

ASSEMBLEE DE CORSE

DELIBERATION N° 09/138 AC DE L'ASSEMBLEE DE CORSE AUTORISANT LE PRESIDENT DU CONSEIL EXECUTIF A SIGNER ET EXECUTER LES 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 2009-2010

SEANCE DU 20 JUILLET 2009

L'An deux mille neuf, et le vingt juillet, 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. Camille de ROCCA SERRA, Président de l'Assemblée de Corse.

ETAIENT PRESENTS : Mmes et MM.

ALBERTINI-COLONNA Nicolette, ALESSANDRINI Alexandre, ALIBERTINI Rose, ALLEGRINI-SIMONETTI Jean-Joseph, ALLEGRINI-SIMONETTI Marie-Dominique, ANGELINI Jean-Christophe, BIANCARELLI Gaby, BUCCHINI Dominique, BURESI Babette, CASTELLANI Pascaline, CECCALDI Pierre-Philippe, CHAUBON Pierre, COLONNA Christine, COLONNA-VELLUTINI Dorothée, DELHOM Marielle, DOMINICI François, FILIPPI Geneviève, GALLETTI José, GUERRINI Christine, LUCIANI-PADOVANI Hélène, LUCIANI Jean-Louis, MARCHIONI François-Xavier, MATTEI-FAZI Joselyne, MONDOLONI Jean-Martin, MOSCONI Marie-Jeanne, MOZZICONACCI Madeleine, NIVAGGIONI Nadine, OTTAVI Antoine, PIERI Vanina, PROSPERI Rose-Marie, RICCI-VERSINI Etienne, RISTERUCCI Josette, de ROCCA SERRA Camille, SANTONI-BRUNELLI Marie-Antoinette, SCIARETTI Véronique, SCOTTO Monika, SIMEONI Edmond, SISCO Henri, STEFANI Michel, TALAMONI Jean-Guy, VERSINI Sauveur

ETAIENT ABSENTS ET AVAIENT DONNE POUVOIR :

M. ALBERTINI Jean-Louis à M. de ROCCA SERRA Camille
Mme ANGELI Corinne à Mme SCOTTO Monika
M. BIANCUCCI Jean à M. ANGELINI Jean-Christophe
Mme BIZZARI-GHERARDI Pascale à M. MONDOLONI Jean-Martin
Mme GORI Christiane à Mme BIANCARELLI Gaby

Mme GUIDICELLI Maria à M. BUCCHINI Dominique
 Mme NATALI Anne-Marie à Mme RICCI-VERSINI Etienne
 M. PANUNZI Jean-Jacques à Mme MATTEI-FAZI Joselyne
 Mme RICCI Annie à Mme GUERRINI Christine

ETAIT ABSENT :

M. GUAZZELLI Jean-Claude.

L'ASSEMBLEE DE CORSE

- VU** le Code Général des Collectivités Territoriales
- VU** la loi n° 82/213 du 2 mars 1982 relative aux droits et libertés des communes, des départements et des régions,
- VU** la loi n° 83/663 du 22 juillet 1983 complétant la loi n° 83/8 du 7 janvier 1983 relative à la répartition des compétences entre les communes, les départements, les régions et l'Etat,
- VU** la loi n° 86/16 du 6 janvier 1986 relative à l'organisation des régions et portant modification des dispositions relatives au fonctionnement des conseils généraux,
- VU** la loi n° 86/972 du 19 août 1986 portant dispositions diverses relatives aux collectivités locales,
- VU** la loi n° 2002-92 du 22 janvier 2002 relative à la Corse,
- VU** le décret n° 88-139 du 10 février 1988 relatif au régime financier et comptable des régions,
- VU** la délibération n° 09/023 AC de l'Assemblée de Corse du 9 mars 2009 approuvant le budget de l'année en cours,
- SUR** rapport du Président du Conseil Exécutif de Corse,
- SUR** rapport de la Commission d'appel d'offres qui s'est réunie le 7 juillet 2009,
- APRES** avis de la Commission des Finances, de la Planification et des Affaires Européennes,
- APRES** avis 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 les marchés relatifs à la Communication, la Promotion, l'Animation et les Relations Publiques de la Collectivité Territoriale de Corse avec les clubs sportifs insulaires de haut niveau pour la saison sportive 2009-2010 :

1/ **L' «Athlétic Club Ajaccien » (ACA)** pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 2 pour un montant de **184 423,93 Euros TTC,**

2/ **Le « Sporting Club Bastiais » (SCB)** pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 2 pour un montant de **188 535,21 Euros TTC,**

3/ **Le « GFCO Ajaccio Volley-ball »,** pour sa participation au championnat de France de Volley-ball Pro A pour un montant de **182 675,69 Euros TTC.**

ARTICLE 2 :

La présente délibération qui pourra être diffusée partout où besoin sera, fera l'objet d'une publication au recueil des actes administratifs de la Collectivité Territoriale de Corse.

AJACCIO, le 20 juillet 2009

Le Président de l'Assemblée de Corse,

Camille de ROCCA SERRA

ANNEXE

RAPPORT DU PRESIDENT DU CONSEIL EXECUTIF DE CORSE
--

**AUTORISATION DU PRESIDENT DU CONSEIL EXECUTIF DE CORSE
A SIGNER LES MARCHES DE COMMUNICATION AVEC LES CLUBS SPORTIFS
INSULAIRES DE HAUT NIVEAU POUR LA SAISON SPORTIVE
2009-2010**

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 2,3 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^{er} 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 pour promouvoir le territoire insulaire et mettre en avant la politique qu'elle mène en faveur du sport.

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.

Clubs professionnels corses concernés pour la saison sportive 2009/2010 :

1/ L' «Athlétic Club Ajaccien » (ACA) pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 2,

2/ Le « Sporting Club Bastiais » (SCB) pour sa participation au championnat de France de football de Ligue 2,

3/ Le « GFCO Ajaccio Volley-ball », champion de France Pro B, pour son accession en Pro A.

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 2009/2010 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.
- à 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.

1/ L' «Athlétic Club Ajaccien » (ACA)

171 300,00 € HT de prestations

Remise de 12 % = 152 946,43 € HT

154 446,43 € HT

182 923,93 € TTC auxquels s'ajoutent 1 500 € HT de places non assujetties à la TVA

184 423,93 € Montant total du marché

2/ Le « Sporting Club Bastiais » (SCB)

170 140,00 € HT de prestations

Remise de 12 % = 151 910,71 € HT

158 760,71 € HT

181 685,21 € TTC auxquels s'ajoutent 6 850 € HT de places non assujetties à la TVA

188 535,21 € Montant total du marché

3/ Le GFCO Ajaccio Volley-ball (GFCOA)

151 700,00 € HT de prestations

Remise de 2 % = 148 725,49 € HT

153 525,49 € HT

177 875,69 € TTC auxquels s'ajoutent 4 800 € HT de places non assujetties à la TVA

182 675,69 € Montant total du marché

Il convient d'autoriser le Président du Conseil Exécutif de Corse à signer et exécuter ces marchés pour la saison sportive 2009-2010.

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