

CONCESSION DE SERVICE

RAPPORT DU MAIRE PORTANT MOTIVATION DU CHOIX DU CONCESSIONNAIRE

OBJET : Concession de service relative à la mise à disposition, l'entretien, la maintenance et l'exploitation de mobiliers urbains publicitaires et non publicitaires.

REFERENCES JURIDIQUES

L. 1121-1 du Code de la Commande Publique

DATE DE REDACTION DE LA VERSION

04 juin 2024

Table des matières

ARTICLE 1.	CONTEXTE	3
Article 1.1.	Typologie de contrat.....	3
Article 1.2.	Objet de la concession	3
Article 1.3.	Durée de la concession	3
Article 1.4.	Répartition des missions entre le concédant et le concessionnaire	3
Article 1.5.	Équilibre économique de la concession	5
ARTICLE 2.	PROCEDURE MISE EN ŒUVRE	5
Article 2.1.	Avis consultatifs et principe de concession.....	5
Article 2.2.	Phase de publicité.....	5
Article 2.3.	Analyse des candidature et autorisation à négocier.....	6
Article 2.4.	Phase de négociation.....	6
ARTICLE 3.	CHOIX DU CONCESSIONNAIRE	9
Article 3.1.	Critères de sélection des offres	9
Article 3.2.	Analyse avant négociations.....	13
Article 3.3.	Analyse après négociations.....	14
Article 3.4.	Motifs de choix du candidat PHILIPPE VÉDIAUD PUBLICITÉ.....	15
Article 3.4.1.	Projet technique.....	15
Article 3.4.2.	Dispositif financier.....	16

ARTICLE 1. CONTEXTE

Article 1.1. Typologie de contrat

Le contrat objet du présent rapport est une concession de service au sens de l'article L. 1121-1 du Code de la Commande Publique.

Article 1.2. Objet de la concession

L'objet de la concession a pour objet la mise à disposition, l'entretien, la maintenance et l'exploitation d'éléments de mobiliers urbains publicitaires et non publicitaires, répartis comme suit :

- 31 abris voyageurs publicitaires et non publicitaires (dont 4 unités non publicitaires)
- 33 mobiliers 2m2 publicitaires et non publicitaires, fixes ou déroulants (dont 4 unités non publicitaires)
- 12 mobiliers 8m2 publicitaires, fixes ou déroulants ;
- 2 mobiliers digitaux non publicitaires ;
- 2 colonnes d'affichage culturel non publicitaires.

Article 1.3. Durée de la concession

Le contrat de concession est conclu pour une durée de seize (16) ans à compter à compter du 1^{er} octobre 2024 ou à compter de sa notification, si celle-ci est postérieure.

Article 1.4. Répartition des missions entre le concédant et le concessionnaire

La répartition des missions entre le concédant et le concessionnaire est la suivante :

MISSIONS PRINCIPALES	CONCEDANT	CONCESSIONNAIRE
Technique		
Fabrication, livraison et mise à disposition des mobiliers urbains objets du présent contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Validation de l'implantation des mobiliers urbains, dans les conditions de l'article 7.1 du présent contrat	<input checked="" type="checkbox"/>	
Dépôt, suivi et obtention des déclarations et demandes diverses		<input checked="" type="checkbox"/>

Pose des mobiliers dans les conditions de l'article 7.2 du présent contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Entretien des mobiliers dans les conditions de l'article 8.2 du présent contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Maintenance préventive et curative des mobiliers dans les conditions de l'article 8.3 du présent contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Dépose des mobiliers à la demande de la Ville ou à l'échéance du présent contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Déplacement des mobiliers objets du contrat dans les conditions de l'article 10.1 du présent contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Prise en charge de la consommation électrique des mobiliers raccordés à l'éclairage public	<input checked="" type="checkbox"/>	
Formation des agents de la Ville à l'utilisation à l'outil de pilotage du contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Formation des agents de la Ville à l'utilisation à l'outil de création et de programmation		<input checked="" type="checkbox"/>

