



Procédure de concession portant sur la fourniture, l'installation, l'entretien, la maintenance et l'exploitation de mobilier urbain publicitaire et non publicitaire

Rapport du Maire sur le choix du concessionnaire

Rapport soumis à l'approbation du Conseil Municipal

## 1. Chronologie de la procédure

### 1.1 Rappel de la procédure

#### 1.1.1 Lancement de la procédure

La consultation a pour objet de confier à un délégataire la fourniture, l'installation, l'entretien, la maintenance et l'exploitation de mobiliers urbains publicitaires et non publicitaires sur le territoire de la commune de Trouville-sur-Mer, ceci, dans le cadre d'une délégation de service public.

La commune de Trouville-sur-Mer, en bord de mer, voit sa population de 4 700 habitants augmenter fortement durant les congés et plus particulièrement durant la période estivale.

Aucune concession de services publics n'existe actuellement pour la mise en place de mobiliers urbains publicitaires et leur exploitation. Afin de se doter de tels dispositifs, destinés notamment à l'information municipale d'une part, et à l'affichage publicitaire d'autre part, le Conseil Municipal a approuvé par délibération n°2022-115 du 28 septembre 2022, le principe d'une concession et ainsi déléguer la fourniture, l'installation, la maintenance et l'exploitation de mobiliers urbains publicitaires et non publicitaires.

Un avis d'appel public à la concurrence a ainsi été publié au BOAMP / JOUE le 26 mars 2023 et sur le profil acheteur centrale des marchés en date du 27 mars 2023. Cet avis invitait les candidats à présenter leurs candidatures et leurs offres au plus tard le vendredi 12 mai 2023 à 12h00.

Le mobilier urbain concerné par cette concession se décompose ainsi :

- Planimètres (2 m<sup>2</sup>) : 17 ;
- Planimètres déroulants : 2 ;
- Abri usagers (transports publics) : 9 ;
- Abris vélos : 3 ;
- Mâts drapeaux : 2.

#### 1.1.2 Sélection des candidatures

Quatre (4) candidatures ont été reçues par la Ville :

- URBAN CONNECT
- GIROD MEDIAS
- PHILIPPE VEDIAUD PUBLICITE
- JC DECAUX

Le 4 juillet 2023, la Commission de délégation de service public a étudié la complétude des candidatures et leurs conformités et autorisé l'analyse des offres.

### 1.1.3 Analyse des offres

Quatre (4) offres ont donc été reçues par la Ville :

- URBAN CONNEC
- GIROD MEDIAS
- PHILIPPE VEDIAUD PUBLICITE
- JC DECAUX

Ces quatre offres ont donc été analysées par la Commission de délégation de service public, réunie le 6 juillet 2023. L'ensemble des candidats a répondu aux prescriptions de base de la consultation.

De plus, et dans le cadre de la présente consultation, les critères de jugement des offres ont été fixés à l'article 9.2 du Règlement de la consultation.

#### **Critères d'appréciation des offres (100 points décomposés de la façon suivante :**

##### ▪ **Valeur technique – qualité de service (50 points)**

- Qualité des mobiliers urbains (caractéristiques techniques et technologiques, résistance, etc.) (15 points) ;
- Esthétique des mobiliers urbains proposés (15 points) ;

L'esthétique des mobiliers sera appréciée en fonction de la forme générale, de la légèreté de la construction, de son intégration dans l'environnement et sa cohérence avec la charte du mobilier urbain applicable sur le territoire de la Commune ;

- Situation des emplacements proposés pour les planimètres et planimètres déroulants, et politique de commercialisation des espaces publicitaires (5 points) ;
- Garanties offertes sur l'exploitation et la qualité de service (10 points) ;
- Méthodologie de réalisation des prestations annexes (5 points) ;

Ce critère sera évalué au regard de la gestion proposée par le candidat (moyens humains et techniques mis à disposition du service, organisation et méthodologie, vision stratégique).

##### ▪ **Valeur économique (30 points) :**

- Pertinence des charges et cohérence des recettes au regard du périmètre de service (10 points) ;

- Coût des prestations du bordereau de prix (10 points)
- Montant des redevances (10 points)

▪ **Actions de développement durable (20 points)**

Chacun des éléments, sous critères, était noté selon le barème suivant :

- 10/10 : très satisfaisant ;
- 8/10 : satisfaisant ;
- 6/10 moyennement satisfaisant ;
- 4/10 : Peu satisfaisant ;
- 2/10 : Très peu satisfaisant
- 0/10 : Aucune information transmise (insatisfaisant)

La note obtenue se voyait appliquer le coefficient de pondération.

A l'issue de l'analyse des offres, et après avis favorable de la Commission de délégation de service public, le Maire a décidé d'engager les négociations avec les deux candidats les mieux classés à l'issue de l'analyse des offres, à savoir PHILIPPE VEDIAUD PUBLICITES et JC DECAUX.

Le rapport d'analyse des offres est fourni en annexe du présent rapport.

