

Intervention smg - préavis n°2 CIGM – charges de fonctionnement – Naming – 2.6.15

Mesdames et Messieurs, chers collègues,

Le Naming est une pratique en expansion un peu partout dans le monde. Depuis le début des années 2000, nous pouvons observer une large percée de la pratique en Angleterre, aux Pays Bas et en Allemagne où douze des dix-huit clubs de Bundesliga évoluent dans des stades portant le nom d'une marque. Sur le site de l'Olympique lyonnais qui vente les vertus du Naming, il est dit, je cite:

- « Le Naming génère des milliards de contacts médias chaque année, répartis entre l'ensemble des supports de presse, chaînes de télévision, stations de radio et Internet.
- Pour atteindre un tel niveau de présence médiatique par le biais de la publicité classique, l'investissement serait de loin plus élevé.
- Le détenteur du Naming bénéficie aussi de toutes les manifestations organisées dans le stade. »

Les Verts ont plusieurs points d'interrogation concernant cette pratique. Au-delà de la question de principe que nous avons débattue, il y a aussi la question **du retour sur investissement: à partir de quel montant, la collectivité vend assez cher une infrastructure qu'elle subventionne à une large majorité ?** Il est difficile d'obtenir des montants de ce que rapporte le Naming dans d'autres stades suisses (comme Fribourg ou Berne). En ce qui concerne le Rolex Center à l'EPFL, on articule le montant de 30 millions. Bien entendu, cela concerne un bâtiment très attractif architecturalement parlant et d'autres prestations semblent être comprises. Le Naming rapporterait annuellement au stade de Lyon quelques 8 millions. Peut-on tabler pour le CIGM sur 10 ou 20 millions pour 10 ou 15 ans? **A nos questions sur le sponsoring et sur les montants du Naming en particulier, les municipalités des 3 communes ont répondu avec une prudence vague...**

Bien sûr, « un sou est un sou » et la contribution financière du Naming n'est pas négligeable. Mais c'est justement parce qu' « un sou est un sou » que les Verts, insistent sur le fait que si le Naming doit être pratiqué, l'entreprise doit donc « payer le juste prix ». Il serait intéressant à ce titre d'avoir une comparaison avec la valeur marchande d'une publicité de

ce type, soit : **en vue sur un grand bâtiment, visible de loin et notamment depuis une infrastructure publique à grande fréquentation comme le train et surtout présente sur tous les billets vendus...**

Nous sommes conscients qu'il est difficile de trouver une entreprise et de négocier, mais nous sommes d'avis qu'il est toujours plus confortable pour tout le monde de poser les bases de manière formalisée. Ainsi, même si nous avons confiance en notre Municipal et en l'administration quand ils nous disent que les entreprises qui devraient être choisies seront en rapport avec le sport et qu'ils feront preuve de bon sens pour le choix, nous aimerions que les critères suivants soient respectés. L'entreprise devra:

- être locale ou avoir un ancrage local très fort
- ne pas vendre des produits dangereux pour la santé des hommes ni pour l'environnement
- être en lien avec le sport (c'est déjà mentionné dans le préavis)
- permettre de conserver le nom de Malley (à l'instar du vœu émis par les commissions des 3 conseils)

Mesdames et Messieurs, chers collègues,

nous sommes le 15^{ème} Conseil Communal à traiter ce préavis, la responsabilité est grande dans cette chaîne de décisions interdépendantes. Malgré un fort soutien vert à ce projet sportif, il nous était important de pouvoir exprimer notre position très critique face au **montage financier** comprenant le Naming. L'argument principal des municipalités a finalement été de nous rappeler la complexité et la fragilité **du montage institutionnel** : « pensez aux conséquences néfastes que représenterait un blocage ou une autre décision que celle soumise dans le préavis. Cela pourrait remettre en cause tout le projet ». Soit, nous jouons le jeu. Mais permettez-moi de conclure par une demande à notre Municipalité pour l'avenir :

Il est important d'aménager aux organes délibérants une certaine liberté de décision, aussi dans les projets régionaux. La caractéristique des membres de la CPPR – comme des Verts d'ailleurs - est celle de conseillères et conseillers communaux grands défenseurs de la collaboration régionale. Alors forcément, lorsqu'on nous décrit les risques, on finit par se rallier au nom de la collaboration régionale à l'entier du paquet ficelé. Cet argument-massue

n'empêchera pas les Verts de continuer à réfléchir et – même si nous soutenons toujours ardemment la collaboration régionale - de décider en fonction de nos valeurs et des intérêts de Lausanne.

Je vous remercie de votre attention.