



RAPPORT SUR LE CHOIX DU **MODE DE GESTION**

*Mise à disposition, installation,
entretien et exploitation de mobiliers
urbains et services associés*

Table des matières

Introduction	3
I. Présentation des données principales.....	4
1.1. Consistance actuelle des mobiliers urbains	4
1.2. Données financières	4
II. Présentation des modes de gestion	5
2.1. Régie intégrale	5
2.2. Exploitation par le biais de marchés publics	5
2.3. Concession de service	6
2.4. Mise à disposition du domaine public.....	6
III. Choix du mode de gestion	7
3.1. Gestion en régie ou externalisation	7
3.2. Choix du mode de contractualisation	7
IV. Caractéristiques du futur contrat.....	8
4.1. Périmètre technique et géographique	8
4.2. Investissement	8
4.3. Prestations.....	8
4.4. Durée du contrat.....	8
4.5. Tarification	8
4.6. Redevances.....	9
4.7. Options.....	9
V. Caractéristiques du futur contrat.....	10
5.1. Estimation de la valeur du contrat	10
5.2. Procédure applicable	10
5.3. Présentation sommaire de la procédure.....	11

Introduction

La Commune de Trouville-sur-Mer a confié depuis 1979 la mise à disposition et l'exploitation de son mobilier urbain publicitaire à plusieurs opérateurs. Le dernier opérateur intervenant sur la Commune est la société JC Decaux, avec laquelle une convention a été signée en 1983. D'autres opérateurs intervenaient également de manière ponctuelle par voie de conventionnement.

Une procédure de consultation a été lancée en 2012, déclarée sans suite pour motif d'intérêt général.

Il s'agit à ce jour de :

- 15 MUPI 2 m²
- 1 sucette 80*120
- 7 Abribus 4 faces

La Commune souhaite proposer à ses habitants et visiteurs une offre de mobiliers urbains modernes et innovants, en cohérence avec l'image de la collectivité.

Le présent rapport a pour objet d'exposer les principes du futur mode de gestion pressenti, une présentation du service et les caractéristiques du futur contrat.

I. Présentation des données principales

1.1. Inventaire actuel des mobiliers urbains

Le mobilier urbain actuellement implanté sur le territoire est de deux natures :

- 13 planimètres de 118,5 x 175
- 2 mâts drapeaux
- 1 sucette 80 x 120
- 3 abribus ville doubles
- 4 abribus doubles

50% des faces sont réservées à l'affichage municipal

30 faces sont donc à destination publicitaire

1.2. Données financières

Sur la base du prix moyen de vente des espaces publicitaires, le chiffre d'affaires estimé pour une exploitation dynamique de l'ensemble des faces publicitaires peut cependant être estimé entre 50 et 80.000 € HT par an.

La concession de services permet le paiement d'une redevance à la Commune.

II. Présentation des modes de gestion

Le mobilier urbain d'affichage peut être géré sous plusieurs formes :

- la régie intégrale ;
- le marché public ;
- la concession de service ;
- la convention d'occupation domaniale.

2.1. Régie intégrale

La Régie intégrale est un mode de gestion qui dépend directement de la Collectivité, avec trois critères principaux :

- Absence de personnalité juridique distincte de celle de la Collectivité ;
- Absence d'autonomie financière (éventuellement budget annexe pour assurer une existence financière autonome) et application des règles de la comptabilité publique ;
- Organisation directe par la Collectivité, sous la responsabilité du Maire.

La régie directe est un service à part entière de la Collectivité, créé par délibération du Conseil municipal.

Ce mode de fonctionnement a plusieurs avantages :

- Maîtrise de la décision et de la gestion quotidienne du service ;
- Maîtrise des tarifs pratiqués ;
- Absence de rémunération d'un tiers intervenant sur les recettes réalisées.

