

# **ASSEMBLEE DE CORSE**

1<sup>ERE</sup> SESSION ORDINAIRE DE 2011

REUNION DES 31 MARS ET 1<sup>ER</sup> AVRIL

**RAPPORT DE MONSIEUR  
LE PRESIDENT DU CONSEIL EXECUTIF**

**OBJET :**

**MARCHE DE COMMUNICATION, DE PROMOTION  
D'ANIMATION ET DE RELATIONS PUBLIQUES  
DE LA COLLECTIVITE TERRITORIALE DE CORSE AVEC LE CLUB  
INSULAIRE DE HAUT NIVEAU « SPORTING CLUB BASTIAIS »  
POUR LA SAISON SPORTIVE 2010/2011**

COMMISSIONS COMPETENTES :

COMMISSION DES FINANCES, DE LA PLANIFICATION, DES  
AFFAIRES EUROPEENNES ET DE LA COOPERATION

COMMISSION DU DEVELOPPEMENT SOCIAL ET CULTUREL

<p style="text-align: center;"><b>RAPPORT DU PRESIDENT DU CONSEIL EXECUTIF DE CORSE</b></p>
---

**MARCHES DE COMMUNICATION, DE PROMOTION  
D'ANIMATION ET DE RELATIONS PUBLIQUES  
DE LA COLLECTIVITE TERRITORIALE DE CORSE  
AVEC LES CLUBS SPORTIFS INSULAIRES DE HAUT NIVEAU  
POUR LA SAISON SPORTIVE 2010/2011**

### Rappel de la réglementation

#### **Contexte règlementaire relatif au soutien financier des collectivités territoriales aux clubs professionnels**

Les aides financières que peuvent percevoir les différentes catégories de sociétés sportives sont soumises à un régime juridique spécifique.

### Les subventions

Pour des missions d'intérêt général, les associations sportives ou les sociétés qu'elles constituent peuvent recevoir des subventions publiques (article L.113-2 du code du sport). [Le décret n° 2001-828 du 4 septembre 2001](#) prévoit que le montant maximum des subventions versées par l'ensemble des collectivités territoriales et leurs groupements ne peut excéder 2,3M€ par saison sportive. Le décret stipule, en outre, que les missions d'intérêt général prévoient trois types d'actions :

- la formation ; le perfectionnement et l'insertion scolaire ou professionnelle des jeunes sportifs accueillis dans les centres de formation agréés dans les conditions prévues à l'article 15-4 de la loi du 16 juillet 1984 modifiée,
- La participation de l'association ou de la société à des actions d'éducation, d'intégration ou de cohésion sociale,
- La mise en œuvre d'actions visant à l'amélioration de la sécurité du public et à la prévention de la violence dans les enceintes sportives.

### Les contrats de prestations de service

L'article L. 113-3 du code du sport prévoit que « les sommes versées par les collectivités territoriales ou leurs groupements aux sociétés sportives en exécution de contrats de prestations de service, ou de toute convention dont l'objet n'entre pas dans le cadre de missions d'intérêt général visées à l'article L. 113-2 du code du sport, ne peuvent excéder un montant fixé par décret ». [Le décret n° 2001- 828 du 4 septembre 2001](#) fixe à 30% des produits du compte de résultat de l'année précédente, le montant maximum des sommes versées par les collectivités territoriales, en exécution de contrats de prestations de service. Ce montant étant également plafonné en valeur absolue, pour toutes les sociétés sportives, à 1,6 M€ par saison sportive. Ces contrats peuvent prévoir plusieurs types de prestations :

- achats de places dans les enceintes sportives ;

- achats d'espaces publicitaires lors de manifestations sportives,
- apposition du nom ou du logo de la Collectivité Territoriale de Corse sur divers supports de communication (maillots de joueurs, bulletin d'information du club, billetterie, affichage des rencontres).

Ces contrats de prestations de services sont des marchés publics au sens de l'article 1<sup>er</sup> du nouveau code des marchés publics.

### **Recours aux dispositions de l'article 35 II 8° du Code des Marchés publics**

Dans ce contexte juridique, la fourniture de places pour assister aux rencontres ou d'espaces pour y insérer un logo constituent bien des prestations de services répondant aux besoins de la collectivité.

Ces prestations de services ne revêtent au surplus aucun caractère gratuit. L'aspect onéreux contribue à confirmer le caractère de marché public de service des dites prestations.

La circulaire précitée conclut logiquement à la nécessité d'une soumission par principe, aux procédures de publicité et de mise en concurrence prévues par le Code des Marchés Publics.