Communication

Conception des campagnes d'affichage municipal	<input checked="" type="checkbox"/>	
Impression des campagnes d'affichage municipal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Pose des campagnes d'affichage municipal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Financier

Perception des recettes publicitaires et, en règle générale, de toute recette issue de l'exploitation de la présente concession de service		<input checked="" type="checkbox"/>
Collecte de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure pour le compte de la Commune		<input checked="" type="checkbox"/>

Article 1.5. Équilibre économique de la concession

Le Concessionnaire assure la gestion du service concédé à ses frais et risques, conformément aux dispositions de l'article L1121-1 du Code de la Commande Publique en se rémunérant principalement par la perception des recettes publicitaires ainsi que toutes recettes issues de l'exploitation de la concession.

Le contrat de concession intègre la collecte de la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE).

Il est entendu que, conformément aux dispositions de l'article L.2333-6 du Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT); « dès lors que la commune, l'établissement public de coopération intercommunale à fiscalité propre ou la métropole de Lyon lève la taxe sur un support publicitaire ou une pré-enseigne, il ne peut être perçu, au titre du même support ou de la même pré-enseigne, un droit de voirie ou une redevance d'occupation du domaine public ».

La Ville ne collectera donc pas, auprès du futur concessionnaire, de redevance d'occupation du domaine public.,

ARTICLE 2. PROCEDURE MISE EN ŒUVRE

Article 2.1. Avis consultatifs et principe de concession

Conformément au cadre réglementaire applicable, et notamment aux articles L1411-1 et suivants du Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT), le lancement de la procédure de la concession, dont l'objet est repris à l'article 1.2. du présent rapport, a été précédé :

- De l'avis favorable de la Commission Consultative des Services Publics Locaux, rendu le 7 décembre 2023 ;
- De l'approbation, par le Conseil Municipal, le 11 décembre 2023 du principe de concession de service, sur la base de l'avis susvisé.

Article 2.2. Phase de publicité

L'avis de concession relatif à la concession, dont l'objet est repris à l'article 1.2. du présent rapport, est paru au BOAMP le 23 février 2024.

La date limite de remise des offres était prévue le 02 avril 2024 avant 12 heures.

Article 2.3. Analyse des candidatures et autorisation à négocier

A l'issue de la période de publicité, détaillée à l'article 2.2. du présent rapport, la Ville a pu constater la réception des plis suivants :

- JC DECAUX
- PHILIPPE VÉDIAUD PUBLICITÉ
- GIROD MÉDIAS

La Commission de Délégation de Service Public (CDSP) s'est réunie, le 15 mai 2024, conformément aux dispositions de l'article L1411-5 du Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT), afin :

- d'analyser les candidatures ;
- d'analyser les offres avant négociations et d'admettre les candidats aux négociations.

Au titre de la tenue de cette réunion, la Commission de Délégation de Service Public (CDSP) a :

- admis les candidatures de l'ensemble des candidats, apportant les capacités techniques et financières suffisantes à la réalisation de la concession ;
- admis, selon les dispositions du règlement de consultations, l'ensemble des candidats à la phase de négociation.

Article 2.4. Phase de négociation

Conformément aux dispositions de l'article 9.3 du règlement de la consultation de la concession, dont l'objet est repris à l'article 1.2. du présent rapport, la Ville a réalisé une phase de négociation avec l'ensemble des candidats :

- JC DECAUX
- PHILIPPE VÉDIAUD PUBLICITÉ
- GIROD MÉDIAS

La phase de négociation a été réalisée en présentiel, le 24 mai 2024, par l'audition des candidats, selon l'ordre de passage ci-après :

- 13 h 00 – 14 h 15 (JC DECAUX)
- 14 h 30 – 15 h 45 (PHILIPPE VÉDIAUD PUBLICITÉ)
- 16 h 00 – 17 h 15 (GIROD MÉDIAS)

La Ville a transmis préalablement, à chaque candidat, une convocation reprenant :

- **L'ordre du jour**, commun à l'ensemble des candidats ;

