

**RAPPORT**  
**N° 2015/O2/158**

# **ASSEMBLEE DE CORSE**

**2<sup>EME</sup> SESSION ORDINAIRE DE 2015**

**REUNION DES 17 ET 18 SEPTEMBRE**

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

**MARCHES DE COMMUNICATION, DE PROMOTION  
D'ANIMATION ET DE RELATIONS PUBLIQUES  
DE LA COLLECTIVITE TERRITORIALE DE CORSE  
AVEC LE SPORTING CLUB BASTIA (SCB),  
L'ATHLETIC CLUB AJACCIO (ACA),  
LE GFCA FOOTBALL, LE GFCA VOLLEY-BALL  
ET LE CA BASTIA (CAB) POUR LA SAISON 2015-2016**

COMMISSIONS COMPETENTES : COMMISSION DU DEVELOPPEMENT SOCIAL ET CULTUREL

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

<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 LE SPORTING CLUB DE BASTIA(SCB) , L'ATHLETIC CLUB  
AJACCIO (ACA), LE GFCA FOOTBALL, LE GFCA VOLLEY-BALL  
ET LE CA BASTIA (CAB) POUR LA SAISON 2015/2016**

### **Rappel de la réglementation**

#### **Contexte réglementaire 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 2,3 M€ 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 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 - Service de la Communication - a décidé de passer avec les cinq 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.

#### ***Clubs professionnels corses concernés pour la saison sportive 2015/2016 :***

**1/ Le Sporting Club de Bastia pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 1**

**2/ L'Athlétic Club Ajaccien pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 2**

**3/ Le Gazelec Football Club Ajaccio pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 1**

**4/ Le GFCA Volley-ball Ajaccio pour sa participation au championnat de France de Ligue A**

**5/ Le Cercle Athlétique Bastiais pour sa participation au championnat de France de football de National**

Pour ces cinq marchés négociés, un cahier des charges a été rédigé. Il est constitué 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 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 2015/2016 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 cinq 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, 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.
- à négocier des prix en fonction des tarifs pratiqués par les clubs concernés auprès de leurs autres sponsors.
- Les montants dans certains cas peuvent ne pas varier, mais on fait l'objet de négociations par des prestations supplémentaires offertes indiquées dans les bordereaux des prix

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

**Pour information a la commission, depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2015 une TVA de 5,5 % est appliquée sur la billetterie, ce qui se traduit par une variation sur les montants avant et après négociation.**

**Pour rappel :**

#### **1/ LE SCB**

**AVANT NEGOCIATION : 275 500,00 € HT de prestations Montant total TTC : 395 194,59 €**

**APRES NEGOCIATION : 254 227,10 € HT de prestations Montant total TTC : 301 849,59 €**

#### **2/ L'ACA**

**AVANT NEGOCIATION : 194 900,00 € HT de prestations Montant total TTC : 232 600,00 €**

**APRES NEGOCIATION : 181 400,00 € HT de prestations Montant total TTC : 216 679,50 €**

#### **3/ Le GFCA FOOT**

**AVANT NEGOCIATION : 329 500,00 € HT de prestations Montant total TTC : 392 400,00 €**

**APRES NEGOCIATION : 254 000,00 € HT de prestations Montant total TTC : 302 625,00 €**

#### **4/ Le GFCA Volley-ball**

*AVANT NEGOCIATION : 280 100,00 € HT de prestations Montant total TTC : 335 900,00 €*

**APRES NEGOCIATION : 250 320,00 € HT de prestations Montant total TTC : 300 192,60 €**

#### **5/ Le CAB**

*AVANT NEGOCIATION : 115 000,00 € HT de prestations Montant total TTC : 135 000,00 €*

**APRES NEGOCIATION : 115 000,00 € HT de prestations Montant total TTC : 135 825,00 €**

#### **Attribution**

Conformément aux dispositions du Code des Marchés Publics, la Commission d'Appel d'Offres a attribué ces marchés lors de sa réunion du 9 juillet 2015.

- Au **Sporting Club de Bastia** pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 1 pour un montant de 254 227,10 € HT de prestations.  
Montant total TTC : 301 849,59 €
- A l'**Athlétic Club Ajaccien** pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 2 pour un montant de 181 400 € HT de prestations.  
Montant total TTC : 216 679,50 €
- Au **Gazelec Football Club Ajaccio** pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 1 pour un montant de 254 000 € HT de prestations,  
Montant total TTC : 302 625 €
- Au **GFCA Volley-ball Ajaccio** pour sa participation au championnat de France de Volley en Ligue A pour un montant de 250 320 € HT  
Montant total TTC : 300 192,60 €
- Au **Cercle Athlétique Bastais** pour sa participation au championnat de France de football de National pour un montant de 115 000 € HT de prestations,  
Montant total TTC : 135 825 €

Je vous propose par conséquent de m'autoriser à signer et à exécuter les marchés désignés ci-dessus.

Je vous prie de bien vouloir en délibérer.

**ASSEMBLEE DE CORSE**

**DELIBERATION N° 15/ AC DE L'ASSEMBLEE DE CORSE  
 HABILITANT LE PRESIDENT DU CONSEIL EXECUTIF DE CORSE A SIGNER  
 ET EXECUTER LES MARCHES CONCERNANT LA COMMUNICATION,  
 LA PROMOTION, L'ANIMATION ET LES RELATIONS PUBLIQUES  
 ENTRE LA COLLECTIVITE TERRITORIALE DE CORSE ET DIFFERENTS CLUBS  
 SPORTIFS DE HAUT NIVEAU, POUR LA SAISON SPORTIVE 2015-2016**

**SEANCE DU**

L'An deux mille quinze, 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** le décret du n° 2006-975 du 1<sup>er</sup> août 2006 portant Code des Marchés Publics,
- SUR** rapport du Président du Conseil Exécutif de Corse,
- SUR** rapport de la Commission du Développement Social et Culturel,
- SUR** rapport de la Commission des Finances, de la Planification, des Affaires Européennes et de la Coopération,

**APRES EN AVOIR DELIBERE**

**ARTICLE PREMIER :**

**HABILITE** le Président du Conseil Exécutif de Corse à signer et à exécuter les marchés relatifs à la communication, la promotion, l'animation et les relations publiques entre la Collectivité Territoriale de Corse et les clubs sportifs de haut niveau pour la saison sportive 20152016 comme suit :

- Au Sporting Club de Bastia pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 1 pour un montant de 254 227,10 € HT de prestations.  
Montant total TTC : 301 849,59 €
- A l'Athlétic Club Ajaccien pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 2 pour un montant de 181 400 € HT de prestations.  
Montant total TTC : 216 679,50 €
- Au Gazelec Football Club Ajaccio pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 1 pour un montant de 254 000 € HT de prestations,  
Montant total TTC : 302 625 €

- Au GFCA Volley-ball Ajaccio pour sa participation au championnat de France de Volley en Ligue A pour un montant de 250 320 € HT  
Montant total TTC : 300 192,60 €
- Au Cercle Athlétique Bastais pour sa participation au championnat de France de football de National pour un montant de 115 000 € HT de prestations,  
Montant total TTC : 135 825 €

**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