

**DIRECTION DES FINANCES**

2013 DF 111 Droit d'occuper les emplacements relevant du domaine de la Ville à l'exception du mobilier urbain afin d'y exploiter de l'affichage publicitaire-Convention d'occupation du domaine-Autorisation-Signature

PROJET DE DELIBERATION

EXPOSE DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

La ville de Paris dispose de deux concessions d'affichage publicitaire qui arrivent à échéance le 31 décembre 2014. La première porte sur l'exploitation de panneaux publicitaires sur les chantiers privés en saillie sur la voie publique et appliquements mis en place devant les commerces en travaux sur le domaine public. Son titulaire est la société JCDECAUX. La deuxième concerne l'exploitation sur les palissades de chantiers publics sur voirie, propriétés communales dans et hors Paris et les clôtures et terrains communaux. Son titulaire actuel est la société CLEAR CHANNEL France.

Conformément au vœu du Conseil de Paris des 7 et 8 juin 2004, le renouvellement de ces contrats a fait l'objet d'une procédure de publicité et de mise en concurrence préalable.

Dans ce cadre, il a été procédé à un regroupement par type de dispositifs, dans une logique à la fois économique et technique. La modification du périmètre s'inscrit en outre dans une démarche d'ouverture concurrentielle : en redéfinissant les périmètres des contrats selon une logique opérationnelle, la Ville réduit l'avantage d'« antériorité » des titulaires sortants.

Un premier contrat porterait sur les dispositifs fixes sur murs pignons, clôtures et terrains communaux, usuellement qualifiés de « contrat sur dispositifs fixes ». Ceux-ci plus aisés à gérer par les afficheurs nécessitent uniquement une installation initiale puis une exploitation pour toute la durée de la convention. Les ressources techniques et logistiques pour les exploiter sont par conséquent très réduites, ce qui pourrait constituer une opportunité pour de nouveaux entrants. Leur potentiel commercial est facile à appréhender pour chaque afficheur au regard de l'enrichissement de son offre réseau, là encore il s'agit d'un élément susceptible d'ouvrir le marché à de nouveaux opérateurs.

Un second contrat regrouperait en son sein les dispositifs publicitaires sur les palissades, échafaudages, dépendances et annexes de chantiers en saillie sur le domaine municipal de la ville de Paris, , et qui ont donc des contraintes communes d'exploitation complexes impliquant la mobilisation de ressources et des savoir-faire supplémentaires par rapport à celui de l'affichage publicitaire sur dispositifs fixes.

Le présent projet de délibération porte sur le premier contrat et donc le droit d'occuper des emplacements relevant du domaine de la ville de Paris à l'exception du mobilier urbain afin d'y exploiter de l'affichage publicitaire sur des dispositifs fixes.

Un projet de délibération connexe vous est présenté à cette même séance du conseil pour le deuxième contrat portant sur les dispositifs publicitaires sur les chantiers (2013 DF 112).

En contrepartie du droit d'exploitation publicitaire, le co-contractant verse à la ville de Paris une redevance conformément aux obligations prévues par le code général de la propriété des personnes publiques.

Le co-contractant s'engage au versement d'une redevance minimum garantie (RMG) annuelle ainsi que sur un pourcentage de reversement des recettes brutes issues de l'exploitation des panneaux publicitaires apposés. Il verse en complément le solde correspondant au différentiel entre l'application du taux de redevance sur le chiffre d'affaires et le RMG indexé.

Dans la mesure où l'affichage publicitaire peut intervenir sur le domaine public comme sur le domaine privé de la Ville, ce contrat est passé sur le fondement de l'article L. 581-25 du code de l'environnement avec des droits et obligations consentis pour une durée de 6 ans à partir du 1er janvier 2015, renouvelable six fois un an, soit au maximum jusqu'au 31 janvier 2027, reconductions comprises. Il est prévu par ailleurs une période à compter de la date de notification de la convention destinée à la préparation du démarrage de l'exploitation des sites prévu le 1er janvier 2015.