Toutefois, plusieurs inconvénients peuvent être identifiés :

- l'exploitation se fait aux risques de la Collectivité ;
- le coût d'exploitation est élevé en raison de l'absence de mutualisation des moyens humains et matériels ;
- l'expertise technique est moindre qu'un professionnel du secteur ;
- la gestion de ce type de service à son plein potentiel est difficile sur les premières années, en raison de la forte complexité du marché des annonceurs.

2.2. Exploitation par le biais de marchés publics

Confier l'installation, la maintenance et l'exploitation des mobiliers urbains à un partenaire contractuel, par le biais de marchés publics, demeure toujours possible. Ce mode d'exploitation interdit néanmoins tout transfert de risque d'exploitation au titulaire du marché. Sa rémunération ne peut être liée aux résultats d'exploitation, et doit donc être uniquement assise sur la nature et le quantum des prestations mises à sa charge.

Ce mode de gestion permet à la Collectivité par une mise en concurrence régulière la recherche du meilleur coût pour l'usager, sans gestion directe du service.

Toutefois, la Collectivité conserve la responsabilité du service, et doit donc disposer en interne de personnels compétents et pluridisciplinaires pour assurer le suivi de l'exécution du marché, sans prise réelle sur la gestion directe du service. Les remises en concurrence régulières peuvent laisser craindre un risque de baisse de qualité du service, en raison d'une motivation moins prégnante du prestataire.

2.3. Concession de service

La Collectivité choisit un délégataire qui exploite le service à ses **risques et périls**. Les ouvrages nécessaires à l'exploitation peuvent être remis par la collectivité à l'exploitation, ou être inclus dans le périmètre de la délégation et financés et installés par le délégataire. Le contrat doit permettre de financer, dans cette dernière hypothèse, les ouvrages de première installation, les éventuels renouvellements, la maintenance et l'exploitation des ouvrages sur la totalité de la durée de la délégation. Il peut, selon son périmètre et sa durée, permettre de verser à la Collectivité une redevance.

Les inconvénients sont un dessaisissement de la Collectivité dans la gestion de ce service. Les objectifs doivent être définis en début de contrat, conclus pour une durée devant permettre l'amortissement de l'investissement initial du prestataire, et sa rémunération, en sus du financement d'une redevance à destination de la Collectivité. En outre, le contrôle est *in fine* effectué annuellement sur la base du rapport établi par le prestataire.

Ce mode de gestion permet toutefois :

- une exploitation aux risques et périls du concessionnaire, par le transfert des risques juridiques et économiques de l'exploitation ;
- une souplesse dans la définition du contrat (clauses de révision, pénalités etc.) ;
- une baisse des coûts réels de fonctionnement, dans la mesure où les besoins matériels et humains pour l'exploitation quotidienne sont mutualisés ;
- une expertise pointue sur le plan technique et juridique et un savoir-faire professionnel ;
- une capacité à gérer le service rapidement ;
- un fonctionnement que le prestataire a un intérêt financier à assurer de manière optimale, compte tenu de son mode de rémunération.

2.4. Mise à disposition du domaine public

Il s'agit d'une mise à disposition du domaine public, moyennant une redevance d'occupation avec des obligations prévues par convention. Ce mode de gestion est toutefois peu adapté au mobilier urbain, car les contraintes imposées à l'occupant qui sont autorisées dans le cadre du CGPPP ne peuvent permettre à la Collectivité d'opérer un contrôle réel du service.

Les obligations imposées au titulaire doivent être justifiées par la conservation du domaine public et la conciliation entre l'occupation privative du domaine public et son affectation. Une redevance est normalement prévue.

Un risque de requalification de cette mise à disposition existe, si les obligations mises à la charge du titulaire dépassent ce que le strict intérêt de la conservation du domaine requiert. Par ailleurs, l'exploitation et la maintenance seront difficiles à contrôler.

