

pragmatique » avait néanmoins été rendu⁸¹. Un nouveau marché avec publicité et mise en concurrence doit être rédigé après les JOP et sera à attribuer au plus tard en décembre 2024 - il intègrera la maintenance corrective et évolutive des équipements et du système.

La chambre appelle l'établissement à mieux anticiper ses besoins pour éviter les recours irréguliers aux marchés passés sans mise en concurrence.

5.5.3 La promotion du quartier d'affaires par un contrat de *naming* « Paris La Défense Arena » : une mesure coûteuse aux retombées très incertaines

Le *naming* est une forme de parrainage qui consiste, pour une marque ou une entreprise, à donner son nom à une infrastructure sportive, à une compétition ou, plus rarement, à une équipe, en contrepartie d'un soutien financier important sur une longue durée.

Lors de sa séance du 17 mai 2018 (point 8 du procès-verbal), le conseil d'administration, à la majorité des votants (13 voix pour, 1 voix contre) a ainsi approuvé un projet de contrat de *naming* entre Paris La Défense et la société U Arena⁸². Dans le cas particulier de ce contrat, les termes sont inversés, puisque c'est une entité publique qui rémunère un acteur privé (cf. *infra*).

Selon la directrice générale alors en fonction, l'objectif de cet accord était de renforcer la notoriété et l'attractivité du quartier d'affaires. L'attractivité du territoire était un enjeu majeur pour Paris La Défense, dans un contexte « post-Brexit » de forte compétition entre centres d'affaires internationaux. Cet enjeu était présenté comme d'autant plus stratégique que La Défense souffrirait d'un « *vrai déficit d'image* ». Il existerait un décalage entre la perception de ceux qui y travaillent et l'utilisent (88 % de satisfaits, selon une étude) et l'image plutôt négative de ceux qui ne le connaissent pas et qui l'associent à un lieu aride, froid et impersonnel. À l'international, le baromètre d'attractivité réalisé par EY/ULI⁸³ aurait mis en lumière l'écart très significatif entre la performance objective du quartier d'affaires (4^{ème} rang mondial) et la perception des grands décideurs mondiaux de l'immobilier (11^{ème} rang mondial).

Dans ce contexte, un partenariat avec la société U Arena était apparu comme un levier privilégié pour transformer l'image du territoire, et le faire rayonner à l'échelle nationale et internationale, dans la mesure où l'U Arena serait rapidement devenu « iconique ». Le bâtiment, d'initiative privée, est alors présenté comme un outil pour bénéficier d'une exposition médiatique au rythme des événements. La direction soulignait notamment, sur la base d'un tableau comparatif, que le montant de la redevance négociée serait largement inférieur aux montants habituellement pratiqués sur ce type de contrats.

Elle concluait sur le « *retour sur investissement très élevé qu'apporte ce type de contrat avec des rapports généralement de 1 à 10 en termes de visibilité (comme par exemple à Londres avec l'O2 Arena) et sur les retombées fantastiques en termes de notoriété et d'image pour le Département de la Vendée procurées par le naming du Vendée Globe.* »⁸⁴

⁸¹ Cf. Note interne du 11 décembre 2023.

⁸² U Arena est le propriétaire de l'enceinte multimodale située dans le périmètre d'intervention de Paris La Défense, et en détient également l'ensemble des droits d'exploitation et de gestion.

⁸³ Baromètre Ernst and Young (EY)-Urban Land Institute (ULI) d'attractivité des quartiers d'affaires, 2018.

⁸⁴ Procès-verbal du conseil d'administration EPPLD, 17 mai 2018.

La commission d'appel d'offres, réunie avant le conseil d'administration, avait approuvé ce contrat, en dépit d'un vote défavorable du maire de Nanterre⁸⁵. Après délibération favorable du conseil d'administration, ce partenariat était également annoncé dans le « Document d'engagement » de juin 2018, dans les pages sur la promotion du territoire. La publication de décembre 2023 « Actualisation de la trajectoire 2023-2032 » évoque également le contrat.

Conclu pour 10 saisons sportives⁸⁶, le contrat signé avec U Arena se termine au 1^{er} semestre 2028 et sa rémunération est composée d'une partie fixe et d'une partie variable.

U Arena avait évalué sa proposition de partenariat à un montant initial de 6 500 000 € par an, pour une durée initiale de 12 ans. La partie fixe est finalement constituée d'un prix forfaitaire de 3 000 000 M€ hors taxes par saison, révisé annuellement sur la base de l'indice Syntec⁸⁷.

La partie variable est un complément de prix payable chaque saison sportive à la société U Arena, dont le montant est fixé en fonction du nombre de visiteurs et du nombre d'évènements internationaux. Elle est plafonnée à la somme hors taxe d'1 000 000 €.

