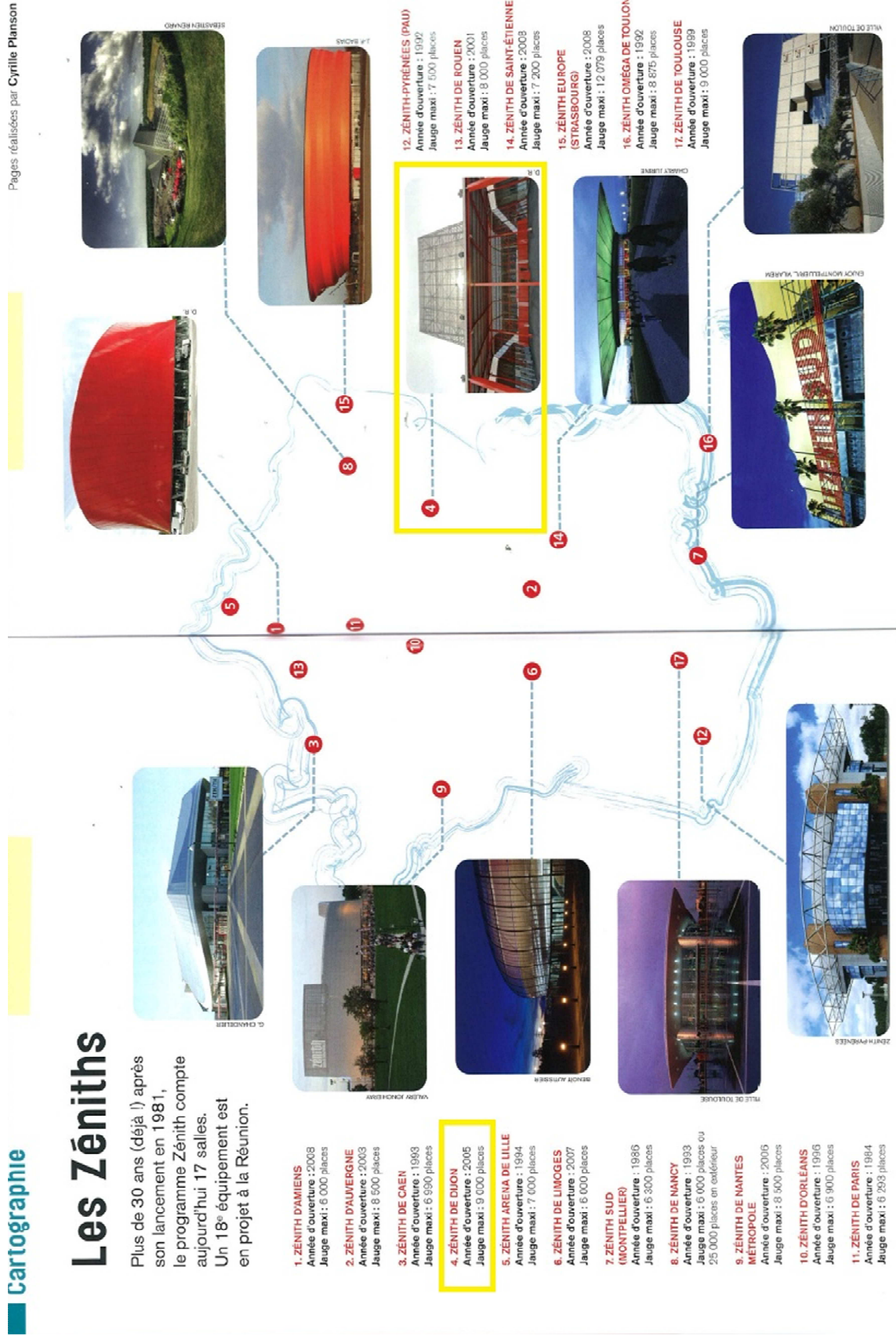
- Le récapitulatif des investissements se trouve aux points « 2.2 Améliorations et maintenance internes », « 2.5 Visualisation des travaux et investissements » et « 3.2.4 Investissements, immobilisations et amortissements » du rapport annuel



# Les Zéniths

Plus de 30 ans (déjà !) après son lancement en 1981, le programme Zénith compte aujourd'hui 17 salles. Un 18<sup>e</sup> équipement est en projet à la Réunion.

Pages réalisées par Cyrille Plançon



## 4.4 Inventaire

L'inventaire est réalisé chaque année avec indication des biens appartenant au Grand Dijon ou à l'exploitant. Chaque mise au rebut est renouvelée au fur et à mesure.

➤ *L'inventaire se trouve à la partie « 2.4 Inventaire » du rapport annuel*

## 5. IMPACT ECONOMIQUE DU ZENITH

L'impact économique du Zénith est estimé pour 2015 à 12 787 308 €.

