2026 DFA 37 : Signature d'une convention d'occupation du domaine public pour l'exploitation publicitaire sur les propriétés de la Ville de Paris.

PROJET DE DELIBERATION

EXPOSE DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

La Ville de Paris autorise l'exploitation, via une convention d'occupation domaniale, de dispositifs d'affichage publicitaire sur des emplacements relevant de ses propriétés : terrains communaux, murs et clôtures de terrains communaux, ainsi que murs pignons et façades de bâtiments communaux ou sur lesquels la Ville de Paris dispose de droits, dans le respect des dispositions du Règlement Local de Publicité. Sont exclus de ce périmètre le mobilier urbain, les palissades et installations de chantier, ainsi que tout autre dispositif régi par des conventions distinctes. Conformément à l'article L. 2333-6 du code général des collectivités territoriales, les dispositifs publicitaires exploités dans le cadre de la présente convention sont exonérés de la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE).

L'occupant exploite les emplacements définis à l'article 2 à ses risques et périls, conformément à la réglementation publicitaire en vigueur et applicable à Paris. Afin de préserver l'image et la réputation de la Ville de Paris, l'exploitant s'abstient d'afficher toute publicité interdite par la réglementation en vigueur ou de nature à porter atteinte à l'ordre public, à la dignité humaine ou aux valeurs de la République. Il veille notamment à éviter toute publicité qui utilise des stéréotypes sexistes, lesbophobes, homophobes et des représentations dégradantes, dévalorisantes, déshumanisantes et vexatoires des femmes et des hommes et des rapports entre eux. De même, l'exploitant veille à éviter toute publicité cautionnant toute forme de discrimination fondée sur l'origine ethnique, l'origine nationale, la religion, le sexe ou l'âge.

Caractéristiques de la convention en cours

Le titulaire de la convention en cours est la société CITYZ MEDIA (anciennement CLEAR CHANNEL FRANCE jusqu'en décembre 2023). Conclue pour une durée initiale de six ans à compter du 1er janvier 2015, cette convention a été tacitement reconduite à six reprises pour une durée d'un an. Elle prévoit en outre un renouvellement d'un mois supplémentaire, ce qui porte son terme au 31 janvier 2027.

En contrepartie de cette autorisation, CITYZ MEDIA verse à la Ville une redevance fixée à 64 % des recettes brutes issues de l'exploitation des dispositifs publicitaires, assortie d'une redevance minimale garantie (RMG) d'un montant annuel de 3, 3M€ en valeur de base 2015, indexée. Quel que soit le chiffre d'affaires réalisé, la redevance versée annuellement ne peut être inférieure au montant de la RMG indexée ; depuis le début du contrat, les résultats réalisés par le titulaire n'ont jamais donné lieu au versement d'un solde au-delà de celle-ci.

La redevance perçue par la Ville au titre des exercices 2015 à 2025 s'élève à 38 264 729 €. La redevance prévisionnelle totale jusqu'au terme du contrat, le 31 janvier 2027, s'élève à 42 315 060 €. Le titulaire a bénéficié du plan de soutien aux concessionnaires mis en place dans le cadre de la crise sanitaire, à travers une exonération de trois mois de redevance minimale garantie au titre de l'année 2020, objet d'un avenant n°1 adopté par le Conseil de Paris des 15, 16 et 17 décembre 2020 (délibération 2020 DFA 65 DAC).

A l'heure actuelle, l'exploitant a mis en œuvre 187 dispositifs, essentiellement des panneaux de 8m².

Procédure de renouvellement

La consultation relative au renouvellement de cette convention a été organisée conformément aux articles L. 2122-1 et suivants du code général de la propriété des personnes publiques, qui imposent, lorsque le titre permet l'exercice d'une activité économique sur le domaine public, une procédure de sélection préalable présentant toutes les garanties d'impartialité et de transparence et assortie de mesures de publicité. La convention ne confère à son titulaire ni la qualité de concessionnaire au sens du droit de la commande publique, ni aucun droit réel sur les biens occupés.