III. Choix du mode de gestion

3.1. Gestion en régie ou externalisation

La gestion directe est un système de gestion purement local, puisque toutes les fonctions sont assurées au niveau de la collectivité elle-même. Ce mode de gestion, s'il permet d'éviter l'existence d'un intermédiaire entre la Collectivité et le service, comporte également des inconvénients :

- la prise en main d'une activité (en ce qui concerne la publicité) fondamentalement de nature privée, et la mise à niveau en terme de savoir-faire du secteur des annonceurs ;
- la Collectivité assume l'ensemble des risques de l'exploitation et supporte les investissements de premier établissement et de renouvellement ;
- les besoins en moyens humains et matériels seront souvent plus importants que pour des professionnels (pas de répartition des personnels sur plusieurs contrats alors que les besoins en personnel pour la seule Commune de Trouville-sur-Mer ne permettent pas de recrutement d'agents dédiés à cette activité ; pas d'économie liée à des achats matériels en volume important).

Les professionnels du secteur sont en mesure d'assurer une commercialisation plus rentable, et ont une expérience qu'il peut leur être demandé de mettre au service de la Commune, notamment pour l'affichage municipal.

Eu égard à la dimension du service du mobilier urbain d'affichage de la Ville, le choix d'une gestion en régie apparaît peu adapté. Le recours à un professionnel paraît plus réaliste et plus avantageux pour la Collectivité.

3.2. Choix du mode de contractualisation

Le choix entre le mode de contractualisation dépend du contenu des obligations que la Collectivité entend mettre à la charge de son contractant, ainsi que de son mode de rémunération.

Le recours aux marchés publics n'est désormais envisageable que si aucun risque d'exploitation ne pèse sur le titulaire du marché. Il doit être intégralement réglé de l'ensemble des prestations qu'il réalise, quelles que soient les recettes générées par l'affichage publicitaire (*CE 25 mai 2018 Soc. Védiaud Publicité*). Si un transfert des risques est privilégié, la seule voie contractuelle est la concession de services.

Compte tenu des obligations que la Collectivité souhaite mettre à la charge de son contractant et du contrôle qu'elle entend maintenir sur l'activité, le principe de la convention d'occupation du domaine public doit être écarté.

Le contrat de concession qui peut prévoir :

- un transfert des risques ;
- la rémunération du délégataire par l'affichage publicitaire ;
- le versement d'une redevance à la Collectivité ;
- des précisions fines sur les obligations mises à la charge du délégataire

paraît être le plus adapté aux besoins de la Collectivité.

IV. Caractéristiques du futur contrat

4.1. Périmètre technique et géographique

Les emplacements du mobilier urbain d'affichage dans le cadre du prochain contrat reprendront les emplacements de qualité qui sont déjà utilisés. Néanmoins, un certain nombre d'entre eux seront modifiés afin d'améliorer leur impact. Ils seront définis précisément dans le cadre du projet de contrat.

Les catégories de mobilier urbain doivent évoluer, compte tenu de l'ancienneté de la dernière consultation, de l'évolution des besoins des habitants de la Commune, et des innovations technologiques (passage au numérique notamment). Ce point sera précisément défini dans le cadre de la consultation. Un mécanisme sera prévu dans le contrat afin de permettre une adaptation du nombre des mobiliers et de leurs emplacements aux nouveaux besoins qui pourraient apparaître.

Le prestataire devra tenir compte des éventuels travaux réalisés en centre-ville dans le cadre de l'exploitation des mobiliers urbains publicitaires.

4.2. Investissement

Le délégataire devra supporter l'investissement initial de mobiliers neufs. Un renouvellement pourra être prévu, en fonction de la durée du contrat, pour les mobiliers le nécessitant.

4.3. Prestations

Les prestations suivantes seront demandées :

- fourniture, pose, dépose, remplacement, déplacement, entretien et maintenance des mobiliers ;
- dynamisation commerciale et recherche des annonceurs pour la commercialisation des faces publicitaires ;
- gestion des campagnes d'affichage municipales ;
- prise en charge de l'électricité destiné à alimenter les mobiliers.

4.4. Durée du contrat

Si un contrat de concession est prévu pour une durée supérieure à 5 ans, sa durée doit être assise sur la durée raisonnable d'amortissement des investissements nécessaires à l'exécution du contrat (*article R. 3114-2 Code de la commande publique*).