En l'espèce l'article 30 du Code des Marchés Publics est applicable.

Mais, pour ce type de prestation la Collectivité entend, par le biais de l'activité sportive qu'elle soutient, communiquer auprès de ses habitants et du public en général.

Les clubs sportifs, par l'intermédiaire de leur société, gèrent l'ensemble des rencontres, la billetterie, les droits de retransmission, les encarts publicitaires sur les équipements du stade ou les différents supports lui appartenant. Ils ont le plus souvent lorsqu'ils sont professionnels (c'est notamment le cas pour le football), la disposition du stade au sein duquel se déroulent les rencontres sportives,

- soit en qualité de propriétaire,
- soit le plus souvent par le biais d'une convention d'occupation du domaine public (municipal, départemental, voire régional) en contrepartie du versement d'une redevance.

Dès lors la pertinence d'une mise en concurrence pour les contrats d'achat de places d'encarts publicitaires ou autres supports est à démontrer.

Quel sens donner à la mise en concurrence pour des prestations que seul le club sportif professionnel pourra offrir, étant détenteur exclusif de tous les supports concernés ainsi que de la gestion du stade et de ses équipements ?

A l'évidence une mise en concurrence ne nous permettrait pas d'atteindre nos objectifs de communication.

En s'obligeant à passer des marchés de prestations de service de communication à l'occasion de manifestations sportives d'envergure la Collectivité répond à un besoin déterminé : objectif de communication avec ses administrés.

Sa démarche s'inscrit **dans le dispositif légal élaboré à partir de la loi du 16 juillet 1984 modifiée, encadrant le soutien des collectivités aux clubs professionnels.**

Elle utilise ainsi, une disposition dérogatoire du Code des Marchés Publics (article 35 II.8) **pour traiter une situation exceptionnelle** - besoin de communiquer au moyen et au travers de sports populaires - par rapport aux besoins courants d'une collectivité territoriale en terme de fournitures, prestations de service ou travaux.

Cette démarche, suggérée par la doctrine, est admise par le juge administratif qui, dans un cas d'espèce, fait preuve de réalisme et de pragmatisme pour analyser une situation similaire à celle traitée en l'espèce.

### **Phase de négociation**

En l'espèce, au regard des règles décrites ci-dessus, la Collectivité Territoriale de Corse - Direction de la Communication - a décidé de passer avec les clubs sportifs de haut niveau, des marchés négociés sans mise en concurrence sur le fondement de l'article 35 II 8° du Code des Marchés Publics 2006.

**Le Sporting Club Bastiais n'a pas été en mesure de répondre dans les délais prévus. Néanmoins un besoin subsiste et il a été décidé d'attribuer ce marché pour le reste de la saison 2011, soit 19 matches.**

### ***Clubs professionnels corses concernés pour la saison sportive 2010/2011 :***

- 1. L' «Athlétic Club Ajaccien » (ACA) pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 2,**
- 2. Le GFCO Ajaccio Volley-ball, championnat de France Pro A,**
- 3. Le « Sporting club Bastiais » (SCB) pour sa participation au championnat de France de football National.**

Pour ces trois marchés négociés, un cahier des charges a été rédigé. Il est constitué d'un Cahier des Clauses Administratives Particulières (CCAP) permettant de définir les termes du contrat avec les prestataires, d'un Cahier des Clauses Techniques Particulières (CCTP) permettant de définir le besoin de l'administration, d'un Bordereau des prix et d'un Acte d'engagement.

La Collectivité Territoriale de Corse a négocié avec les trois prestataires afin d'obtenir de chacun d'entre eux des prestations dont le but essentiel est de promouvoir son image et les actions qu'elle mène en faveur de la jeunesse et des sports à travers deux axes :

### **Un axe d'image :**

Location pour la saison sportive 2010/2011 d'emplacements permettant à la

Collectivité d'apposer son nom, son logo et sa signalétique sur les maillots des joueurs, sur divers supports de communication ainsi que dans les enceintes sportives des trois clubs de préférence face caméra.

**Un axe de relations publiques ciblé** afin de permettre à la collectivité de communiquer sur les actions qu'elle mène en faveur du sport.

Opérations de communication, jeux concours sur le site internet de la collectivité permettant de faire gagner des places de stade, animations en direction de la jeunesse.

La phase de négociation a consisté :

- à cibler avec les prestataires les emplacements et les supports de communication dont le retour image était le plus important et le plus pertinent.
- A négocier des prix en fonction des tarifs pratiqués par les clubs concernés auprès de leurs autres sponsors.