ARTICULATION	DUREE	POINTS D'ÉCHANGE
ECHANGES PRÉLIMINAIRES	2 minutes	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation des interlocuteurs de la Ville accompagnés du cabinet ARBEA CONSEIL • Présentation des représentants du candidat • Présentation des règles applicables à l'audition
PRESENTATION DU CANDIDAT	5 minutes	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation synthétique de la société et de ses partis pris dans le cadre du contrat objet des échanges
VOLET TECHNIQUE	40 minutes	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation des mobiliers proposés au titre de l'offre intégrant les caractéristiques techniques, esthétiques et environnementales le cas échéant et des visuels – en précisant les modalités de choix / panachage et les vecteurs de personnalisation (logo, couleurs...) • Présentation des différentes innovations intégrées sur l'ensemble du parc de mobiliers urbains • Présentation précise des moyens techniques et humains dédiés à chaque phase d'exécution du contrat (1 - pose et dépose des mobiliers, 2 – entretien, maintenance préventive et maintenance curative des mobiliers, 3 – pose des affiches tant publicitaires qu'institutionnelles) • Présentation des engagements en matière d'entretien et de maintenance du parc • Présentation du process d'impression et de pose des campagnes municipales – en intégrant les caractéristiques des affichages • Présentation de l'outil de pilotage global du contrat et des formations associées

		<ul style="list-style-type: none"> • Présentation de l'approche environnementale sur l'entièreté des missions intégrées au projet de contrat • Présentation précise du calendrier de pose des mobiliers et des techniques utilisés dans le cadre de la remise en état des sols • Présentation des modalités de reporting dont la présentation (intégrant l'outil de pilotage du contrat)
VOLET FINANCIER	15 minutes	<ul style="list-style-type: none"> • Présentation du modèle économique du futur contrat intégrant notamment la décomposition des recettes publicitaires (répartition entre affichage hebdomadaire/ longue conservation, entre national/local) et des investissements
VOLET JURIDIQUE	10 minutes	<ul style="list-style-type: none"> • Discussion quant aux éventuels amendements au projet de contrat sollicités par le candidat* <p><i>(* Il est entendu que les échanges réalisés dans ce cadre ont pour objectif de traiter les demandes d'amendement préalablement à sa mise au point éventuelle. Tout amendement non évoqué ou non accepté au titre de cet échange sera réputé refusé au stade de la mise au point du contrat.</i></p>
CONCLUSION	3 minutes	<ul style="list-style-type: none"> • Propos conclusifs du candidat et de la Ville

- **Une liste de questions spécifiques**, inhérentes à l'analyse des offres initiales.

La date limite de remise des offres complémentaires était fixée au 30 mai 2024, à 12 h 00. Les trois candidats s'y sont conformés.

La Commission de Délégation de Service Public (CDSP) s'est réunie, le 04 juin 2024, conformément aux dispositions de l'article L1411-5 du Code Général des Collectivités Territoriales (CGCT), afin d'analyser les offres après négociation.

Au titre de la tenue de cette réunion, la Commission de Délégation de Service Public (CDSP) a émis un avis favorable au choix de la société PHILIPPE VÉDIAUD PUBLICITÉ.

ARTICLE 3. CHOIX DU CONCESSIONNAIRE

Article 3.1. Critères de sélection des offres

Conformément aux dispositions du règlement de la consultation, et notamment son article 9.2, les offres des candidats ont été appréciées au regard du dispositif suivant.

CRITÈRE	SOUS-CRITÈRE	PONDÉRATI ON	ITEMS
Valeur technique	Qualité des mobilier et de leur implantation	30 points	<ul style="list-style-type: none">• Caractéristiques techniques et esthétiques des abris-voyageurs ;• Caractéristiques techniques et esthétiques des mobiliers dits « 2m2 » ;• Caractéristiques techniques et esthétiques des mobiliers dits « 8m2 » ;• Caractéristiques techniques et esthétiques des mobiliers digitaux ;• Caractéristiques techniques et esthétiques des colonnes d'affichage culturel ;• Caractéristiques de la peinture utilisée pour l'ensemble des mobiliers ;• Qualité du logo de la Commune apposé sur l'ensemble des mobiliers ;• Qualité de la sérigraphie le cas échéant réalisée sur les abris-voyageurs ;• Cohérence de la gamme en termes de design (caractéristiques esthétiques)• Pertinence et homogénéité de l'implantation des mobiliers urbains publicitaires sur le territoire.
	Qualité	30	