La consultation a été lancée le 17 mars 2026, le dossier de consultation étant téléchargeable sur la plateforme Maximilien. L'avis d'appel public à concurrence a été publié le 18 mars 2026 sur les

sites du Parisien, des Echos et sur paris.fr. La date limite de réception des candidatures et des offres, initialement fixée au 19 mai 2026, a été reportée au 1er juin 2026.

Deux candidatures et offres ont été déposées dans les délais :

- CITYZ MEDIA ;
- JCDECAUX FRANCE.

Après demande de compléments, les dossiers de candidature ont été complétés dans les délais impartis. Les deux candidats présentant les garanties professionnelles et financières suffisantes pour exécuter le contrat, leurs offres ont été admises à l'analyse.

Les candidats ont été invités à une séance de négociations, tenue le 7 juillet 2026 pour CITYZ MEDIA et le 8 juillet 2026 pour JCDECAUX FRANCE. Ces négociations ont porté sur le projet d'exploitation ainsi que sur les points financiers et juridiques des propositions initiales. Les procès-verbaux des séances ont été notifiés aux candidats le 15 juillet 2026, avec une invitation à remettre une offre finale avant le 19 août 2026. Les deux candidats ont remis leur offre finale dans le délai imparti.

Caractéristiques de la nouvelle convention

La nouvelle convention est conclue pour une durée de cinq ans à compter de son entrée en vigueur, le 1er février 2027. À l'expiration de la cinquième année d'exécution, elle est reconduite de plein droit, dans la limite de trois reconductions d'une durée d'un an chacune, sauf dénonciation par l'une des parties au plus tard onze mois avant chaque échéance.

Le titulaire versera à la Ville une redevance variable appliquée à l'ensemble du chiffre d'affaires hors taxes issu de l'exploitation des dispositifs publicitaires, assortie d'une redevance minimale garantie déterminée en fonction du nombre d'emplacements que le titulaire aura la faculté d'exploiter, ce nombre étant actualisé au 1er janvier de chaque année. Une redevance minimale garantie complémentaire est due en cas de reconduction du contrat au-delà de la durée ferme de cinq ans. Le titulaire devra par ailleurs mettre en place une garantie à première demande couvrant le paiement de la redevance et des pénalités dues à la Ville.

La convention encadre enfin les modalités de gestion du parc de dispositifs : entretien et maintenance assortis de délais d'intervention maximaux, notamment de vingt-quatre heures, sept jours sur sept, pour tout message injurieux, discriminatoire ou haineux, et de quatre heures pour toute anomalie présentant un risque pour la sécurité des personnes et des biens ; alimentation électrique autonome des dispositifs ; mise en place d'un outil de suivi informatisé permettant la traçabilité et le pilotage de l'exploitation.

Le règlement de la consultation indiquait que les offres seraient examinées au regard des critères suivants, hiérarchisés selon un ordre décroissant d'importance :

- Critère 1 : l'offre financière, appréciée au regard du mécanisme de redevance proposé (taux de redevance variable, montants de redevance minimale garantie tenant compte du nombre d'emplacements exploitables, redevance minimale garantie complémentaire en cas de reconduction) et de la viabilité économique et financière de l'offre (crédibilité des hypothèses retenues, solidité du plan d'affaires prévisionnel, robustesse du financement des investissements et de la garantie apportée) ;
- Critère 2 : la qualité du projet d'exploitation, appréciée au regard de la stratégie de commercialisation des dispositifs et du pilotage de l'occupation du parc, de la qualité de la gestion du parc (entretien et maintenance, délais d'intervention, outils de suivi, méthodologie de réponse aux demandes de la Ville relatives à la création ou au retrait d'implantations en cours de contrat), ainsi que des engagements du candidat en matière de responsabilité sociale et en faveur du développement durable.

Les offres finales ont été analysées au regard de ces critères.

Proposition d'attribution à la société JCDECAUX FRANCE :

S'agissant du critère n°1 portant sur « l'offre financière », le candidat propose une redevance variable fondée sur un taux de réversion élevé de 65 % du chiffre d'affaires annuel hors taxes, assortie d'une redevance minimale garantie annuelle s'étalant, en valeur 2026, de 3,71 M€ pour un nombre d'emplacements exploitables supérieur ou égal à 150, à 2,84 M€ pour un nombre d'emplacements compris entre 110 et 124. Ces montants, légèrement inférieurs à la RMG actuelle (3,95 M€ en 2025), sont très satisfaisants au regard de la baisse du nombre d'emplacements exploitables par rapport au contrat actuel. En cas de reconduction du contrat au-delà de la durée ferme de cinq ans, le candidat propose une redevance minimale garantie complémentaire importante de 353 k€ par an (valeur 2026).

