

Le chantier n'est pas terminé

STADE VÉLODROME Si les travaux de rénovation sont sur le point d'être finis, le loyer dû par l'OM à la Ville de Marseille n'a toujours pas été fixé. Les négociations, qui débutent cette semaine, s'annoncent âpres et serrées

Enveloppe de départ..... 367 M€

Aide de l'Etat et des collectivités

Ville de Marseille..... 47 M€

Conseil général..... 30 M€

Etat..... 28 M€

Marseille Provence Métropole..... 20 M€

Conseil régional..... 10 M€

Arema - GFC Constructions..... 227 M€
(dont 150 M€ de droit à bâtir)

Pour se rembourser :

- Arema doit faire 12 M€ de recettes annexes à l'OM (location de salons, concerts, matches de rugby, de l'équipe de France,...) par an pendant 35 ans
- Arema doit encaisser une redevance théorique de 12 M€ par an pendant 35 ans de la Ville de Marseille, dépendant du loyer que l'OM versera à la Ville
- (ex : si loyer = 8 M€, redevance = 0 €; si loyer = 6 M€, redevance = 2 M€)



Graphisme Sébastien ZACOS - Photo Cyril SOLLEIR

Les travaux d'agrandissement et de rénovation du stade Vélodrome, initiés en vue de l'organisation de l'Euro-2016, sont sur le point d'être terminés. Mais de nombreux dossiers restent encore en chantier. À Marseille, la date de livraison n'a pourtant jamais été si proche. Pour preuve, la pose de la toiture de la tribune Jean-Bouin a été finalisée. L'OM, qui avait formulé le vœu de commencer la saison à l'extérieur, inaugurerait l'enceinte du boulevard Michelet lors de son 2^e match de championnat, face à Montpellier, lors du week-end du 15 août. Mais ce sera sans flonflon, la date de la cérémonie officielle n'étant pas encore arrêtée par Arema, gestionnaire des travaux et nouvel exploitant du site (jusqu'en 2045), par ailleurs mandataire de GFC Constructions, une filiale de Bouygues.

En attendant d'y voir plus clair, la question (primordiale) du loyer de ce nouvel écrin reste en suspens. Tout comme l'interrogation autour du naming, du nom de l'opération permettant à une entreprise d'adosser sa marque au Vel' (*lire ci-contre*). Un retard dans les annonces qui a de quoi interpeller. Des sujets également brûlants dans les hautes sphères olympiennes, où les dirigeants ont été apparés ces dernières semaines par l'arrivée de Marcelo Bielsa. Mais comme les élections municipales l'ont souligné, l'enjeu du stade dépasse largement le jeu de l'équipe.

La situation est simple : contraint d'évoluer dans un stade en travaux trois saisons durant, l'OM s'est acquitté d'un montant annuel de 50 000€ depuis le début du chantier, voté le 9 juillet 2009. Avant les premiers coups de pelleuses, les dirigeants réglaient une note annuelle d'1,5M€. Aujourd'hui, la donne va changer. Si la mairie de Marseille suit les recommandations de la Chambre régionale des comptes, ainsi que les préconisations de l'ancien adjoint en charge des finances, Jean-Louis Tourret, elle réclamera 8M€ par an à l'OM afin d'alléger l'addition du très décrié partenariat public-privé (PPP), largement épinglé par le Sénat, les parlementaires et les experts interrogés sur la question. Son successeur aux finances marseillaises, Roland Blum, suit la même idée. Selon lui, le loyer pourrait aussi être évolutif au-delà (et non en deçà) de 8M€/an. "Nous n'avons jamais couché nos objectifs et nos pré-occupations, qui ne sont pas forcément ceux de l'OM", glisse Blum, lucide sur l'âpreté des négociations à venir. Et pour cause : le club olympien, am-

puté de près de 24M€ en recettes de billetterie à cause des travaux, ne l'entend pas de cette oreille. "Jamais on ne paiera une telle somme!", s'emportait l'an dernier Philippe Pérez, le directeur général du club. "Je ne vois pas en quoi l'OM serait responsable du coût des travaux, s'étonne, encore aujourd'hui, Vincent Labrune, le président. Que l'OM paie un loyer en fonction des recettes, c'est tout à fait normal. Mais la moindre des choses est que l'augmentation du loyer soit indexée sur l'augmentation des recettes. Sinon le club est mort."

L'institution marseillaise, qui n'est pas propriétaire de l'enceinte, a des arguments à faire valoir. "Un loyer théorique aux alentours de 8M€ n'a pas de rationalité économique par rapport aux recettes additionnelles du stade, tranche VLB. Si l'OM doit s'acquitter de cette somme sur les 30 prochaines années, ça détruit le club. Et on ne peut pas construire un stade sur le dos de l'OM."