Tableau n° 17 : Dépenses liées au contrat de *naming*⁸⁸

(en €)	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Partenariat entr U-Arena et PLD - 2018/2019 Dénomination officielle	3 000 000					
Partenariat entr U-Arena et PLD - 2019/2020 - Dénomination officielle		3 070 787				
Part variable 2019-2020		920 000				
Partenariat entr U-Arena et PLD - 2020/2021 - Dénomination officielle			3 093 258			
Part variable 2020-2021			249 547			
Partenariat entr U-Arena et PLD - 2021/2022 - Dénomination officielle				3 085 393		
Part variable 2021-2022				557 300		
Partenariat entr U-Arena et PLD - 2022/2023 - Dénomination officielle					3 144 944	
Part variable 2022-2023					1 000 000	
Partenariat entr U-Arena et PLD - 2023/2024 - Dénomination officielle						3 310 112
Part variable 2023-2024						1 000 000
TOTAL HT	3 000 000	3 990 787	3 342 805	3 642 693	4 144 944	4 310 112

Source : PLD

Afin que le public puisse identifier l'Arena et sa dénomination officielle, le contrat de *naming* prévoit la prise en charge par PLD, à ses frais, de la conception d'un logo officiel mettant en forme et intégrant la dénomination officielle. Pour les exercices 2018 à 2020, les dépenses liées au développement de cette identité s'élèvent à 363 568 € HT.

⁸⁵ Celui-ci indique en effet, lors de la séance du CA précitée, qu'il n'est pas opposé au projet de *naming* en soi mais que celui-ci « devrait être financé par les investisseurs institutionnels propriétaires des actifs de la Défense dont la valeur va augmenter en lien avec la renommée du site. Ce n'est pas aux collectivités locales de participer au financement de ce contrat, au moment même où l'on demande d'apporter une contribution de 28 M€ pour 10 ans. Ce contrat est d'autant plus discutable que les ZAC de Nanterre devront également participer à ce *naming* et que le territoire est l'un des plus attractifs de France. ».

⁸⁶ Période allant du 1^{er} juillet d'une année au 30 juin de l'année suivante (cf. page 3 du contrat).

⁸⁷ L'indice Syntec sert à mesurer l'évolution du coût de la main d'œuvre, essentiellement de nature intellectuelle, pour des prestations fournies. Il est utilisé dans les branches professionnels représentées par la fédération Syntec (informatique, études et conseil, ingénierie, etc.).

⁸⁸ Comptes 623800 Divers.

L'établissement fait valoir dans son bilan à cinq ans que les bénéfices du contrat de *namings* peuvent être mesurés par les méthodes usuelles de valorisation des retombées médiatiques (en équivalent achat d'espace-EAE) suscitées par les mentions de l'équipement sur internet, les réseaux sociaux et les médias traditionnels. La société d'exploitation de l'Arena, qui fait valoir pour sa part que Paris La Défense est un établissement public à caractère industriel et commercial dont l'activité est assimilable à celle d'une entreprise privée et que « Paris La Défense » est une marque enregistrée à l'INPI⁸⁹, évaluée à 99 M€ d'EAE ces retombées médiatiques depuis le début du contrat.

Cependant, ces indicateurs quantitatifs, qui ne mesurent que la diffusion de la marque « Paris La Défense Arena », ne permettent pas de savoir si la connaissance de la marque « PLD » par les publics ciblés (investisseurs et usagers) a progressé, ni l'utilité réelle d'une telle progression au bénéfice des missions principales de l'établissement.

Le contrat avec l'U Arena lie durablement l'établissement pour 10 saisons, jusqu'à son terme en 2028, sans clause résolutoire autre que celle, classique, liée à des manquements graves ou répétés aux obligations réciproques⁹⁰, et sans clause de révision intermédiaire. En regard du coût très élevé (22,4 M€ en 6 ans) du contrat de *namings*, qui constitue une part essentielle de ses dépenses de communication, et des ressources limitées de l'établissement, la chambre souligne le caractère déséquilibré du montage initial et ses résultats incertains, ainsi que la contribution publique apportée à une marque privée, en tant qu'elle figure partiellement au sein du nom du site.

5.6 La délégation de service public (DSP) Parcs de stationnement

L'État avait prévu, par l'ordonnance n° 2017-717 du 3 mai 2017, de conserver la propriété des quelque 22 000 places de stationnement du quartier d'affaires, tout en les mettant à disposition du nouvel établissement public pendant soixante ans. L'article 6 de la loi de ratification du 25 décembre 2017 a finalement donné à Paris La Défense l'entière propriété de ces biens (dont la valeur, selon la fourchette d'estimation de la Cour⁹¹, se situait à l'époque entre 369 et 667 M€), sans la moindre contrepartie.

Les parcs de stationnement situés à la Défense et à Nanterre dont PLD est propriétaire sont gérés en délégation de service public. Ce choix s'inscrit dans un contexte de mobilités au sein desquelles la part de l'automobile est minoritaire et décroissante (17 % en 1998, 10,4 % en 2006, 7 % en 2015), que ce soit sur le boulevard circulaire, dans les voies médianes, ou encore les voies couvertes⁹².

Pour la période du 1^{er} janvier 2014 au 31 décembre 2021, les parcs de stationnement étaient gérés par la société Sepadef⁹³ (filiale à 100 % d'Indigo, contrat signé), et celui (dit MP10), situé dans la ZAC Seine Arche à Nanterre, par la société Effia (du 24 juillet 2007 au 23 juillet 2022).

⁸⁹ Institut national de la propriété industrielle.

⁹⁰ Contrat EPPLD / U Arena, article 11.

⁹¹ Référé de la Cour des comptes du 18 janvier 2018.

⁹² Note de présentation du dossier de consultation des entreprises 2020.

⁹³ Société exploitation des parcs de la Défense.