1.2 Rappel du déroulement des négociations.

Une réunion de négociation s'est tenue avec chacun des candidats qui y était admis. JC Decaux a ainsi été reçu en date du 18 septembre 2023 et Philippe Vediaud Publicités en date du 21 septembre 2023.

A la suite de ces réunions de négociation, les candidats ont été invités en date du 6 octobre 2023 à présenter une offre finale pour le 20 octobre 2023 à 12h00, reportée au 20 octobre 2023 à 18h00.

Ces négociations ont permis d'optimiser les offres des deux candidats emmenés dans cette phase. Les offres finales de JC Decaux et Philippe Vediaud Publicités ont ainsi été analysées conformément aux critères de pondération précédemment exposés. Cette analyse fait ressortir un classement final, Philippe Vediaud Publicités étant classé premier.

## 2. Caractéristiques principales du contrat

### 2.1 Durée du contrat

La durée du dispositif contractuel est de 10 années au total. Cette durée a été fixée en fonction des investissements que devront réaliser le délégataire sur la durée du contrat.

### 2.2 Prestations à assurer par le futur concessionnaire

Le futur concessionnaire aura pour mission la fourniture, l'installation, l'entretien, la maintenance et l'exploitation de mobiliers urbains publicitaires et non publicitaires sur le territoire de la commune de Trouville-sur-Mer, à savoir :

- 9 abris destinés aux usagers des transports publics en commun (abris doubles) ;
- 17 planimètres 2 m<sup>2</sup>
- 4 planimètres déroulants ;
- 3 Abri-vélos ;
- 2 Mats drapeaux.

Le concessionnaire assurera également les prestations annexes de communication suivantes :

- Prise en charge de l'installation de 25 campagnes d'affichages municipales sur les planimètres selon les plannings communiqués par la Collectivité et de 25 campagnes annuelles pour des affiches 8 m<sup>2</sup> ;
- Création des plans de ville sur support de type méthacrylate pour les mobiliers 2 m<sup>2</sup>, et 10 exemplaires plastifiés, tous les trois ans ;
- Habillage événementiel une fois par an sur un minimum de 6 mobiliers.

La gestion du service est assurée par le délégataire à ses risques et périls, conformément aux règles de l'art, dans le souci d'assurer le droit des tiers et la qualité de service.

Il appartiendra au futur concessionnaire de solliciter les autorisations nécessaires, lui permettant l'installation et l'exploitation de son mobilier urbain.

### 2.3 Economie du contrat

Le prélèvement communal et les redevances d'occupation du domaine public d'une part, l'investissement réalisé par le futur concessionnaire et les tarifs pratiqués dans les différents secteurs d'activité de l'exploitation d'autre part, fixent l'économie générale du présent contrat.

Le concessionnaire est ainsi autorisé à percevoir directement l'intégralité des recettes publicitaires liées à l'exploitation de la concession.

## 2.4 Autres droits et obligations de la Commune

La commune de Trouville-sur-Mer conserve un pouvoir de contrôle sur le bon déroulement de l'exploitation du mobilier urbain publicitaire par le biais d'outils qui sont précisés dans le contrat.

Dans tous les cas, le concessionnaire remet à la collectivité avant le 1<sup>er</sup> juin de chaque année un rapport annuel portant sur l'exercice précédent dans les formes et conditions prévues par l'article L.1411-3 du Code Général des Collectivités Territoriales relatifs au rapport annuel du concessionnaire de service public local comprenant :

- Une présentation du service délégué
- Les comptes, retraçant la totalité des opérations afférentes à l'exécution de la concession
- Les conditions d'exécution du service
- Une analyse de la qualité du service

### 3. Les motifs du choix du concessionnaire

#### 3.1 Valeur technique et qualité de service

Outre le respect des emplacements d'implantation du mobilier urbain publicitaire respectant les choix de la Ville de Trouville-sur-Mer, le candidat propose des axes d'amélioration sur la situation géographique du mobilier sur le territoire.

Ce mobilier urbain publicitaire se veut par ailleurs en harmonie avec les autres mobiliers de la Ville et pourra en revêtir la même couleur. Des améliorations peuvent également être proposées sur les mobiliers telles que des ports USB ou alimentation photovoltaïque sur les abris bus par exemple.

Chaque mobilier a fait l'objet d'une présentation technique exhaustive, notamment au niveau des descentes de charges Il a par ailleurs été confirmé que l'air salin de Trouville-sur-Mer avait été intégré. Une remise en état pourra avoir lieu si nécessaire.

L'exploitation et la maintenance proposées par le candidat répondent aux besoins de la collectivité.