	du service	points	<ul style="list-style-type: none"> • Moyens techniques et humains dédiés à la pose du mobilier et cohérence avec le planning proposé ; • Moyens techniques et humains dédiés à l'entretien, la maintenance et l'affichage (publicité et campagnes communales) ; • Moyens humains dédiés à la commercialisation nationale et locale des espaces ; • Pertinence des engagements en matière d'entretien ; • Pertinence des engagements en matière de maintenance préventive et curative des mobiliers ; • Modalités et planning de pose de l'ensemble des mobiliers à compter de la notification du contrat, dans les conditions de l'article 7.2 du projet de contrat ; • Caractéristiques et pertinence de l'outil de pilotage global du contrat prévu à l'article 7.1.4 du projet de contrat ; • Caractéristiques et pertinence de l'outil de création et de programmation dédié aux mobiliers digitaux ; • Dispositif de formation des agents de la Commune aux outils de pilotage et de création/programmation ; • Process et délai d'impression et de pose des campagnes communales ;
			<p>Qualité et étendue du reporting (rythme, documents et information transmises, outils dédiés, référent).</p>

	Développement durable	20 points	<ul style="list-style-type: none"> • Consommation électrique des mobiliers ; • Caractéristiques et pertinence du dispositif d'adaptation et d'extinction de la luminosité des mobiliers déployés au titre du contrat ; • Taux d'utilisation de produits recyclés et de recyclabilité de chacun des mobiliers proposés au titre du contrat ; • Optimisation de l'impact environnemental des moyens humains et techniques déployés pour l'exécution du contrat ; • Caractéristiques du papier et de l'encre utilisés dans le cadre de l'affichage (publicité et campagnes communales) ; • Process, moyens techniques et moyens humains déployés le cas échéant dans le cadre du reconditionnement ; • Caractéristiques du process et des produits utilisés dans le cadre de l'entretien des mobiliers.
Valeur financière	Pertinence, cohérence et transparence du compte d'exploitation prévisionnel et du mémoire financier, dont la structuration est à la charge de chaque candidat.	15 points	
	Coût des prestataires supplémentaires intégrées au bordereau des prix unitaires sur la base d'un détail quantitatif estimatif	5 points	

	(DQE) masqué (non transmis aux candidats).	
--	--	--

Le **barème de notation**, sur chacun des items, noté sur 5, a été le suivant :

- **0 point – absence de réponse** ;
- **1 point – réponse non satisfaisante**, soit une réponse en inadéquation avec les attentes du projet de contrat ou strictement en deçà des standards du secteur ;
- **2 points – réponse peu satisfaisante**, soit une réponse répondant partiellement aux attentes du projet de contrat ou en deçà des standards du secteur ;
- **3 points – réponse satisfaisante**, soit une réponse en adéquation avec les attentes du projet de contrat ou avec les standards du secteur ;
- **4 points – réponse très satisfaisante**, soit une réponse présentant une plus-value limitée par rapport aux attentes du projet de contrat ou aux standards du secteur ;
- **5 points - réponse excellente**, soit une réponse présentant une plus-value significative par rapport aux attentes du projet de contrat ou aux standards du secteur.



Annexe 3.2. Analyse avant négociations

L'analyse des offres avant négociations a conduit au classement suivant.

	JCDecaux	Médiaud	3m GROUPEMEDIAS
VALEUR TECHNIQUE - SUR 80	46,30	48,90	32,40
VALEUR FINANCIERE - SUR 20	7,69	11,00	6,00
TOTAL - SUR 100	53,99	59,90	38,40
CLASSEMENT	2ème	1er	3ème

Article 3.3. Analyse après négociations

L'analyse des offres finales a conduit au classement suivant.