Sur la durée ferme du contrat, sur la base des projections du candidat, le montant total de redevance versée à la Ville est estimé à 19,5 M€ en euros constants, dont 18,6 M€ de redevance minimale garantie, soit 95 % de la redevance projetée totale, ce qui est totalement sécurisant pour la Ville.

S'agissant de la viabilité économique et financière de l'offre, le candidat présente des projections de recettes ambitieuses, globalement bien détaillées bien que certaines hypothèses sous-jacentes auraient mérité d'être davantage crédibilisées, et des projections de charges globalement optimisées. Le plan d'affaires fait ressortir un niveau de rentabilité très optimisé, laissant peu de marges de manœuvre en cas de performances moins bonnes qu'escompté. En revanche, le financement des investissements de premier établissement, évalués à 1,5 M€ en première année, et la garantie apportée sont totalement sécurisants pour la Ville : le candidat produit notamment des lettres d'intention et de soutien de ses sociétés-mères ainsi qu'une lettre d'intention d'un établissement bancaire de premier rang portant sur une garantie à première demande d'un niveau supérieur aux attentes du règlement de la consultation.

L'offre finale du candidat a été jugée satisfaisante sur ce premier critère.

S'agissant du critère n°2 portant sur « la qualité du projet d'exploitation », le candidat propose un parc de 208 mobiliers, exclusivement déroulants (102 dispositifs de 2 m² et 106 dispositifs de 8 m²), représentant 892 faces publicitaires, soit 22,5 % de faces supplémentaires par rapport au parc actuel pour une surface publicitaire réduite de 16,5 %. Sa stratégie commerciale, explicitée en détail, repose sur un rééquilibrage du parc en faveur du format 2 m², plus demandé par les annonceurs, le format 8 m² étant recentré sur les emplacements à forte audience des grands axes et des portes de Paris. La réponse apportée sur le calendrier des agréments est complète et opérationnelle, l'intégralité des demandes d'agrément étant jointe à l'offre finale.

En matière de gestion du parc, le candidat présente une organisation et des moyens dédiés, un passage d'entretien hebdomadaire, la géolocalisation des dispositifs et des délais d'intervention plus courts que ceux exigés au du cahier des charges.

Enfin, en matière de responsabilité sociale et de développement durable, le candidat prend des engagements précis et vérifiables : flotte d'intervention électrique, couverture intégrale du besoin en eau par la récupération d'eau de pluie, recours à une électricité d'origine renouvelable, éclairage LED, engagement d'insertion adossé au facilitateur désigné par la Ville, et part des dispositifs installés issus du réemploi de 92 %.

L'offre finale du candidat a été jugée très satisfaisante sur ce deuxième critère.

Au vu de ce qui précède, l'offre de la société JCDECAUX FRANCE, jugée satisfaisante sur le critère de l'offre financière et très satisfaisante sur celui de la qualité du projet d'exploitation, s'est révélée la meilleure au regard des critères hiérarchisés du règlement de la consultation. La proposition de l'autre candidat, détaillée dans le rapport d'analyse des offres, apparait moins satisfaisante au regard de ces critères.

Il est donc proposé de lui attribuer la convention d'occupation du domaine public pour l'exploitation publicitaire sur les propriétés de la Ville de Paris.

En conséquence, je vous demande de bien vouloir m'autoriser à signer la convention d'occupation du domaine public pour l'exploitation publicitaire sur les propriétés de la Ville de Paris avec la société JCDECAUX FRANCE, pour une durée de cinq ans à compter du 1er février 2027. Le texte de cette convention et le rapport d'analyse des candidatures et des offres sont tenus à la disposition des conseillers de Paris auprès du Service des concessions de la Direction des finances et des achats (dfa-sc-renouvellements@paris.fr).

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

Le Maire de Paris