Compte tenu des types de mobiliers que la Collectivité souhaite voir installer, la durée de la convention sera de 10 ans.

4.5. Tarification

La définition des tarifs de commercialisation des espaces publicitaires ressort de la responsabilité du délégataire. La Collectivité demeurera attentive à l'existence de tarifs destinés aux annonceurs municipaux et locaux.

Une grille tarifaire sera demandée dans le cadre de la consultation et fera l'objet d'une analyse.

4.6. Redevances

La Taxe locale sur la publicité extérieure est en vigueur sur le territoire de la Commune. Toutefois, elle ne peut être cumulée avec une redevance d'occupation du domaine public (*article L. 2333-6 du Code général des collectivités territoriales*) ; une redevance peut toutefois être demandée sur les résultats de la concession.

Il est également envisageable d'exonérer par délibération les dispositifs concernés par la TLPE, et de mettre en place une redevance fixe, assortie d'une redevance variable, dont le quantum sera proposé par les candidats à la consultation.

4.7. Options

Des options seront susceptibles d'être prévues en plus de la réponse à la situation de base. Les caractéristiques principales du besoin de la Collectivité ne devront néanmoins pas être modifiées par ces options (durée, nature des prestations).

V. Caractéristiques du futur contrat

5.1. Estimation de la valeur du contrat

La réglementation en vigueur impose de recourir à une procédure formalisée au-dessus d'un seuil de 5.382.000 € HT (seuil au 1^{er} janvier 2022).

Ce montant est apprécié au regard des recettes cumulées attendues par le titulaire sur la totalité du contrat (*article R. 3121-1 du Code de la commande publique*).

Sur une base de 41 faces publicitaires de 2m², compte tenu des mobiliers supplémentaires qu'il serait nécessaire de prévoir, les recettes attendues peuvent s'établir entre 50 et 80.000 € HT, soit :

- Entre 500.000 et 800.000 € HT sur 10 ans ;

Le montant du contrat est inférieur aux seuils européens pour la passation des contrats de concession. Une procédure simplifiée devra donc être suivie.

5.2. Procédure applicable

Procédure formalisée	Procédure allégée
Avis de concession sur le modèle européen Publication au BOAMP, au JOUE et dans une publication spécialisée	Avis de concession sur le modèle national Publication au BOAMP ou dans un journal d'annonces légales ; <i>une publication supplémentaire dans un journal ou sur un site spécialisé peut permettre d'avoir une visibilité supérieure, et pour garantir l'information d'opérateurs raisonnablement diligents (article R. 3126-4 Code de la commande publique)</i>
Délai minimum de réception des candidatures de 30 jours à compter de la date d'envoi de l'avis de concession, ou 25 jours en cas d'envoi électronique	Délai de réception des candidatures fixé par l'autorité concédante en fonction des caractéristiques du contrat
Délai minimum de réception des offres de 22 jours, ou 17 jours en cas d'envoi électronique	Délai de réception des offres fixé par l'autorité concédante en fonction des caractéristiques du contrat
Obligation de publier et hiérarchiser les critères d'attribution	Publication des critères de sélection (<i>article R 3124-5 du Code de la commande publique</i>)
Information préalable des candidats et soumissionnaires évincés obligatoire et spontanée	Information préalable des candidats et soumissionnaires évincés qui est une faculté (<i>article R. 3126-11 du Code de la commande publique</i>)
Respect du délai de <i>stand-still</i> impératif	Respect du délai de <i>stand-still</i> facultatif
Avis d'attribution obligatoire	Avis d'attribution facultatif (<i>article R. 3126-13 du Code de la commande publique</i>)

5.3. Présentation sommaire de la procédure

1. Avis de concession et publication du dossier de consultation
2. Analyse des candidatures et liste des candidats admis à présenter une offre ou dont les offres seront ouvertes
3. Analyse des offres
4. Négociation (éventuelle)
5. Choix de l'attributaire
6. Présentation du résultat au Conseil municipal
7. Autorisation de signer le contrat