

Les contrats de naming

Par Nataf Fajgenbaum et Associés

La plupart des équipements sportifs étant la propriété de collectivités territoriales, les contrats de naming répondent à des règles de droit bien précises, qui prennent en compte la notion de domaine public. Explications.



Fabienne Fajgenbaum

Accroître la compétitivité des clubs de football professionnels français).

En effet, le naming permet d'assurer à la personne publique une nouvelle source de financement pour pourvoir aux dépenses de construction, de rénovation ou de fonctionnement des équipements, en contrepartie du parrainage de l'enceinte mais aussi souvent grâce à l'implantation de boutiques ou du développement d'une signalétique valorisant l'entreprise.

La dénomination d'un équipement public constituant une propriété publique immatérielle, c'est sur le fondement de la compétence générale des collectivités que celles-ci peuvent

légalement concéder à l'entreprise titulaire d'un contrat de naming le droit de donner son propre nom au site.

En raison du principe d'inaliénabilité des dépendances du domaine public, cette concession est à durée déterminée. Elle ne pourra intervenir qu'à la condition que le projet se justifie par un intérêt public local et que le naming soit conforme au principe de neutralité du service public et ne porte pas atteinte à l'ordre public.

En raison du principe d'inaliénabilité des dépendances du domaine public, cette concession est à durée déterminée. Elle ne pourra intervenir qu'à la condition que le projet se justifie par un intérêt public local et que le naming soit conforme au principe de neutralité du service public et ne porte pas atteinte à l'ordre public.

En raison du principe d'inaliénabilité des dépendances du domaine public, cette concession est à durée déterminée. Elle ne pourra intervenir qu'à la condition que le projet se justifie par un intérêt public local et que le naming soit conforme au principe de neutralité du service public et ne porte pas atteinte à l'ordre public.

Redevance d'occupation du domaine public

Juridiquement, le prix à payer par le partenaire s'analyse en une redevance d'occupation du domaine public qui tient compte des avantages de toute nature procurés au titulaire de l'autorisation.

Bel exemple de naming, la Ville de Paris et la société AccorHotels ont conclu un contrat de naming du Palais omnisports de Paris-Bercy pour dix ans renouvelables pour un montant compris, selon la durée retenue, entre 41,5 et 83 millions d'euros et permettant à AccorHotels de dénommer le POPB « AccorHotels Arena ».

www.nfalaw.com

Allianz Arena