Nettoyage	Maintenance préventive	Maintenance curative
2 interventions par semaine et dès que nécessaire.	<p><b>Maintenance légère préventive</b>                      4 fois par mois  <b>Contrôle sécurité électrique</b>                      2 fois par an  <b>Contrôle éclairage</b>                      Permanent.                      Changement des tubes LED défectueux sous 24h et dès que nécessaire</p>	<p>→ Mise en sécurité y compris bris de glace dans un délai immédiat, dans l'heure maximum.                      → Maintenance légère dans un délai de 1 heure maximum.                      → Remplacement du mobilier sous 12 heures (sur massif existant).                      → Réparations lourdes sous 2 heures.                      → Les interventions à la demande de la collectivité feront l'objet d'un rapport.</p>

Par ailleurs, et concernant les planimètres, l'une des deux faces sera réservée à l'affichage municipal. La face dévolue à l'affichage publicitaire pourra néanmoins faire l'objet d'un droit de regard de la commune sur la typologie des annonces.

Enfin, un habillage évènementiel du mobilier urbain est prévu.

#### 3.2 Valeur économique

Le candidat Philippe VEDIAUD Publicité fait état d'un ratio recettes / charges cohérent.

Par ailleurs, Philippe VEDIAUD Publicité n'a pas valorisé financièrement les lignes du Bordereau des Prix Unitaires (B.P.U.), les laissant à 0 €. Ces lignes portent notamment sur de déplacement d'un mobilier avec ou sans repose.

Initialement de 262 000 €, soit 23 % de son chiffre d'affaires, le candidat Philippe VEDIAUD Publicité a amélioré la redevance d'occupation du domaine public (fixe et variable) lors des négociations.

Ainsi, la redevance fixe s'échelonne de la manière suivante sur 10 ans :

- Gamme 1 : 174 450 €
- Gamme 2 : 165 600 €
- Gamme 3 : 153 000 €

La redevance variable, reste, quel que soit le choix de la gamme, de 15 % du Chiffres d'affaires et aucun seuil n'est prévu.

C'est ainsi une redevance estimée de 373 200 € sur 10 ans qui sera versée à la Commune sur la base de la gamme 2 : CITIZEN (visuels en annexe 1)

### 3.3 Action en faveur du développement durable

Le candidat Philippe VEDIAUD Publicités s'engage dans une démarche de développement durable, notamment en termes d'écoconception, de recyclage des déchets, d'éclairage alimenté par panneaux photovoltaïques...

## 4. Jugement et choix du concessionnaire

### 4.1 Jugement du concessionnaire

Le candidat Philippe VEDIAUD Publicités présente une offre solide répondant aux exigences du cahier des charges. Ce cahier des charges est en effet le reflet des besoins de la commune. Le candidat a également répondu aux interrogations de la commune, notamment au niveau de la solidité du mobilier, sa résistance à l'air salin, les modalités d'intervention... Par ailleurs l'esthétique, jugé sur l'intégration dans l'environnement du mobilier, a été évalué favorablement.

La redevance proposée par le candidat a fait l'objet d'une optimisation à l'occasion des séances de négociations.

Il découle de l'analyse une offre qualitative qui permettra, entre autres, l'affichage publicitaire et non publicitaire dans de bonnes conditions.

### 4.2 Choix du concessionnaire

Madame le Maire a donc choisi de proposer au Conseil Municipal l'offre du candidat Philippe VEDIAUD Publicité pour la fourniture, l'installation, l'entretien, la maintenance et l'exploitation de mobilier urbain publicitaire et non publicitaire.

Par conséquent, le Conseil Municipal doit se prononcer sur :

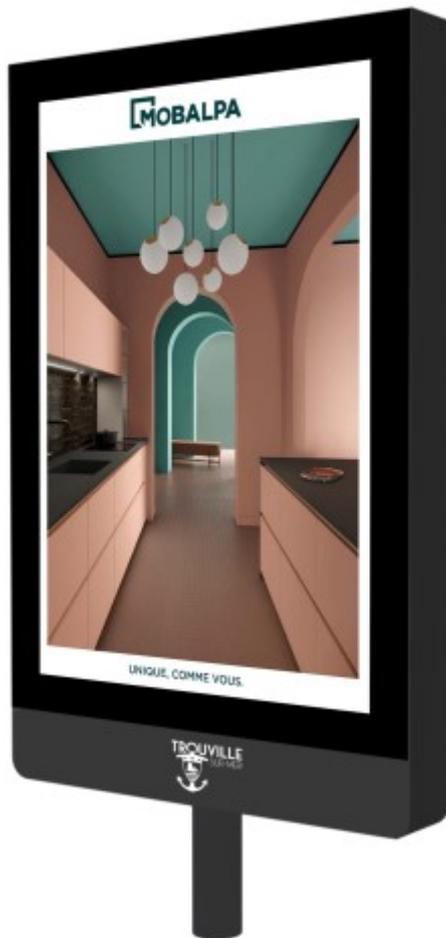
- Le choix de l'offre de la société Philippe VEDIAUD Publicité comme concessionnaire.
- L'approbation des termes du contrat de concession de service et de ses annexes.
- L'autorisation à donner à l'Exécutif pour signer le contrat de concession de service et ses annexes.

Annexe 1 : Gamme CITIZEN

Abris voyageurs :



Planimètres :



Mâts drapeau :



Abris vélos :

