

**MISE A DISPOSITION, INSTALLATION,
ENTRETIEN, MAINTENANCE ET
EXPLOITATION DES MOBILIERS URBAINS
PUBLICITAIRES ET NON PUBLICAIRES**

**ANALYSE DES OFFRES
AVANT NEGOCIATIONS
SYNTHÈSE**



SOMMAIRE

b PROCÉDURE

b ANALYSE FINANCIERE

b CANDIDATS

b NOTATION ET CLASSEMENT

b ANALYSE TECHNIQUE

CADRE CONTRACTUEL

FORME DE CONTRAT

Concession

OBJET

Mise à disposition, installation, entretien, maintenance et exploitation d'éléments de mobilier urbain publicitaires et non publicitaires.

CAMPAGNES

- Proposition de campagnes Ville sur les 2m2 à la discrétion des candidats
- A minima 10 campagnes sur les 8m2
- Vecteur de communication Grand Chambéry à définir par les candidats

DUREE

16 ans

DÉMARRAGE PRÉVISIONNEL

1^{er} juillet 2024 ou à compter de la date de notification du contrat si celle-ci est postérieure

MISSIONS

Cf. slide suivante

OBJECTIFS

- Déploiement de mobiliers dont les qualités techniques et le design respectent l'environnement et le caractère patrimonial du territoire ;
- Intégration de services annexes à la hauteur des enjeux inhérents à un service déployé sur le domaine public ;
- Intégration des enjeux portés par le futur règlement local de publicité intercommunal (RLPi), qui entraîne une réduction importante de la publicité en zone résidentielle, la restreignant pour l'essentiel au mobilier urbain ;
- Développement des capacités de communication de la Ville et de l'Agglomération ;
- Mise en place d'un suivi opérationnel efficient des mobiliers déployés sur le territoire

DISPOSITIF FINANCIER

Le concessionnaire collecte les recettes publicitaires inhérentes à l'exploitation des mobiliers urbains publicitaire.

Il verse à la Ville la taxe locale sur la publicité extérieure (TLPE)

PROCÉDURE

3

MISSIONS DU PRESTATAIRE

MISSIONS PRINCIPALES	CONCÉDANT	CONCESSIONNAIRE
Technique		
Fabrication, livraison et mise à disposition des mobiliers urbains objets du présent contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Validation de l'implantation des mobiliers urbains, dans les conditions de l'article 7.1 du présent contrat	<input checked="" type="checkbox"/>	
Dépôt, suivi et obtention des déclarations et demandes diverses		<input checked="" type="checkbox"/>
Pose des mobiliers dans les conditions de l'article 7.2 du présent contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Entretien des mobiliers dans les conditions de l'article 8.2 du présent contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Maintenance préventive et curative des mobiliers dans les conditions de l'article 8.3 du présent contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Dépose des mobiliers à la demande de la Ville ou à l'échéance du présent contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Déplacement des mobiliers objets du contrat dans les conditions de l'article 10.1 du contrat		<input checked="" type="checkbox"/>

PROCÉDURE

4

MISSIONS DU PRESTATAIRE

MISSIONS PRINCIPALES	CONCÉDANT	CONCESSIONNAIRE
Technique		
Prise en charge de la consommation électrique des mobiliers raccordés à l'éclairage public	<input checked="" type="checkbox"/>	
Formation des agents de la Ville à l'utilisation à l'outil de pilotage du contrat		<input checked="" type="checkbox"/>
Formation des agents de la Ville à l'utilisation à l'outil de création et de programmation		<input checked="" type="checkbox"/>
Communication		
Conception des campagnes d'affichage municipal	<input checked="" type="checkbox"/>	
Impression des campagnes d'affichage municipal	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Pose des campagnes d'affichage municipal		<input checked="" type="checkbox"/>

