REPONSE DU MAIRE DE PARIS^(*)

Point 1 - Le cadre général de l'intervention municipale.

La Ville souhaite préciser que les directions concernées sont en contact permanent, que ce soit au niveau central ou au niveau local ; toute nouvelle implantation de mobilier urbain géré par la Direction des Finances donne ainsi lieu à une conférence préalable sur le terrain afin de décider de l'implantation la plus appropriée au regard de l'aménagement et de la configuration de l'espace public, du respect des différentes réglementations relatives à la sécurité routière (code de la route) au cheminement des piétons (schéma d'accessibilité à l'espace public viaire) et de l'encombrement du sous-sol. A cette conférence participent également la Mairie d'arrondissement, la Préfecture de Police, l'Architecte des Bâtiments de France, la Direction de la Voirie et des Déplacements et le concessionnaire.

Par ailleurs, la Commission du Mobilier Urbain a bien été réorganisée en 2003. Elle se réunit en moyenne deux fois par an. Elle examine les projets dont elle est saisie au regard d'un certain nombre de critères : désencombrement de l'espace public, meilleure lisibilité des mobiliers implantés sur l'espace public, prise en compte des contraintes de sécurité (plan Vigipirate) du Schéma d'accessibilité viaire, et fonctionnel, amélioration de l'esthétisme et réponse à de nouveaux besoins. Parallèlement, un travail a été engagé en vue d'une refonte du catalogue du mobilier urbain afin de disposer d'un recensement exhaustif des mobiliers existants et de supprimer tous les mobiliers qui ne sont plus utilisés sur l'espace public.

Les règles d'implantation des mobiliers sur l'espace public sont dictées par celles définies par le guide de l'espace public et les prescriptions du schéma d'accessibilité à l'espace public viaire.

Point 3 - La gestion du mobilier urbain

Ainsi que l'indique la Chambre, l'informatisation de l'ensemble des plans de voirie, à l'échelle du 1/200^{ème}, qui a été faite ces dernières années permet de disposer d'une connaissance très précise du nombre, à l'unité près, de chaque type de mobilier urbain, ainsi que de leur emplacement.

Au fur et à mesure des travaux d'aménagement de l'espace public, les sections territoriales de voirie signalent les modifications induites en termes de nombre de mobiliers et de localisation à la Division des plans de voirie qui remet à jour l'ensemble des documents graphiques dans un délai de trois mois environ.

Afin d'assurer une parfaite gestion des mobiliers urbains publicitaires, la Direction des Finances travaille actuellement en liaison avec la DVD sur un projet de refonte de ses propres logiciels de mobiliers urbains afin de pouvoir intégrer la dimension spatiale.

Point 6 - La passation des contrats

L'affichage extérieur et le mobilier urbain à publicité secondaire.

La Chambre regrette que la Ville n'ait pas procédé à des mises en concurrence avant 2004 dans le domaine de l'affichage extérieur et du mobilier urbain. Il convient de souligner que la municipalité a saisi la première occasion qui lui a été offerte. En effet, la convention colonnes Morris est la première qui soit venue à échéance depuis 2001. Cette mise en concurrence est conforme à la volonté de la Ville telle qu'exprimée par le vœu cité par la Chambre adopté par le Conseil de Paris en juin 2004 et exprimant le souhait que *toute attribution ou renouvellement d'une concession d'occupation domaniale fasse l'objet d'un appel public à candidature sauf exception dûment motivée.*

^(*) Cette réponse jointe au rapport engage la seule responsabilité de son auteur, conformément aux dispositions de l'article L.241-11 du Code des juridictions financières.

Les contrats de location de mobilier urbain.

Le rapport indique que « la Ville de Paris n'a pas eu recours à la mise en concurrence au motif que seul un fournisseur était en mesure de répondre aux besoins de la collectivité ».

Cette thèse défendue au cours des années 1990 n'a, depuis, jamais été défendue par la Ville de Paris. Et même s'il y a eu débat sur la qualification juridique des contrats de mobiliers urbains : autorisation d'occupation du domaine public ou marché public, débat tranché très récemment par une décision d'Assemblée du Conseil d'État. La Ville a entendu, à l'occasion du renouvellement de ce type de contrat respecter une procédure parfaitement transparente de publicité et de mise en concurrence. C'est ce qu'elle a fait pour les colonnes Morris et les porte-drapeaux. Et c'est une procédure de dialogue compétitif conforme aux articles 29 de la directive 2004/18/CE du 30 mars 2004 et 67 du code des marchés publics qu'elle a mise en œuvre à l'occasion du renouvellement du marché de MUPI associé au marché de mise à disposition de vélos. Il en va de même du marché de renouvellement des sanisettes qui fait l'objet de procédures issues du code des marchés publics.

On ne peut donc affirmer que la Ville a défendu l'idée de ne pas mettre en concurrence ce type de contrat.

Point 7 - Le contenu des contrats.

Durée des contrats

La Ville recherche systématiquement le meilleur équilibre des contrats immobiliers urbains dans le respect de ses objectifs généraux d'occupation de l'espace public. D'un point de vue économique, l'équilibre des contrats de mobiliers urbains dépend principalement de quatre facteurs : le nombre de dispositifs installés (chaque contrat prévoyant un quota d'édicules à implanter), les recettes prévues, la durée de la convention d'occupation et le taux de la redevance versée à la Ville. La durée de la convention est donc directement liée :

- aux coûts d'investissement et de fonctionnement des mobiliers
- aux recettes publicitaires escomptées pour lesdits mobiliers
- au niveau de la redevance demandée au concessionnaire

Ainsi dans le cadre du renouvellement de la convention colonnes et mats, la Ville eu égard à ces critères et afin d'assurer l'équilibre économique de la convention, a fixé une durée limitée de 12 ans au contrat contre 19 ans pour la convention précédente qui datait de 1985.