			
VALEUR TECHNIQUE - SUR 80	53,70	55,70	47,00
VALEUR FINANCIERE - SUR 20	9,76	11,62	14,00
TOTAL - SUR 100	63,46	67,32	61,00
CLASSEMENT	2ème	1er	3ème

Article 3.4. Motifs de choix du candidat PHILIPPE VÉDIAUD PUBLICITÉ

Article 3.4.1. Projet technique

Les éléments ayant permis à l'offre de la société PHILIPPE VÉDIAUD PUBLICITÉ d'être l'offre la mieux-disante d'un point de vue technique sont notamment les suivants :

SOUS CRITÈRE 1 : CARACTÉRISTIQUES DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION

L'offre du candidat est globalement satisfaisante au regard de la note de 20,40 sur 30.

L'offre du candidat est caractérisée par un haut niveau d'innovation, en particulier au regard du niveau d'équipements des abris-voyageurs (ports USB, toitures végétalisées, toitures munies de panneaux photovoltaïques) et de personnalisation, en particulier via la sérigraphie des abris-voyageurs. Les mobiliers proposés sont neufs. La qualité de ces derniers est très satisfaisante, par exemple au regard de la technologie proposée pour les digitaux.

SOUS CRITÈRE 2 : QUALITÉ DU SERVICE

L'offre du candidat est globalement très satisfaisante au regard de la note de 21,30 sur 30.

L'offre du candidat est caractérisée par un dimensionnement humain et technique adapté aux enjeux et obligations intégrés dans le contrat de concession. La précision de l'offre permettant d'assurer la cohérence des engagements, ambitieux, en matière d'entretien et maintenance curative, constitue une plus-value. Une agence technique sera créée, sur site (RIOM et environ, dans la limite de 15 minutes autour de la Ville), en vue d'assurer les différents engagements.

SOUS CRITÈRE 3 : DÉVELOPPEMENT DURABLE

L'offre du candidat est globalement très satisfaisante au regard de la note de 14,00 sur 20.

L'offre du candidat est caractérisée par des process de nettoyage, d'entretien, en phase avec les objectifs de réduction de l'impact environnemental porté par la Ville. Le dispositif d'extinction ou d'adaptation de la luminosité, ainsi que les engagements en matière de recyclabilité des mobiliers, sont des points positifs de l'offre du candidat.

Article 3.4.2. Dispositif financier

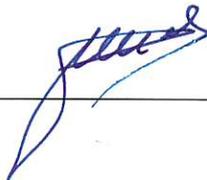
Le candidat présente un compte d'exploitation prévisionnel crédible et cohérent ; tant en recettes qu'en dépenses.

Il est projeté un chiffre d'affaires annuel moyen de 311 325 euros, avec une rentabilité nette de 11,14 %.

Les investissements inhérents au déploiement du contrat de concession sont évalués à hauteur de 587 000 €.

Le Concessionnaire collecte, pour le compte de la Ville, la Taxe Locale sur la Publicité Extérieure (TLPE).

Signature des membres de la commission DSP du 04/06/2024

NOMS	Prénoms	Signatures
PRESIDENTE DE LA COMMISSION		
VAUGIEN	Evelyne	
TITULAIRES		
DESMARETS	Pierre	
LAFOND	Françoise	
CHASSAING	Pierre	
BERTHELEMY	Hélène	
RESSOUCHE	Bruno	
SUPPLEANTS		
MOURNIAC-GILORMINI	Virginie	
DE ROCQUIGNY	Jean-Michel	
GRENET	Daniel	
FEUERSTEIN	Véronique	
BAGES	Michel	
DIRRECTE et TRESOR PUBLIC		
AUGIER	Nicole	
Monsieur le Trésorier Principal		

Accusé de réception
063-216303008;20240624-DEL1B240641-DE
Date de télétransmission : 02/07/2024
Date de réception préfecture : 02/07/2024

VILLE DE RIOM

RIOM

DSP MOBILIERS URBAINS PUBLICITAIRES

PV

Page /