Les montants du marché résultent d'une négociation avec les co-contractants conformément aux bordereaux des prix signés et annexés aux marchés.

**Pour rappel :**

### **1. L' «Athlétic Club Ajaccien » (ACA)**

L'Athlétic Club Ajaccien a fait deux propositions, l'offre retenue a été la plus avantageuse économiquement.

173 600 € HT de prestations

**Remise de 3 % = 168 543,69 € HT**

**180 243,69 € HT**

**201 578,25 € TTC auxquels s'ajoutent 9 600 € HT de places non assujetties à la TVA**

**211 178,25 € Montant total du marché**

Marché attribué le 28 octobre 2010, passé en CAO le 2 septembre 2010.

### **2. Le GFCO Ajaccio Volley-ball (GFCOA)**

176 100,00 € HT de prestations

**Remise de 3 % = 172 647,06 € HT**

**180 647,06 € HT**

**206 485,88 € TTC auxquels s'ajoutent 8 000 € HT de places non assujetties à la TVA**

**214 485,88 € Montant total du marché**

Marché attribué le 28 octobre 2010, passé en CAO le 2 septembre 2010.

**3. Le Sporting Club Bastiais (SCB)****74 713,00 € HT****85 738,84 € TTC auxquels s'ajoutent 3 025 € HT de places non assujetties à la TVA****88 764,00 € Montant Total du marché**

Marché attribué le 31 mars 2011, passé en CAO le 1<sup>er</sup> février 2011.

Il convient d'autoriser le président du Conseil Exécutif de Corse à signer et à exécuter ce marché pour la saison sportive 2011.

Ces crédits seront imputés au chapitre 930 - Article 6042 - Programme 5611F du Budget Communication.

**ASSEMBLEE DE CORSE**

**DELIBERATION N° 11/ AC DE L'ASSEMBLEE DE CORSE  
 AUTORISANT LE PRESIDENT DU CONSEIL EXECUTIF DE CORSE A SIGNER  
 ET EXECUTER LES MARCHES DE COMMUNICATION, DE PROMOTION  
 D'ANIMATION ET DE RELATIONS PUBLIQUES DE LA COLLECTIVITE  
 TERRITORIALE DE CORSE AVEC LE CLUB SPORTIF INSULAIRE DE HAUT  
 NIVEAU POUR LA SAISON SPORTIVE 2010/2011**

**SEANCE DU**

L'An deux mille onze et le , l'Assemblée de Corse, régulièrement convoquée s'est réunie au nombre prescrit par la loi, dans le lieu habituel de ses séances, sous la présidence de M. Dominique BUCCHINI, Président de l'Assemblée de Corse.

**L'ASSEMBLEE DE CORSE**

- VU** le Code Général des Collectivités Territoriales, Titre II - Livre IV - IVème partie,
- VU** la délibération n° 10.087 AC de l'Assemblée de Corse du 25 juin 2010 autorisant le Président du Conseil Exécutif de Corse à lancer les marchés de communication, de promotion, d'animation et de relations publiques de la Collectivité Territoriale de Corse avec les clubs sportifs insulaires de haut niveau pour la saison sportive 2010/2011,
- VU** la délibération n° 10/221 AC de l'Assemblée de Corse du 16 décembre 2010 approuvant le budget primitif de la Collectivité Territoriale de Corse pour l'exercice 2011,
- SUR** rapport de la Commission d'appel d'offres en date du 1<sup>er</sup> février 2011,
- SUR** rapport du Président du Conseil Exécutif de Corse,
- SUR** rapport de la Commission des Finances, de la Planification, des Affaires Européennes et de la Coopération,
- SUR** rapport de la Commission du Développement Social et Culturel,

**APRES EN AVOIR DELIBERE****ARTICLE PREMIER :**

**AUTORISE** le Président du Conseil Exécutif de Corse à signer et à exécuter le marché relatif à la Communication, la Promotion, l'Animation et les Relations Publiques de la Collectivité Territoriale de Corse avec le club sportif insulaire de haut niveau pour la saison sportive 2010-2011 :

Le « Sporting Club Bastiais » (SCB) pour sa participation au championnat de France de football National, pour un montant de 88 764,00 Euros TTC.

**ARTICLE 2 :**

La présente délibération fera l'objet d'une publication au recueil des actes administratifs de la Collectivité Territoriale de Corse.

AJACCIO, le

Le Président de l'Assemblée de Corse

Dominique BUCCHINI