D'une manière générale, la Ville ne souhaite pas conclure des contrats d'une trop longue durée qui risqueraient de la priver des bénéfices apportés par une mise en concurrence plus systématique. Cette réduction de la durée des contrats permet également de ne pas figer des conventions sur des besoins qui évoluent en fonction des aménagements de voirie et de la modernisation des mobiliers et des designs.

Clauses d'exclusivité

Les clauses d'exclusivité ne sont plus opérantes depuis la décision du Conseil de la Concurrence du 7 juillet 1998. Toute convention stipulant une clause de ce type et ayant fait l'objet depuis lors d'une modification a été explicitement amendée sur ce point. Il en est de même pour les nouvelles conventions : à titre d'exemple, la Ville n'a prévu aucune clause d'exclusivité dans le cadre du renouvellement de sa convention d'occupation relative aux colonnes Morris et aux mâts lancée en 2005. En revanche, recourir à des avenants systématiques pour résilier les clauses existantes dans les contrats en cours ne lui paraît pas opportun en l'absence d'autres éléments requérant le recours à un avenant et compte tenu que ces clauses sont caduques ainsi qu'indiqué ci-dessus.

Point 8 - Redevances

La Chambre observe que sur la période 1994-2001, la Ville partage à parité avec les afficheurs les recettes publicitaires collectées au titre des concessions d'affichage, alors que les contrats de mobiliers urbains génèrent proportionnellement un partage des recettes entre la société et la Ville deux à dix fois moins favorable.

Depuis 2001, la Ville de Paris souhaite obtenir une meilleure valorisation des contrats de mobiliers urbains, notamment en procédant désormais à une mise en concurrence systématique conformément au vœux du Conseil de Paris de juin 2004.

Ainsi le premier renouvellement d'un mobilier urbain (la convention colonnes Morris et mâts) a été l'occasion d'une application de la volonté municipale d'obtenir une meilleure valorisation. Ce renouvellement a été soumis, pour la première fois en matière de contrat de mobilier urbain publicitaire parisien, à une procédure de mise en concurrence. Celle-ci a permis d'obtenir un partage des recettes entre la société et la Ville comparable aux partages existants sur les concessions d'affichage, avec un taux de redevance passant de 8 % à plus de 50 %.

Point 9 - Coûts

Le rapport fait part de diverses remarques concernant le contrat SEMUP et plus particulièrement l'une des prestations fournies : le mobilier distributeur de plans. La Ville, lors du renouvellement du marché public qui prend fin en décembre 2006 se propose de revoir les termes de cette convention en ne s'interdisant pas de s'interroger sur le maintien de ces édicules dans le cadre plus global de la politique de désencombrement de l'espace public dans laquelle elle est activement engagée.

Point 10 - Taxe sur la publicité

Depuis son instauration, les afficheurs assujettis à la taxe sur la publicité doivent s'acquitter de celle-ci dès réception des avis d'échéances s'y rapportant. Il y a donc effectivement, selon les cas, un délai plus ou moins long entre la période de référence de la taxe communale de publicité et la date de réception de l'avis d'échéance.

En liaison avec la Direction des Finances et l'ensemble des services intervenant dans le processus d'émission de la taxe sur la publicité, la direction de l'urbanisme étudie la possibilité de raccourcir au maximum les délais avec pour perspective de les rendre concomitants entre la période de référence de la taxe sur la publicité concernant les afficheurs et la date d'émission de l'avis de paiement de cette imposition. Elle étudie par ailleurs dans ce cadre la mise en place d'un paiement par télé-procédure qui raccourcirait le délai de paiement effectif par les afficheurs.

Point 11 - Taxe sur les véhicules publicitaires

Selon les dispositions des articles 16,17-4 et 18 de la loi n°82-1152 du 30 décembre 1982 portant 2^{ème} loi de finances rectificative pour 1982 relative à la taxation de certains véhicules publicitaires, il est permis aux communes d'instituer une taxe sur les véhicules à moteur utilisés ou équipés à des fins essentiellement publicitaires.

La Ville de Paris a instauré cette taxe en 1983. Cependant, la délibération du Conseil de Paris du 30 mai 1983 est tombée en désuétude depuis plus d'une dizaine d'année en raison de ces difficultés juridiques, techniques et pratiques d'application :

- indexation de cette taxe sur la vignette automobile supprimée depuis,
- difficulté pratique de réalisation des vignettes,
- difficulté de contrôle des véhicules,
- difficulté de définition des véhicules concernés.

Compte tenu de ces difficultés, la Ville entend lancer une étude sur cette taxe, tant en opportunité que dans ses aspects financiers, juridiques et organisationnels.

Point 13 - L'affichage associatif

Ainsi que l'indique la Chambre, un marché expérimental, portant sur les 3^{ème}, 13^{ème}, 14^{ème}, 19^{ème} et 20^{ème} arrondissements a permis l'acquisition - en 2004/2005 - de 70 nouveaux panneaux d'affichage. Cette acquisition a porté la surface d'affichage associatif de 460 m² à 600 m², dont 80 m² en accès libre. La gestion de ces panneaux est effectuée en mairie d'arrondissement. Un marché sur appel d'offres ouvert est actuellement en cours. Il permettra de compléter le solde sur 4 ans avec un accroissement significatif des surfaces libres d'accès. Elles représenteront les deux tiers de ce qu'il est prévu d'acquérir.