

SPORT

Stratégies

SPORT EVENT
Roland Garros
2010



le spécialiste du marketing sportif

Hebdo+

N°218

26 avril > 02 mai 2010

CHAMPIONNATS
FRANCE
NATATION

CHAMPIONNATS
FRANCE
NATATION

CHAMPIONNATS
FRANCE
NATATION

Le sponsoring des fédérations françaises olympiques



TÉMOIN

Rama Yade, secrétaire d'État chargée des sports



A LA UNE

Le sponsoring, une activité assurable ?



EXPERTISE MARKETING

Collectivités et marketing sportif, quelle stratégie ?



La remise en cause d'un contrat de sponsoring (1/2)

Lorsque la notoriété d'un sportif s'illustre durablement à la rubrique des faits divers, le sponsor peut avoir intérêt à, purement et simplement, renoncer à utiliser l'image de celui-ci pour l'avenir. Il peut aussi mettre fin au contrat et obtenir réparation de son préjudice. Traditionnellement, deux voies s'ouvrent pour ce faire, la voie pénale et la voie civile. Exploration ce mois-ci de la voie pénale.

Le contrat de sponsoring (ou de parrainage) est un contrat par lequel une entreprise associe l'image d'un sportif à son produit ou à son service. À la différence du mécénat, le sponsor attend du sportif une contrepartie, qui est de bénéficier de son image et de sa notoriété. Quelles sont les options du sponsor lorsque le sportif est impliqué dans un scandale médiatique, comme Tiger Woods récemment, ou comme ce fut le cas pour des affaires de dopage ?

Dans ces conditions, le sponsor a tout intérêt à ne plus utiliser l'image du sportif pour sa communication. Mais qu'en est-il alors du contrat en cours ? Le sponsor peut-il y mettre fin pour l'avenir et ne plus payer les échéances ? Peut-il demander le remboursement des sommes déjà versées, le remboursement de l'intégralité ou au prorata temporis ?

Partant du postulat que le contrat de sponsor est soumis au droit français et qu'il ne prévoit aucune cause de résiliation anticipée du fait de l'implication du sportif dans un scandale médiatique, il convient d'imaginer les scénarii possibles. En fonction de la gravité des faits impliquant le sportif, le sponsor peut envisager d'agir devant les juridictions pénales ou civiles.

Le contrat de sponsoring entre Tiger Woods et Accenture prévoyait-il une rupture ou des indemnités en cas de scandale médiatique impliquant le champion de golf ?



Action devant les juridictions pénales

La gravité des faits reprochés aux sportifs peut déboucher sur une action pénale. Encore faut-il que les faits reprochés soient constitutifs d'une infraction pénale, c'était le cas notamment en matière de dopage, cela ne l'est pas en matière d'infidélités conjugales...

Lorsqu'une incrimination pénale existe, le sponsor pourrait être tenté de s'associer ou même d'initier l'action pénale et ce, d'une part pour se démarquer du sportif dont la réputation devient gênante et, d'autre part, pour se placer, au moins sur le terrain de la communication, au rang des victimes. Enfin, un jugement de condamnation au pénal pourrait, au plan civil, aider à caractériser la faute du sportif. Cependant, une telle stratégie n'a que peu d'avenir dès lors que le droit positif n'autorise pas le sponsor à se constituer partie civile dans le cadre d'une information judiciaire.

La chambre criminelle de la Cour de cassation, dans un arrêt rendu le 29 septembre 2009, est venue rappeler que le sponsor principal d'une équipe ne subit qu'un préjudice indirect lorsqu'un de ses coureurs est poursuivi pour des faits de dopage et qu'il ne peut donc pas se constituer partie civile : « *Qu'en effet, ne peut être qu'indirect pour une société intervenant comme sponsor d'une équipe cycliste, le préjudice résultant de l'atteinte que porterait à son image de marque la commission imputée à un coureur de cette équipe d'infractions liées à la pratique du dopage* ».

Il avait déjà été jugé par la Cour de cassation en 2000 que « *ne peut qu'être indirect, pour une association gestionnaire d'un groupe sportif, le préjudice résultant du discrédit que porterait à l'action promotionnelle de son sponsor la mise en examen d'un dirigeant et d'un salarié à raison d'infractions liées à la pratique du dopage* ».

Une telle position peut sembler *a priori* surprenante dès lors que, d'un point de vue médiatique, les scandales liés au dopage portent immédiatement atteinte à l'image du sponsor. On se souviendra que, dans le cyclisme, l'équipe est généralement désignée par le nom de son sponsor titre et qu'un sportif convaincu de dopage est généralement exclu de la compétition. Cependant, d'un point de vue pénal, la recevabilité de la constitution de partie civile doit s'apprécier selon l'article 2 du Code de procédure pénale, qui dispose que « *l'action civile en réparation du dommage causé par un crime, un délit ou une contravention appartient à tous ceux qui ont personnellement souffert du dommage directement causé par l'infraction* ».

Il n'est pas contestable que le sponsor souffre personnellement du dommage. Cependant, ledit dommage n'est pas directement causé par l'infraction. On doit considérer que l'objectif poursuivi par la législation sur le dopage est de protéger d'abord le sportif lui-même et ensuite les valeurs sportives. Celui qui se dope volontairement, se cause directement un dommage, et cause directement un dommage au sport en général, et aux autres sportifs en particulier. Dès lors, les atteintes, par le dopé, aux objectifs strictement commerciaux et économiques des sponsors, ne peuvent qu'être indirectes. Dans ces conditions, et d'un point de vue purement judiciaire, la constitution de partie civile n'est pas une solution pour le sponsor. Reste la saisine des juridictions civiles.

Fabrice Lorvo

Retrouvez dans le numéro 223 de Sport Stratégies la suite de cet article.

CONTACT

Fabrice Lorvo
Avocat à la Cour de Paris
Cabinet FTPA
Tél : 01.45.00.86.20
florvo@ftpa.fr