Un avis d'appel public à la concurrence a été envoyé le 25 juillet 2013, en vue de la remise des offres le 30 septembre 2013 à 16 h au plus tard. Trois candidats, JCDECAUX, CBS OUTDOOR et CLEAR CHANNEL France, ont soumissionné à la consultation et ont présenté les capacités professionnelles, techniques et financières suffisantes. Les offres remises étaient également complètes.

L'analyse des offres a été menée en considération des critères et sous-critères suivants, tels que décrits dans l'article 3.2 du règlement de consultation :

Critère 1 – Critère financier (80 %)

L'occupation du domaine public à des fins d'affichage est autorisée pour permettre sa valorisation et la perception de recettes par la Ville. Le critère financier est donc prépondérant dans l'examen des offres des candidats.

Ce critère se décompose comme suit :

- Montant du minimum garanti (80 %)
- Taux de redevance (20 %)

A ce titre, ne sont pas retenues dans l'analyse les hypothèses de chiffres d'affaires des candidats. Au vu de l'expérience acquise sur les contrats en cours, il ressort que celles-ci sont trop dépendantes de l'évolution du marché publicitaire et trop erratiques pour offrir des perspectives fiables d'activité.

Le principe d'une redevance assise sur le chiffre d'affaire au premier euro auquel est associé un montant annuel de redevance minimum garantie est par conséquent de nature à sécuriser les intérêts de la collectivité face à l'hétérogénéité des simulations de chiffres d'affaires des candidats.

Le niveau d'engagement financier d'un candidat est ainsi apprécié au regard de deux sous-critères.

Le montant du minimum garanti annuel sur lequel le candidat s'engage

Indépendant du chiffre d'affaires réalisé, cet engagement correspond au niveau de risque de réalisation de ces objectifs d'exploitation que le candidat assume vis-à-vis de la Ville. Compte tenu de la volonté de

sécuriser les recettes municipales pour la durée du contrat, une pondération à 80% de ce sous critère a été retenue.

Ce sous-critère, protecteur des recettes de la Ville, n'est cependant pas suffisant pour optimiser le rendement financier du contrat. Il a donc été décidé d'y adjoindre un deuxième sous critère qui intéresse la Ville à l'exploitation de son domaine via une redevance assise sur le chiffre d'affaires.

L'intéressement de la Ville à l'exploitation de son domaine

Le niveau de la redevance sur chiffre d'affaires sur lequel s'engage le candidat associe directement la Ville au développement de l'exploitation de la convention. S'appliquant au premier euro de chiffre d'affaires réalisé, il matérialise le niveau d'intéressement et par conséquent la part des gains que le candidat est prêt à reverser à la Ville en contrepartie de l'exploitation d'affichage publicitaire sur son domaine.

Compte tenu de la volonté de la Ville de s'assurer un intéressement réel sur l'exploitation de son domaine une pondération de 20% de ce sous critère a été retenue.

Critère 2 - Délais (10 %)

L'affichage publicitaire sur les éléments du domaine municipal doit se faire dans les meilleures conditions de propreté et avoir le minimum d'incidence sur l'activité des services municipaux ou sur les occupants des immeubles concernés.

Les délais d'intervention ont donc été retenus comme un critère de notation des offres des candidats. En effet, les candidats doivent être en mesure de répondre dans les meilleurs délais à toute demande de services de la Ville en matière de nettoyage, de réglage ou de remise en état de ses équipements.

Ce critère se décompose comme suit :

Fréquence de l'entretien et de la maintenance des panneaux (50 %)

Délai d'intervention pour la dépose des panneaux en cas d'urgence (50 %)

Critère 3 – Qualité des matériaux utilisés et impact environnemental des panneaux (10 %)

Les équipements des afficheurs installés sur des emplacements relevant du domaine de la ville de Paris doivent, au-delà du respect des normes légales applicables, présenter des caractéristiques de durabilité et de qualité qui en facilitent l'entretien et la bonne tenue. De plus ces dispositifs publicitaires doivent s'inscrire dans une démarche de qualité environnementale qui s'impose à tous les concessionnaires de la Ville.

