

2016 DAE 164 Autorisation de signer le marché de conception, fourniture, entretien, maintenance et exploitation publicitaire de kiosques de presse et quelques kiosques à autre usage, et de gestion des kiosquiers.

PROJET DE DELIBERATION

EXPOSE DES MOTIFS

Mesdames, Messieurs,

Les kiosques de presse parisiens sont des repères majeurs dans l'espace public. Ils participent à la diffusion de la presse et favorisent ainsi la liberté d'expression à laquelle la Ville de Paris est particulièrement attachée. Ils animent l'espace public, sont un vecteur de lien social dans nos quartiers, et sont devenus pour les parisiennes, les parisiens et les touristes, un symbole emblématique de Paris.

L'arrivée à échéance des deux contrats de gestion des kiosques de presse (une délégation de service public ainsi qu'une convention d'occupation du domaine public) a été l'occasion de repenser les modalités de gestion de ces kiosques de presse et de définir les objectifs de la municipalité pour le futur contrat de gestion de ces mobiliers.

Ces réflexions ont notamment été nourries par l'organisation d'une table ronde, en juillet 2014, associant des représentants des kiosquiers et des acteurs de la profession, suivie de quatre groupes de travail, dédiés à la gestion du kiosque de presse, au dialogue entre les kiosquiers et les messageries de presse, à l'évolution de la réglementation de la tenue des kiosques à journaux, et à l'avenir du kiosque de presse. Ces groupes de travail ont mis en évidence l'impératif d'amélioration des conditions de travail et des revenus des kiosquiers, et ont formulé plusieurs propositions concrètes.

Objectifs du renouvellement des contrats de gestion des kiosques de presse.

Les principales orientations retenues pour la passation du futur contrat ont été présentées lors d'une communication au Conseil de Paris de février 2015, notamment concernant le choix d'un contrat unique et d'une procédure en dialogue compétitif qui a permis d'améliorer tout au long de la procédure la qualité et le caractère innovant des propositions. À travers ce marché, la Ville entend poursuivre les objectifs suivants :

- Soutenir l'activité de diffusion de la presse et les kiosquiers :

La Ville de Paris a souhaité soutenir la vente de presse par la mise en place, notamment, de campagnes ponctuelles, thématiques et destinées à mettre en avant la presse (par exemple l'organisation de campagnes sur un thème spécifique – jeunesse, voyage... pourra être envisagée).

L'objectif est d'également d'assurer un renouvellement et une modernisation du parc de kiosques parisiens pour améliorer les conditions de travail des kiosquiers (amélioration du confort thermique du kiosque, facilités d'ouverture, de stockage, de présentation des produits...). Il a été demandé aux candidats le renouvellement de 200 mobiliers *a minima* sur les cinq premières années du contrat.

Il a également été demandé d'améliorer les conditions de travail des kiosquiers en développant la formation aux outils de gestion de leur activité dans toute sa spécificité et la sensibilisation aux technologies les plus récentes en matière d'information et de communication.

Enfin, le réseau des kiosques devra être davantage intégré dans la vie des quartiers parisiens, et associé aux grands évènements de la vie de la cité.

- Faire de notre réseau de kiosquiers un réseau exemplaire et innovant :

Les nouveaux mobiliers doivent permettre d'intégrer de nouveaux produits et services innovants pour l'utilisateur, touriste ou parisien, y compris à titre expérimental. La performance du réseau de kiosques en matière de développement durable doit en outre être améliorée dans toutes ses dimensions : consommation électrique des kiosques, réemploi ou recyclage des anciens mobiliers, modalités de nettoyage, etc. Des exigences environnementales renforcées ont été demandées aux candidats.

Concernant la redevance demandée par la Ville, elle se compose d'une part fixe (d'un montant minimum de 3,5M€) et d'une part variable assise sur le chiffre d'affaires publicitaire.

Au vu de l'ampleur des investissements envisagés, la durée proposée pour le contrat à conclure était de 15 ans.

Déroulement de la procédure

Quatre candidatures ont été déposées, parmi lesquelles trois candidats ont été admis à présenter une offre, comme le prévoyait le règlement de la consultation.

