



LE CASSE-TÊTE DU FINANCEMENT PUBLIC DU SPORT PROFESSIONNEL

La question des subventions publiques accordées au sport professionnel n'en finit pas de se poser. Depuis que le législateur est intervenu, il y a près de 20 ans, pour limiter le montant des subventions pouvant être allouées au sport professionnel¹, un autre sport, très français, est immédiatement apparu : comment contourner ces plafonds ? Car le sport est fédérateur, porteur de rêves et d'enthousiasme, et contribue très fortement à la notoriété et à l'image d'une ville. Mais les élus sont aussi, souvent, victimes de la pression des clubs, qui doivent faire face à l'envolée des rémunérations exigées par quelques stars du « sport business » pour courir derrière un ballon ou taper dans une balle. Au-delà des subventions pour des missions d'intérêt général² qui, en définitive, profitent peu à la section professionnelle des clubs, les collectivités se sont mises à acheter des prestations de services (acquisition de places, location des loges d'honneur, sponsoring) au point que le législateur est intervenu en 2000 pour en limiter le montant³. Ces acquisitions ne sont pas des subventions et relèvent des marchés publics, plus spécialement des marchés à procédure adaptée⁴. Mais on pourrait penser qu'une mise en concurrence est inutile compte tenu des droits exclusifs détenus⁵ par le club. En effet, lorsque Lyon ou le département du Rhône achètent des places pour les matchs de l'Olympique lyonnais (OL), ce n'est pas pour voir jouer l'équipe de Saint-Marcel-l'Éclairé ou celle de Cailloux-sur-Fontaines, même si cela coûterait bien moins cher aux contribuables !

“ Depuis que le législateur est intervenu pour limiter le montant des subventions pouvant être allouées au sport professionnel, un autre sport, très français, est immédiatement apparu : comment contourner ces plafonds ? ”

Une association de contribuables a précisément décidé de saisir la justice de ces questions en attaquant les délibérations du conseil général du Rhône et de la communauté urbaine de Lyon décidant de l'acquisition de places pour les matchs de l'OL et pour le Grand Prix de tennis de Lyon :

elle a obtenu gain de cause en se fondant sur une application stricte du code des marchés publics. La cour administrative d'appel de Lyon a annulé les marchés concernés. Pour les uns⁶, en raison d'une définition insuffisante des objectifs poursuivis et des besoins à satisfaire sur les plans quantitatifs et qualitatifs⁷. Pour un autre, beaucoup plus préoccupant sur le plan juridique, sur le fondement de l'absence de mise en concurrence⁸ : « Si le département du Rhône soutient que le football est le sport qui suscite le plus d'engouement et que l'Olympique lyonnais bénéficie d'une place particulière au niveau national et européen, ces circonstances ne sauraient en tout état de cause justifier qu'il décide, d'acheter des prestations susceptibles de remplir l'objectif défini [faciliter l'accès au spectacle sportif, promouvoir l'activité physique pour encourager la pratique sportive et son encadrement bénévole] sans procéder à une mise en concurrence préalable entre les différents prestataires du secteur. »⁹ S'agit-il d'un arrêt d'espèce pour mettre un terme aux subventions déguisées des collectivités locales au sport professionnel ou faut-il redouter une extension au secteur culturel notamment ? ■

1. C. sport, art. L. 113-2 et art. L. 113-3, art. R. 113-1 à art. R. 113-5 et art. D. 113-6.
2. C. sport, art. L. 113-2.
3. 30 % du total des produits du compte de résultat de l'année précédente dans la limite de 1,6 million par année sportive.

(C. sport, art. L. 113-3 et art. D. 113-6).
4. Marchés relevant de l'article 28 et de l'article 30 du CMP : voir en p. 22 de ce numéro.
5. CMP, art. 208, II.
6. CAA LYON, 15 décembre 2011, n° 11LY00242, n° 11LY00247 et

n° 10LY02299 ; voir en p. 13 de ce numéro.
7. CMP, art. 5.
8. CMP, art. 1^{er}.
9. CAA LYON, 15 décembre 2011, n° 11LY00578.

Acheter des places... en toute transparence

Les collectivités territoriales ne peuvent pas acheter de places pour des manifestations sportives sans préciser explicitement dans les contrats passés la nature et l'étendue des besoins à satisfaire sous peine de méconnaître les règles de mise en concurrence des marchés publics. Telle est la solution retenue par la cour administrative d'appel de Lyon dans trois arrêts du 15 décembre 2011.

À l'origine de ces décisions, trois affaires portées par une association de contribuables lyonnais qui contestaient l'achat par le conseil général du Rhône et la communauté urbaine de Lyon (CUL), d'une part, des prestations pour le Grand Prix de tennis de Lyon (n° 10LY02299), de l'autre, la passation d'un marché de location d'une loge au

stade de Gerland pour deux saisons afin d'assister aux matchs de l'Olympique lyonnais (n° 11LY00242), ainsi que la passation de marchés à bons de commande pour des abonnements, places et *pass* pour assister à des matchs de l'Olympique lyonnais pendant trois saisons (n° 11LY00578).

Dans la première affaire, le juge d'appel censure l'absence de définition du besoin à satisfaire : le fait de préciser la nature des prestations achetées (places pour assister à la compétition, page de publicité dans le quotidien, etc.) ne permet pas de déterminer l'objectif poursuivi et donc la nature du besoin à satisfaire.

Dans les deux autres affaires, c'est l'insuffisance de motivation de l'objectif affiché

par la communauté urbaine de Lyon et par le conseil général du Rhône qui amène à conclure à l'absence de mise en concurrence préalable entre les différents prestataires du secteur.

E. Royer

[CAA Lyon, 15 décembre 2011, n° 10LY02299, n° 11LY00242 et n° 11LY00578 ; voir également notre édito en p. 3]

