



## Grand Angle

**Les Jeux Olympiques ne sont pas réservés qu'à Coca Cola et aux autres grandes marques mondiales. Les plus petites entreprises peuvent, elles aussi, s'inscrire dans cet événement. En commençant par s'intéresser au milliard d'euros de marchés que l'organisation de Paris 2024 lance cette année.**

**D** encore une longue attente avant les JO de Paris 2024? Pas pour tout le monde... En coulisses, voilà déjà trois ans que les Jeux ont débuté. Côté organisation, les préparatifs battent leur plein. Et ouvrent une myriade d'opportunités aux entreprises. Car les Jeux Olympiques et Paralympiques revendiquent la place de premier événement sportif au monde.

Réunissant près de 15 000 athlètes issus de plus de 200 délégations du monde, la compétition captivera 13 millions de spectateurs. Auxquels s'ajoutera la bagatelle de 4 milliards de téléspectateurs, dixit l'organisation. Les retransmissions TV s'échelonneront sur plus de 100 000 heures de programmes. Associer son nom à l'événement donc offre un coup de projecteur mondial. Mais cette gigantesque machine va aussi remplir le carnet de commandes d'un grand nombre d'entreprises hexagonales, puisque le coût global des JO 2024 devrait s'élever à environ 7 milliards d'euros.

Bonne nouvelle, au-delà des grands sponsors internationaux comme Coca Cola, des entreprises de toutes tailles peuvent y participer. Via trois possibilités principalement : en tant que partenaire (financier ou apporteur de services), comme fabricant de produits officiels sous licence de marque ou en captant des marchés lancés pour la construction d'infrastructures et l'organisation. « Toutes les options sont encore sur la table. Et y resteront au moins jusqu'en 2023 », indique François Xavier Bonnaillie, directeur des partenariats et de la licence pour Paris 2024. Un poste clé, dont le rôle consiste tout simplement à financer les Jeux, qui reposent quasi intégralement sur des fonds privés.

### DECATHLON HABILLE LES VOLONTAIRES

Partie visible de l'iceberg, les partenaires officiels financent les Jeux, avec la possibilité de participer en outre à l'organisation. Via une offre de services, un peu comme du mécénat de compétences. « PwC réalisera ainsi les analyses stratégiques et le support comptable des Jeux, Enedis effectuera tous les raccordements électriques de l'événement », liste François Xavier Bonnaillie. Quant à Decathlon, l'enseigne habillera l'ensemble des 45 000 volontaires chargés d'encadrer les épreuves. Le spécialiste de l'équipement sportif grand public sponsorise ici pour la première fois une très grande compétition internationale. En parallèle, une série d'actions a été programmée afin de promouvoir la pratique sportive et les JO au sein de ses 330 magasins français. Enfin, Decathlon va commercialiser des produits aux couleurs de l'événement. Dans



© MILLOUX ANNE - ANNE MILLOUX

**Les commandes des JO apportent 30 millions d'euros à l'entreprise de construction alsacienne Mathis, que dirige Frank Mathis.**

une interview à *L'Équipe*, le DG de Decathlon France, Arnaud Gauquelin, estime que « plus d'un million de pièces », textile et chaussures, seront fabriquées pour l'occasion, « dont la majorité produite en France ».

Mais question opportunités business, l'actualité la plus chaude concerne aujourd'hui les marchés publics. Une manne de 5 milliards d'euros à capter pour les entreprises. Dans le détail, la moitié des marchés sera lancée par le Cojo (le comité d'organisation), l'autre via la Solideo (société de livraison des ouvrages olympiques). Ces marchés sont soumis au code de la commande publique. Car si l'organisateur reste une association privée, l'État français se porte garant. En cas d'éventuel déficit, ce serait donc lui qui réglerait la facture. D'où l'obligation de se soumettre aux règles des marchés publics.

À lui seul, le Cojo publiera cette année « des centaines d'appels d'offres » pour un montant total d'un milliard d'euros. Ici dans la restauration (celle des sites d'entraînements et du principal centre des médias...), là dans les équipements et le mobilier du



village des athlètes, mais aussi dans le nettoyage, la gestion des déchets, les transports, la signalétique, jusqu'à la sécurité ou la fabrication des médailles...

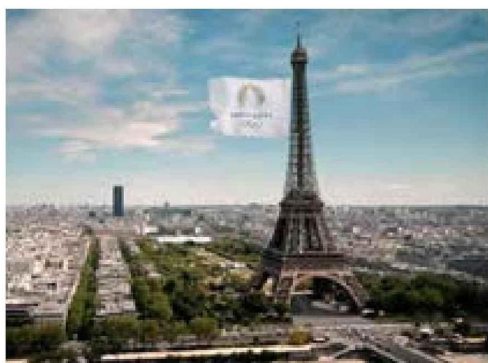
### UNE PME SIGNE LE DRAPEAU DE LA TOUR EIFFEL