MISSIONS DU PRESTATAIRE

MISSIONS PRINCIPALES	CONCÉDANT	CONCESSIONNAIRE
Financier		
Perception des recettes publicitaires et, en règle générale, de toute recette issue de l'exploitation de la présente concession de service		<input checked="" type="checkbox"/>

CRITÈRES DE SÉLECTION

CRITÈRE	PONDÉRATION
Valeur technique et environnementale	80
Qualité des mobiliers et de leur implantation	30
Qualité du service	30
Développement durable	20
<i>Chaque sous-critère renvoie à un livret du mémoire technique tel que présenté en annexe 2 du règlement de la consultation et identifie les items à renseigner par les candidats. Les items sont sous-pondérés tels que renseignés à l'article 8-2-2 du RC</i>	
Valeur financière	20
Cohérence et pertinence du compte d'exploitation prévisionnel	15
Cout des prestations supplémentaires intégrées au bordereau des prix unitaires sur la base du devis quantitatif estimatif	5

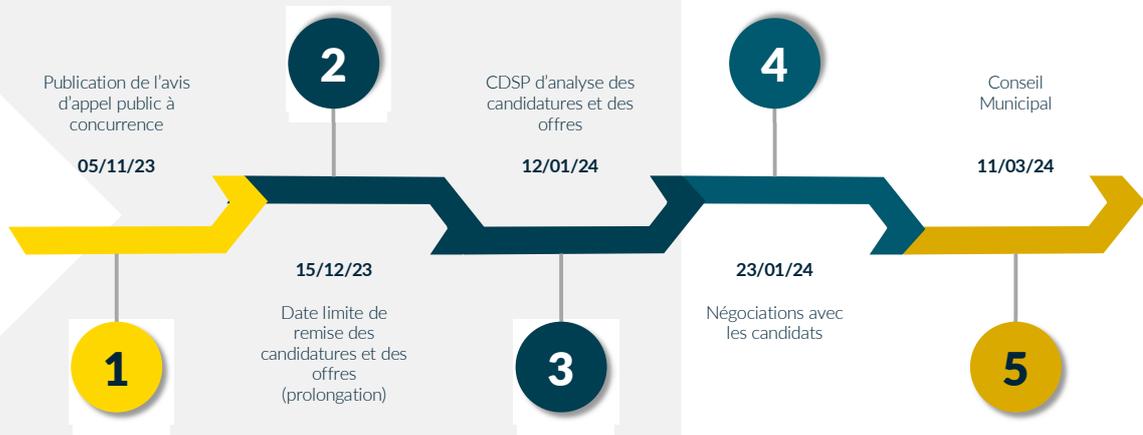
METHODE DE NOTATION

Dans le cadre de l'analyse des offres, et notamment des items intégrés à chaque sous-critère, le barème de notation applicable est le suivant :

NOTE SUR 5	APPRECIATION
0	Absence de réponse
1	Réponse non satisfaisante, soit une réponse en inadéquation avec les attentes du projet de contrat ou strictement en deçà des standards du secteur
2	Réponse peu satisfaisante, soit une réponse répondant partiellement aux attentes du projet de contrat ou en deçà des standards du secteur
3	Réponse satisfaisante, soit une réponse en adéquation avec les attentes du projet de contrat ou avec les standards du secteur
4	Réponse très satisfaisante, soit une réponse présentant une plus-value limitée par rapport aux attentes du projet de contrat ou aux standards du secteur
5	Réponse excellente, soit une réponse présentant une plus-value significative par rapport aux attentes du projet de contrat ou aux standards du secteur

Cette grille s'applique préalablement à la sous-pondération par item, renseignés à l'annexe 2 du règlement de consultation.

Le calendrier de la procédure objet de la présente analyse est le suivant.



Les candidatures transmises dans le cadre de la procédure objet de la présente analyse sont les suivantes :



L'analyse des candidatures, au sens du règlement de la consultation, est réalisée dans un document spécifique (format Excel).