Ce critère se décompose comme suit :

Matériaux utilisés pour les panneaux (durabilité) (50 %)

Impact environnemental des panneaux (consommation électrique, incidence sonore, déperdition lumineuse) (50 %)

Sur la base des trois offres reçues, il a été engagé une phase de négociation avec les trois candidats, qui a permis aux candidats d'apporter des précisions techniques et financières et à l'issue de laquelle ils étaient invités à remettre une offre ajustée le 4 novembre 2013 à 14 h au plus tard. Les candidats ont tous remis leur offre ajustée dans le délai prescrit par la personne publique.

Il ressort à l'issue du classement des propositions que l'offre économiquement la plus avantageuse au regard des critères et sous-critères énoncés est celle de la société CLEAR CHANNEL France, avec une note totale de 9,26 sur 10.

Il est classé au 1^{er} rang financier (80 %), avec une note pondérée de 7,67 ; sa proposition portant sur un pourcentage de reversement appliqué au chiffre d'affaires réalisé de 64 % et un montant minimum garanti annuel de 3 300 000 € (valeur novembre 2013).

Il s'engage sur des délais et des fréquences assez satisfaisants d'intervention en entretien et en maintenance des panneaux et très satisfaisants en cas d'urgence. Il obtient à ce titre une note pondérée de 0,80 sur le critère des délais (10 %) et un classement au 1^{er} rang.

Les panneaux sont en matériaux recyclables et traités de façon à résister aux agressions et sollicitations physiques et aux agressions chimiques. Ils ont été jugés assez satisfaisants au regard de leur impact environnemental. Ce candidat est placé au 2^{ème} rang avec une note pondérée de 0,79 sur le 3^{ème} critère (10 %).

La proposition arrivant au 2^{ème} rang est celle de l'entreprise CBS OUTDOOR, avec une note globale de 5,17 sur 10.

Il est classé au 2^{ème} rang financier (80 %), avec une note pondérée de 3,67 ; sa proposition portant sur un pourcentage de reversement appliqué au chiffre d'affaires réalisé de 65 % et un montant minimum garanti annuel de 2 208 000 € (valeur octobre 2013).

Il est également au 2^{ème} rang sur le critère des délais (10 %) avec une note pondérée de 0,73. Il s'engage sur des délais et des fréquences satisfaisants d'intervention en entretien et en maintenance des panneaux et en cas d'urgence.

Les panneaux présentent un niveau de qualité des matériaux utilisés satisfaisant, seul le comportement des matériaux en cas de désaffichage n'a pas été décrit. Ces dispositifs ont été jugés satisfaisants au regard de leur impact environnemental malgré l'absence de description détaillée des mécanismes destinés à réduire la puissance lumineuse. Il obtient une note pondérée de 0,77 et le 2^{ème} rang de classement sur le 3^{ème} critère (10 %).

Le candidat arrivant au 3^{ème} et dernier rang est l'entreprise JCDECAUX, avec une note globale de 2,41 sur 10.

Troisième sur le critère financier (80 %), sa proposition a obtenu la note pondérée de 0,80 ; sa proposition portant sur un pourcentage de reversement appliqué au chiffre d'affaires réalisé de 45 % et un montant minimum garanti annuel de 1 750 000 € (valeur novembre 2013).

Placé au 2^{ème} rang ex-aequo sur le critère des délais (10 %), ce candidat a obtenu la note pondérée de 0,73. Son offre était moins performante en termes de fréquence de l'entretien et de maintenance des panneaux, bien que satisfaisante pour le délai d'intervention pour la dépose des panneaux en cas d'urgence.

Les panneaux présentent un niveau de qualité des matériaux utilisés très satisfaisant sans toutefois décrire le comportement des matériaux en cas de désaffichage. Ces dispositifs ont été jugés satisfaisants au regard de leur impact environnemental malgré l'absence de description détaillée des mécanismes destinés à réduire la puissance lumineuse. Il obtient une note pondérée de 0,89 et le 1^{er} rang de classement sur le 3^{ème} critère (10 %).

