Le Conseil,

Vu le rapport du 15 mars 1999, par lequel monsieur le président :

A - Expose ce qui suit :

De nombreuses institutions ont mis en place, ces dernières années, une politique de communication et de partenariat avec des clubs sportifs. Ce n'était pas le cas de la Communauté urbaine.

Plusieurs clubs de la région lyonnaise occupent aujourd'hui une place de premier plan dans les compétitions sportives nationales et européennes. C'est le cas, en particulier, de l'Olympique lyonnais, de l'ASVEL et du hockey sur glace avec les Lions.

Ces clubs contribuent au rayonnement de l'agglomération à l'extérieur de ses frontières. Par les compétitions de haut niveau auxquelles ils participent, par l'importance du public touché, par les valeurs sportives dont ils sont les porteurs, les clubs sportifs sont un vecteur de communication important au sein de notre agglomération et bien au-delà.

C'est pourquoi, il est apparu intéressant que la Communauté urbaine se dote d'une véritable politique de partenariat sportif, complémentaire de sa communication traditionnelle.

Il s'agit, grâce à cette politique, de tirer parti de la notoriété des clubs et des valeurs positives qu'ils représentent pour accroître encore le rayonnement et l'image de la Communauté urbaine auprès des habitants du Grand Lyon et du public français et européen.

Ce partenariat permettrait la mise en valeur du Grand Lyon en achetant de l'espace publicitaire sur les différents types de supports de communication et d'image appartenant aux clubs. Ces achats d'espaces doivent fournir une bonne visibilité du Grand Lyon pour le public qui assiste aux compétitions et pour les médias (presse écrite et audiovisuelle) qui les relaient.

C'est ainsi que le logo du Grand Lyon serait présent, par exemple, sur les tenues d'échauffement ou de jeu des joueurs, sur les panneaux d'information dans l'enceinte des équipements sportifs (stades, patinoires, vestiaires, salles de presse, etc.) ou sur les bus de transport des équipes.

Parallèlement à cette présence visuelle, ce partenariat se traduirait aussi par l'achat de places qui pourraient permettre à la Communauté urbaine et aux communes membres de mener des actions de relations publiques, par exemple pour l'accueil de délégations étrangères.

Cette politique de partenariat ne peut naturellement trouver sa justification que pour des clubs ayant atteint un haut niveau sportif, ce qui se traduit notamment par une participation à une compétition européenne.

Trois clubs sont dans ce cas : l'Olympique lyonnais, l'ASVEL et le hockey sur glace avec les Lions. C'est pourquoi, la Communauté urbaine pourrait acheter de l'espace publicitaire à ces trois clubs à hauteur de :

- 4 MF TTC pour l'Olympique lyonnais,
- 2 MF TTC pour l'ASVEL,
- 1 MF TTC pour les Lions (hockey sur glace).

Naturellement, les sommes ne seraient versées qu'en contrepartie de la réalisation des engagements contractuels pris par les clubs à l'égard du Grand Lyon ;

B - Propose de délibérer comme suit ;

Vu ledit dossier ;

Ouï l'avis de sa commission finances et programmation ;

DELIBERE

1° - Autorise monsieur le président à signer les contrats afférents avec les trois clubs (OL, ASVEL, les Lions).

2° - Les sommes correspondantes seront imputées sur le budget de la Communauté urbaine - exercice 1999 - ligne de gestion 010 455 - compte 622 800 - fonction 023.

Et ont signé les membres présents,
pour extrait conforme,
le président,
pour le président,