Cette liste de courses longue comme le bras, de nombreux groupes mais aussi des PME s'en sont déjà emparé. Pour preuve, le drapeau géant aux couleurs des JO qui flottera au sommet de la Tour Eiffel, sans doute le plus grand symbole des Jeux, sortira tout droit de l'usine du mayennais MP3 PLV. Plus habituée à concevoir des affiches, packaging et présentoirs pour Leclerc, Armand Thierry ou Hermès, cette PME de 30 employés (6,40 M€ de CA) a en effet créé un drapeau aussi grand qu'un terrain de football ! Le fruit de 300 heures de recherches et tests, avant environ 60 heures de fabrication. Un vrai défi. « Fabriquer un drapeau de 90 x 60 mètres avec un tissu habituel aurait pesé jusqu'à 1,5 tonne ! Impensable, rembobine Antonio Marques Da Costa, le patron de la PME mayennaise. Alors je me suis rapproché d'une société du Morbihan, Air et Toiles Concept, spécialisée dans les structures gonflables et toiles tendues. On a alors inventé un procédé, à base d'hélium notamment, qui a permis de diviser le poids du drapeau par cinq... Et nous avons décroché le contrat. » Pour l'anecdote, c'est seulement à la fin que l'entrepreneur apprendra (non sans émotion) la destination finale de cette commande pour les JO.

### LE BTP LIVRE LE VILLAGE DES ATHLÈTES

Cet exemple est loin d'être isolé. Nombre de PME et d'ETI ont par ailleurs décroché des commandes pour la réalisation du village des athlètes situé au Nord de Paris. Spécialiste des maisons modulaires en bois, le breton Pincemin (250 salariés) s'apprête ainsi à réaliser là-bas une résidence hôtelière de 240 chambres sur 8 étages, posée sur l'île Saint-Denis et vouée à devenir ensuite une cité universitaire. Filiale du vendéen Liébot, la société MÉO (420 collaborateurs) va, elle, livrer ses fenêtres bois-aluminium sur ce vaste site. Certaines PME et ETI multiplient même les projets, comme l'entreprise de construction alsacienne Mathis (200 salariés, 45 M€ de CA) qui intervient à la fois sur les chantiers du village, du centre aquatique de Saint-Denis, de l'Arena, du siège du Cojo et du Grand palais

Photo montage de ce qui sera l'un des symboles des JO. Issu d'une collaboration entre deux PME, la bretonne Air et Toiles Concept et la mayennaise MP3 PLV, ce drapeau est grand comme un terrain de football.



### LES JEUX REPOSENT À 97 % SUR DES FONDS PRIVÉS



Le financement des JO s'appuie principalement sur des partenariats avec les entreprises, les droits TV et les recettes de la billetterie.

Les fonds publics ne représentent que 3 % du budget des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024. Une enveloppe de plusieurs centaines de millions d'euros essentiellement fléchée sur des problématiques d'accessibilité. L'essentiel du modèle économique repose donc sur du financement privé. « Autrement dit, on s'autofinance pour réaliser le Jeux », résume François Xavier Bonnaille, directeur des partenariats et de la licence pour Paris 2024. Même si l'État se porte tout de même garant en cas de déficit. Dans le détail, un tiers du budget provient du Comité International Olympique (CIO). Cette participation inclut les droits des partenaires « Top », engagés sur plusieurs olympiades (comme Coca Cola, Toyota, Intel ou Panasonic) et les droits TV déjà vendus. Une part aujourd'hui déjà assurée. S'y ajoute un autre tiers issu de partenaires mobilisés uniquement sur Paris 2024. Sur cette cible, 80 % des sommes nécessaires « devraient être garanties d'ici la fin 2022 », estime François Xavier Bonnaille. Un plan de financement que viendra compléter enfin la billetterie, mise sur le marché à partir de 2023.

## **Deux sites internet, entreprises2024.fr et ess2024.org, recensent tous les marchés publiés liés aux JO. Plus de 22 000 entreprises se sont inscrits à l'une des plateformes.**

éphémère. Les commandes ont débuté en 2019. « Cela représente 30 millions d'euros étalés sur cinq ans », chiffre son directeur général, Frank Mathis. Devant être terminés d'ici la fin d'année, ces chantiers ne figurent certes pas parmi ses plus grosses commandes, mais restent « les plus visibles » parmi ceux réalisés par l'entreprise familiale.

Enfin, dans un tout autre secteur, la Solideo a retenu un groupement incluant Fermentalg et Suez, en vue de livrer des solutions innovantes de traitement de l'air urbain. La société girondine (63 salariés) et le géant de l'énergie sont en effet déjà associés dans la co-entreprise CarbonWorks, qui propose un système de captation du CO<sub>2</sub> grâce à la photosynthèse de micro-algues. Jusqu'ici, les deux tiers des prestataires retenus par le Cojo pour ses appels d'offres sont des TPE et des PME. Et même si ce chiffre devrait baisser avec la vague de grosses commandes attendues cette année, les opportunités existeront encore d'ici à la cérémonie d'ouverture. Avec la possibilité de gagner un marché seul ou en groupement, voire de glaner des commandes comme sous-traitant. « Selon les marchés, il peut y avoir 20 à 40 % de critères d'achat envi-

ronnementaux ou sociaux. On encourage donc énormément l'association entre les grandes entreprises et les petites sociétés qui ont des compétences très spécifiques pouvant leur permettre de gagner des commandes, souligne François Xavier Bonnaillie. On souhaite que tous types d'entreprises participent. Et il existe des outils pour cela. »