Le 25 mars 2015, le candidat non retenu a engagé une procédure de référé précontractuel afin de faire annuler la procédure lancée par la Ville de Paris. Quatre mois plus tard, la procédure a pu reprendre à la suite de la décision du Conseil d'État favorable à la Ville de Paris, dans une décision du 26 juin 2015, tant sur la forme que sur le fond validant le principe du marché global et la procédure de dialogue compétitif.

La Ville a donc invité les trois candidats à remettre une offre le 20 juillet 2015, ce qu'ils ont fait dans les délais. Suite à l'analyse des trois offres par les services, les trois candidats ont été convoqués pour une première phase d'auditions, les 7, 8 et 9 septembre 2015.

Ces auditions ont été complétées par une audition des designers de chaque candidat, les 22, 24 et 25 septembre 2015. Le programme fonctionnel a ensuite été ajusté par les services de la Ville, et transmis aux trois candidats, pour remise d'une deuxième proposition le 2 novembre 2015.

Une nouvelle série d'auditions s'est tenue les 7, 8 et 9 décembre 2015 avec les trois candidats sur la base de ces nouvelles propositions, puis avec leurs designers les 16, 17 et 19 décembre 2015.

Enfin, un programme fonctionnel définitif leur a été adressé le 18 janvier 2016, sur la base duquel ils ont remis une offre finale le 15 février 2016.

Les offres ont été analysées sur la base des critères suivants :

- Gestion des kiosquiers et suivi de leur activité, pondéré à 30%
- Prix, pondéré à 30%
- Qualité des kiosques, pondéré à 20%
- Gestion du parc, pondéré à 20%

Caractéristiques de l'offre retenue

Les trois candidats qui ont remis des offres finales étaient : Médiakiosk, Clear Channel France et le groupement INSERT SERI KAWET. Seules deux offres sur les trois étaient recevables. En effet, l'offre de Clear Channel ne respectait pas le cahier des charges, ne proposant pas de redevance minimum. Après analyse des offres, la commission d'appel d'offres de la Ville de Paris qui s'est réunie le 19 avril a décidé d'attribuer le marché à la société Mediakiosk.

Le renouvellement du parc : Le candidat Mediakiosk propose le renouvellement de 360 kiosques d'ici à juin 2019. C'est donc la quasi-totalité des kiosques parisiens qui seront remplacés dans un délai de 3 ans, 49 autres étant rénovés dans le même délai.

La conception des futurs kiosques : Mediakiosk s'est associé à la designer Matali Crasset, qui propose un kiosque inspiré des ateliers et des toits parisiens, avec une écriture épurée. Le kiosque proposé se caractérise par sa toiture bombée, et par ses façades de verre, encadrées par des poteaux d'angle. Un dispositif d'éclairage (vert ou rouge) positionné au niveau des poteaux d'angle du kiosque permettra de signaler si le kiosque est ouvert ou non. Le design du kiosque pourra faire l'objet d'évolutions mineures au début de l'exécution du contrat.

Les fonctionnalités des nouveaux kiosques : le kiosque proposé apportera, comme l'exigeait la Ville dans son programme fonctionnel, une véritable amélioration des conditions de travail des kiosquiers. Les kiosquiers bénéficieront ainsi, dans les 360 nouveaux kiosques :

- D'un espace de vente repensé, modulaire, pour mieux mettre en avant la presse et les autres produits ou services proposés par le kiosquier, plus attractif pour l'utilisateur et plus confortable et fonctionnel pour le kiosquier ;
- D'une caisse informatisée, et d'un espace personnel dédié (incluant notamment une armoire pour leurs effets personnels, un distributeur de gel hydro alcoolique, etc.) ;
- D'un dispositif de chauffage, associé à un store déroulable, un plancher isolant et un vitrage amovible permettant une isolation thermique de la zone du kiosquier, l'ensemble garantissant une nette amélioration du confort thermique des kiosquiers et de leur protection face aux intempéries ;
- De modalités d'ouverture du kiosque optimisées, le candidat estimant que ces nouveaux kiosques induiront un gain de temps d'en moyenne une heure par jour pour le kiosquier pour l'ouverture et la fermeture de son kiosque.