L'OM et la ville de Marseille restent campés sur leurs positions. Réunion cette semaine sur le montant du loyer

Car avant de penser à régler la douloureuse de ce stade, dont la capacité est passée de 59 000 places à 67 500 (avec une offre VIP supérieure), l'OM doit avant tout songer à le remplir. Ce qui ne sera pas le cas si souvent, hormis contre le PSG, voire Monaco et l'OL. Pour les dirigeants olympiens, il n'y a d'ailleurs pas de sens d'établir un loyer fixe alors que le nombre de matches diffère de saison en saison, en fonction notamment de la qualification en coupe d'Europe. À titre d'exemples, l'OGC Nice paie 1M€ de loyer fixe (+ un pourcentage sur le taux de remplissage, pour un total maximum de 1,6M€) pour un stade deux fois inférieur en capacité; les dirigeants de l'AS Saint-Etienne payaient 1M€ avant les travaux, ils régleront 1,8M€ une fois le stade livré; au Parc des Princes, qui sera lui aussi lifté (avec prise en charge du club pour 75M€), le loyer du PSG sera de 2,5M€. Le LOSC, lui, règle 4,5M€ pour son Grand Stade.

Si des discussions à bâtons rompus ont déjà eu lieu entre l'OM et la Ville, une réunion importante est prévue en début de semaine, aujourd'hui ou demain. Une délibération est aussi attendue lors

du conseil municipal programmé le 30 juin; le championnat de L1 reprenant le vendredi 8 août, le prochain rassemblement municipal étant fixé en septembre, il y a urgence. Deux possibilités se profilent : soit l'accord est trouvé d'ici là et le conseil délibère sur ledit loyer; soit l'accord n'est pas trouvé, ce qui est fort possible, et il y aura alors une délibération pour un fonctionnement en AOT (autorisation d'occupation temporaire) du domaine public. Sur la base de quel montant?

Vincent Labrune : "L'OM n'est pas responsable du coût des travaux"

Ce qui est certain, en revanche, c'est que l'issue de ces tractations influera sur le montant de la redevance - 12M€ par an sur les 35 prochaines années, voir infographie - que la Ville s'est engagée à régler à Arema. De son côté, en cas d'échec des négociations, la municipalité agit la menace de la taxe spectacle, cet impôt que les communes sont en droit de faire payer aux organisateurs de réunions sportives qui ont lieu sur leur territoire. Jusque-là, l'OM en a été exonéré (8% des recettes brutes). De source proche du dossier, la mairie ne cédera pas en dessous de 5M€. Une somme qui semble encore trop élevée par rapport aux calculs olympiens. "On aura sûrement des difficultés avec l'OM", concède-t-il d'ailleurs le sénateur-maire de Marseille, Jean-Claude Gaudin, lors du dernier conseil municipal. "Je comprends très bien les préoccupations du président Labrune, remarque pour sa part Roland Blum. À lui de comprendre les nôtres. Nous sommes confiants et bien décidés à ne pas nous laisser faire."

Reste à savoir ce que cela coûtera aux Marseillais sur les 30 prochaines années. Et si l'OM était relégué en L2, comment cela se passerait-il? Avec la situation du Mans et de Grenoble, expédiés en divisions amateurs au bord de la faillite, ainsi que de Lille, exsangue financièrement, la pertinence du PPP (*lire encadré*) devient toute relative, et le poids qu'il fait peser sur les finances publiques fait trembler. Or, pour la municipalité, le but de l'opération est que l'OM assume la part la plus large afin que le contribuable n'ait pas à (re)mettre la main à la poche. Un son de cloche qui ne passe pas à La Commanderie. "L'OM n'est pas responsable du coût du PPP", répète Labrune, qui précise : "Sur le papier, nos positions sont aux antipodes, mais le bon sens finira par l'emporter."

Jean-Claude LEBLOIS

LE NAMING

Toujours aussi flou

En ce qui concerne le naming, pour lequel Arema doit encore trouver un partenaire, c'est le flou plus complet. Quelle société accèlera son nom au Vélodrome? Le mystère est entier. Faut-il s'en inquiéter? Surtout pas, si l'on en croit le groupe-ment dirigé par Bruno Botella.

Les premiers chiffres avancés au moment des discussions sur ce processus oscillaient autour de 6M€. Par comparaison, c'est le montant actuel du naming de l'Allianz Arena, la rutilante enceinte du Bayern Munich, un grand d'Europe. À Marseille, cette somme est aujourd'hui divisée en deux. Et si c'était encore moins? Ce pourrait être effectivement le cas mais, quoi qu'il en soit, Arema s'est engagé à régler un montant garanti de 3M€.