Compte tenu de ces éléments, j'ai l'honneur de vous demander de bien vouloir :

Approuver le projet de convention d'occupation du domaine public avec la société CLEAR CHANNEL France

M'autoriser à signer avec la société CLEAR CHANNEL France la convention portant sur le droit d'occuper des emplacements relevant du domaine de la ville de Paris à l'exception du mobilier urbain afin d'y exploiter de l'affichage publicitaire, pour une durée de 6 ans à partir du 1er janvier 2015, renouvelable six fois un an, soit au maximum jusqu'au 31 janvier 2027, reconductions comprises ;

De constater une recette au chapitre 75, article 757, rubrique 020, du budget de la ville de Paris, exercices 2015 et suivants.

Je vous prie, Mesdames, Messieurs, de bien vouloir en délibérer.

Le Maire de Paris

2013 DF 111 Droit d'occuper les emplacements relevant du domaine de la Ville à l'exception du mobilier urbain afin d'y exploiter de l'affichage publicitaire-Convention d'occupation du domaine-Autorisation-Signature.

Le Conseil de Paris,
siégeant en formation de Conseil municipal

Vu le projet de délibération en date du _____, par lequel M. le Maire soumet à son approbation le projet de convention portant sur le droit d'occuper les emplacements relevant du domaine de la Ville de Paris à l'exception du mobilier urbain afin d'y exploiter de l'affichage publicitaire, pour une durée de 6 ans à partir du 1er janvier 2015, renouvelable six fois un an, soit au maximum jusqu'au 31 janvier 2027, reconductions comprises, ainsi que l'autorisation de signer avec la société CLEAR CHANNEL France cette convention ;

Vu le code général des collectivités territoriales, notamment ses article L. 2121-29 et L. 2511-1 et suivants du CGCT ;

Vu le code général de la propriété des personnes publiques ;

Vu le Code de l'environnement ;

Vu le règlement local de publicité, des enseignes et des pré-enseignes applicable à Paris, approuvé par délibération 2011 DU 84 lors de la séance du Conseil de Paris des 20 et 21 juin 2011 ;

Vu l'avis du conseil du 1^{er} arrondissement en date du 2 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 2^{ème} arrondissement en date du 5 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 3^{ème} arrondissement en date du 9 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 4^{ème} arrondissement en date du 6 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 5^{ème} arrondissement en date du 5 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 6^{ème} arrondissement en date du 3 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 7^{ème} arrondissement en date du 2 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 8^{ème} arrondissement en date du 3 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 9^{ème} arrondissement en date du 9 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 10^{ème} arrondissement en date du 9 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 11^{ème} arrondissement en date du 9 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 12^{ème} arrondissement en date du 9 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 13^{ème} arrondissement en date du 9 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 14^{ème} arrondissement en date du 9 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 15^{ème} arrondissement en date du 9 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 16^{ème} arrondissement en date du 2 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 17^{ème} arrondissement en date du 9 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 18^{ème} arrondissement en date du 9 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 19^{ème} arrondissement en date du 9 décembre 2013 ;

Vu l'avis du conseil du 20^{ème} arrondissement en date du 5 décembre 2013 ;

Sur le rapport présenté par M. Bernard GAUDILLERE, au nom de la 1^{ère} commission.

Délibère :

Article 1. - Le projet de convention autorisant la société CLEAR CHANNEL France d'occuper les emplacements relevant du domaine de la Ville de Paris à l'exception du mobilier urbain afin d'y exploiter de l'affichage publicitaire, pour une durée de 6 ans à partir du 1er janvier 2015, renouvelable six fois un an, soit au maximum jusqu'au 31 janvier 2027, reconductions comprises, est approuvé.

Article 2. – Monsieur le Maire de Paris est autorisé à signer la convention.

Article 3. - Les recettes correspondantes seront imputées au chapitre 75, article 757, rubrique 020, du budget de fonctionnement de la Ville de Paris, exercices 2015 et ultérieurs.