Les nouveaux équipements à destination des parisiennes et parisiens :

- Un écran serviciel intérieur dans 100 kiosques permettant d'accéder à différents services numériques, parmi lesquels une cartographie interactive de quartier, ou encore l'application ZEENS, développée par la messagerie de presse Presstalis, qui donnera la possibilité de consulter une sélection de journaux et magazines, de géolocaliser l'exemplaire recherché le plus proche, de le commander et de se le faire livrer chez le kiosquier ;
- Des écrans digitaux interactifs extérieurs de 32 pouces, accessibles 24h/24, avec un plan interactif de quartier et des informations sur la vie de quartier, sur 100 kiosques ;
- Une vitrine réfrigérée dans chaque kiosque, pour la vente de boissons froides ;
- En partenariat avec La Poste, des boîtes aux lettres installées sur 100 kiosques, permettant, outre le flux supplémentaire d'utilisateurs pour le kiosquier, la suppression de boîtes aux lettres sur le trottoir et donc le désencombrement de l'espace public.

Un kiosque éco-performant : la proposition du candidat se caractérise par l'écoconception des kiosques, l'analyse de leur cycle de vie et l'élaboration d'une carte d'identité environnementale pour chaque typologie de kiosques, ainsi que l'utilisation de matériaux recyclables permettant de limiter l'impact carbone. Il prévoit d'offrir une seconde vie aux kiosques en bon état (réaffectation après rénovation). L'utilisation de LED pour l'éclairage permettra une réduction substantielle des consommations électriques ; la fourniture d'électricité renouvelable sera assurée par des certificats verts. Le personnel encadrant sera équipé de véhicules électriques et les agents chargés de la maintenance ou de l'entretien disposeront de véhicules de norme Euro 6.

La gestion du réseau des kiosquiers : elle sera assurée par une équipe dédiée aux effectifs renforcés (6 délégués réseau contre 4 actuellement), pour améliorer les échanges entre le titulaire du marché et les kiosquiers. Un plan de formation sera mis en place, portant sur différentes thématiques : vente de presse, gestion et comptabilité. L'accent sera mis sur les premières années du contrat sur la prise en main des nouveaux kiosques et notamment de ses outils informatiques. Un dispositif de e-learning sera mis en place.

Le kiosquier est aussi un « pôle ressource » d'information pour les touristes et il est, à cet égard, très sollicité : selon les statistiques de la profession, il est amené à répondre en moyenne à 200 demandes de

renseignements par jour. Ainsi, le futur titulaire du réseau s'est engagé à mettre en place des formations en langues étrangères et accueil des touristes afin de professionnaliser les kiosquiers.

L'offre financière du candidat Mediakiosk : la Ville recevra une redevance minimum garantie de 8,5 M€ par an tout au long du contrat, dès la première année d'exécution du contrat. A cette redevance fixe s'ajoute une redevance variable (entre 20 % et 30 % des recettes publicitaires à partir de 25 M€ HT). Cette proposition de redevance est nettement supérieure à la redevance minimale demandée initialement par la Ville.

Enfin, ce marché verra une baisse de la surface publicitaire des kiosques. En effet, le candidat a proposé de supprimer 20% des surfaces publicitaires des kiosques permettant ainsi une meilleure insertion du kiosque dans son environnement.

L'attribution de ce marché clôt un an et demi de procédure et va permettre à la Ville de Paris de se doter d'un outil rénové en soutien à la presse et aux kiosquiers parisiens.

Ce marché permettra de soutenir la diffusion d'une presse libre, indépendante et pluraliste ; accompagner l'évolution des usages et des attentes ; maintenir les kiosques comme lieux d'échanges et d'information au sein du paysage urbain ; améliorer les conditions de travail des kiosquiers et valoriser leur métier.

La Ville de Paris entend ainsi donner un nouveau souffle aux kiosques parisiens, en les inscrivant dans l'évolution de notre Ville.

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

- m'autoriser à signer le marché avec la société Mediakiosk, candidat retenu à l'issue de la procédure de dialogue compétitif pour la conception, la fourniture, l'entretien, la maintenance et l'exploitation publicitaire de kiosques de presse et de quelques kiosques à autre usage, et la gestion des kiosquiers ;
- imputer les dépenses correspondantes sur divers crédits inscrits et à inscrire aux budgets de fonctionnement et d'investissement de la Ville de Paris, au titre des exercices 2016 et suivants, sous réserve des décisions de financement ;
- constater une recette au chapitre 70, rubrique 091, nature 70321 du budget de fonctionnement municipal des exercices 2016 et suivants.

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

La Maire de Paris