"Personne ne se bat au portillon pour le naming...", souffle un proche du dossier, inquiet du manque de transparence. Car le mandataire de la filiale de Bouygues mène les discussions dans le plus grand secret. En France, les exemples ne sont pas légion. Le naming de l'Allianz Riviera, à Nice, rapporte ainsi 1,8M€ annuel sur une échéance de neuf ans. Celui du Matmut Stadium, l'autre des rugby-mans lyonnais du LOU, revient à 1M€ annuel sur une période de cinq ans. Un processus que le LOSC a lui abandonné malgré l'intérêt de Partouche, la municipalitéilloise ne souhaitant pas associer l'image de la nouvelle enceinte au casinotier. Quand c'est flou, il y a un loup. J.-C.L.

UNE TRÈS CHÈRE RÉNOVATION

Le choix du partenariat public-privé pour le financement du stade est au cœur de toutes les critiques, eu égard à l'endettement déguisé qu'il implique. La Chambre régionale des comptes l'a pointé du doigt pour son "surcoût financier par rapport à un financement direct". Fin 2012, le journal Les Échos s'étonnait que le coût de la rénovation du stade Vélodrome soit presque équivalent à celui d'un stade neuf. À titre de comparaison avec les autres stades en travaux, les chiffres sont hallucinants : 4108 € la place rénovée à Marseille, 1795 à Lens, 1807 à Saint-Etienne, 1061 à Toulouse... L'écart entre stades rénovés (Toulouse, 35M€; Saint-Etienne, 75M€, Lens, 70M€; Paris, 75M€; Marseille, 267M€) et créés (Bordeaux, 184M€; Nice, 204M€; Lyon, 385M€) est aussi saisissant.

LIONEL MALTÈSE, PROFESSEUR ASSOCIÉ KEDGE BUSINESS SCHOOL, ÉCOLE DE COMMERCE ET DE MANAGEMENT BASÉE À LUMINY, À MARSEILLE

"Même avec des places à 1€, l'OM ne remplira pas le stade"

■ Quel serait le juste prix pour le loyer du stade Vélodrome?

Il n'y en a pas vraiment et il est impossible à calculer car on n'a pas de recul sur l'attractivité de l'enceinte. Ce nouveau Vélodrome a une réelle valeur ajoutée par rapport à l'ancien. Malheureusement, l'OM n'est ni exploitant, ni ex-exploitant. L'OM sait ce que veulent ses clients, pas Arema qui connaît seulement la structure. Le problème, c'est la taille du Vélodrome, beaucoup trop grand à mon avis. Regardez ce qu'a fait la Juventus Turin avec son nouveau stade qui, aujourd'hui, avec 42 000 places, est le plus efficient. En ayant la main sur le stade, la Juve a fait des économies colossales. Le vrai indicateur d'un stade, c'est son taux de remplissage. Même

avec des places à 1 €, l'OM ne remplira pas le stade. Il faut un stade à la hauteur de sa marque. Il aurait fallu faire un stade plus petit et mieux adapté.

■ La ville de Marseille réclame 8 M€ à l'OM...

Ça me paraît élevé par rapport à ce que ça coûte et ce que ça rapporte. La valeur ajoutée de ce nouveau stade est-elle bouffée par une partie de ces 8M€, qui est le coût d'un bon joueur? Les tarifs sont un peu élevés. Ce nouveau stade va-t-il remettre en cause le principe des places achetées par les supporters? Économiquement, il faudrait un plan Leproux à Marseille. Les supporters actuels ne sont pas des consommateurs. Peut-on inculquer une culture du consumérisme à Mar-

seille où règne la culture du gratuit? Par ailleurs, je reste sceptique sur le comportement des collectivités. Vont-elles continuer à acheter des places par milliers?

■ Pourquoi est-ce si difficile de trouver une entreprise pour le naming?

En plus d'être un monument, le Vélodrome est déjà une marque et un lieu de fête. Mais, comme le sont les nouveaux stades, il doit aussi être un magasin. Le problème c'est qu'on ne connaît pas les supporters des virages.

■ Quel est le prix pour le naming du Vélodrome?

Encore une fois, il faut comparer. Prenez Nice et Munich. Allianz paie 2M€ sur la Côte d'Azur,

6M€ par an en Bavière. Comment peut-on comparer le naming du Vélodrome avec celui de l'Allianz Arena, à Munich? N'oublions pas que notre championnat n'est que le 5^e au niveau européen.

■ Quelle entreprise peut être intéressée?

Je crois à un nameur international, intéressé par la population qui vient au stade. Je verrais bien, aussi, un entrepreneur très méditerranéen, un passionné de la région, qui participerait, à sa manière, au renouveau et à la rénovation de la ville. Je pense plus à un projet humain. Il n'y a jamais de Pepsi Stadium. La France n'est pas dans cette culture consumériste.

Recueilli par Fabrice LAMPERTI