### **DEUX SITES POUR CAPTER LES OFFRES**

Ces outils se nomment principalement entreprises2024.fr et ess2024.org. Il s'agit de deux plateformes web au service des entrepreneurs. La première, lancée avec le concours du Medef, de la CPME et de l'U2P, affiche 17 000 entreprises inscrites aujourd'hui (87 % de PME), dont la moitié basées en Île-de-France, où une très grande partie des chantiers prendra place. La seconde, pilotée par l'association parisienne Les Canaux, fédère plus de 5 000 acteurs de l'économie sociale et solidaire, auxquelles s'ajoutent des acteurs de l'économie circulaire, des entreprises à mission, voire des structures plus classiques désirant s'associer à eux pour répondre à des offres. Véritables mines d'informations, ces sites recensent tous les marchés

publiés par le comité d'organisation et la Solideo. Des compilations relayées par des newsletters et des alertes e-mails en fonction de son secteur (d'activité ou géographique).

Ces sites offrent en outre un précieux accompagnement. À son agenda, entreprises2024.fr annonce par exemple l'ouverture d'une formation pour répondre aux appels d'offres (à destination des petites sociétés), une réunion d'information de la Solideo sur les marchés olympiques liés aux espaces publics, etc. « L'objectif étant d'avoir une plateforme qui centralise l'information. Et de favoriser l'accès aux marchés publics pour les PME-TPE », explique Céline Micouin, conseillère auprès du président du Medef.

Son homologue de l'ESS suit une logique comparable. Sur son site, celui-ci va détailler l'offre, les besoins du donneur d'ordres, lot par lot, en réalisant un focus sur les lots les plus accessibles aux petites structures de l'ESS, avant d'expliquer le déroulement de la procédure... Afin d'exposer des marchés importants pour l'ESS, la plateforme va même organiser des rencontres en présentiel ou par webinar. Comme cette réunion récente en Seine-Saint-Denis où les 152 lots d'un marché lié à la sécurité ont été présentés. L'occasion aussi d'y rencontrer des partenaires pour constituer un groupement et répondre en commun (la plateforme aide d'ailleurs à monter ces groupements en question). À noter qu'ESS 2024 a ensuite instauré une hotline à travers laquelle les entreprises ont pu exprimer leurs difficultés et leurs besoins d'accom-

**Philippe Roué, dirigeant du constructeur breton de maisons en bois Pincemin, va réaliser une résidence hôtelière de 240 chambres pour les JO.**



© NÉREA BROUARD

pagement sur ce marché. « On donne toutes les clés pour faciliter la réponse au marché, résume Solène Mollière, chargée de communication pour ESS 2024. Le message est de dire que les acteurs du secteur ont toute leur place au sein des JO. En sachant qu'on s'adresse à des structures qui n'ont parfois jamais répondu à un marché public ».

ESS 2024 va même parfois jusqu'à effectuer un travail de sourcing à la demande du comité d'organisation, sur certains marchés spécifiques en dessous d'un certain montant, pouvant être passés de gré à gré. « On appelle alors les entreprises pour estimer leur capacité à répondre à la demande, livrer les volumes, tenir les délais... Puis, on pousse ces entreprises auprès des donneurs d'ordres et des acheteurs ». Petite force de lobbying, la plateforme réalise enfin des « cahiers d'impact » à l'attention de l'organisateur des Jeux. Elle y expose les solutions apportées par l'ESS sur des thématiques comme la gestion des déchets de chantier ou la restauration durable, avec un petit annuaire des structures offrant ces services.

#### **DU FABRICANT DE PIN'S À L'USINE TEXTILE**

Dernière façon de s'associer à l'organisation des JO, reste le « licensing », autrement dit la fabrication de produits pour les marques Paris 2024, Équipe de France, Allez les Bleus... Avec un éventail de possibilités très large, allant du stylo aux vêtements.

Là aussi des PME se positionnent, comme les franciliens Maison Drago sur les pin's, ou Artertre qui fabrique des tours Eiffel en métal made in France en lien avec une entreprise d'insertion.

« L'organisation recense déjà une trentaine de licenciés. Et prévoit d'en compter 60 à 70 au final. Paris 2024 ambitionne d'être présent dans plus de 30 000 boutiques en France », annonce François Xavier Bonnaillie. Avec d'importantes retombées, comme le rappelle le directeur des partenariats de Paris 2024. « Si l'on additionne tous les produits sous licence, cela pourrait représenter un chiffre d'affaires commercialisé de 2 milliards d'euros ». Un chiffre, là encore, loin d'être anecdotique...

**Florent Godard**