PERIMETRE PROPOSÉ PAR CHACUN DES CANDIDATS

Ce récapitulatif, n'étant pas noté, a pour vocation de bénéficier, avant analyse des offres, d'une vision globale.

JCDecaux

ABRIS VOYAGEURS	MOBILIERS 2M2	MOBILIERS 8M2
 <p>4 Abris-voyageurs spéciaux publicitaires <i>Design Norman Foster</i> +2 Abris-voyageurs spéciaux non publicitaires</p>  <p>141 Abris-voyageurs publicitaires <i>Design Norman Foster</i></p>  <p>96 Abris-voyageurs non-publicitaires <i>Design Norman Foster</i></p>  <p>Alternative design Abris-voyageurs - modèle Hello</p>	 <p>88 Mobiliers d'information 2m² <i>Gamme Prestige</i></p>	 <p>20 Mobiliers d'information 8m² <i>Gamme Prestige</i></p>

ANALYSE TECHNIQUE

11

PERIMETRE PROPOSÉ PAR CHACUN DES CANDIDATS

Ce récapitulatif, n'étant pas noté, a pour vocation de bénéficier, avant analyse des offres, d'une vision globale.

JCDecaux

PANNEAU D'ENTREE DE VILLE	COLONNES D'AFFICHAGE CULTUREL ET MATS DRAPEAUX	MOBILIERS DIGITAUX
 <p>1 Panneau d'entrée de ville <i>Design Norman Foster</i></p>	 <p>4 Colonnes d'information culturelle <i>Gamme Prestige</i></p>  <p>30 Mâts drapeau <i>Design Martin Szekely</i></p>	 <p>10 Mobiliers numériques <i>Gamme Prestige</i></p>

ANALYSE TECHNIQUE

12

PERIMETRE PROPOSÉ PAR CHACUN DES CANDIDATS

Ce récapitulatif, n'étant pas noté, a pour vocation de bénéficier, avant analyse des offres, d'une vision globale.



ABRIS VOYAGEURS	MOBILIERS 2M2	MOBILIERS 8M2
<p>Proposition 1 :</p>  <p>Abris voyageurs – Quantité : 145 + 98</p>	<p>Proposition 1 :</p>  <p>Panneaux dits "2m²" – Quantité : 88</p>	 <p>Panneaux dits "8m²" – Quantité : 20</p>
<p>Proposition 2 :</p>  <p>Abris voyageurs – Quantité : 145 + 98</p>	<p>Proposition 2 :</p>  <p>Panneaux dits "2m²" – Quantité : 88</p>	
<p>Proposition 3 :</p>  <p>Abris voyageurs – Quantité : 145 + 98</p>	<p>Proposition 3 :</p>  <p>Panneaux dits "2m²" – Quantité : 88</p>	

ANALYSE TECHNIQUE

13

PERIMETRE PROPOSÉ PAR CHACUN DES CANDIDATS

Ce récapitulatif, n'étant pas noté, a pour vocation de bénéficier, avant analyse des offres, d'une vision globale.



PANNEAU D'ENTREE DE VILLE	COLONNES D'AFFICHAGE CULTUREL ET MATS DRAPEAUX	MOBILIERS DIGITAUX
 <p>Panneaux d'entrée de Ville – Quantité : 1</p>	 <p>Colonne d'Affichage Culturel – Quantité : 4</p>	 <p>Mobilier Digitaal – Quantité : 10</p>
	 <p>Mats drapeaux – Quantité : 30</p>	

ANALYSE TECHNIQUE

14

PERIMETRE PROPOSÉ PAR CHACUN DES CANDIDATS

Ce récapitulatif, n'étant pas noté, a pour vocation de bénéficier, avant analyse des offres, d'une vision globale.



ABRIS VOYAGEURS	MOBILIERS 2M2	MOBILIERS 8M2
<p>Abri voyageur Simple Publicitaire Horizon Amantour</p> <p>Abri voyageur Double Publicitaire Horizon Amantour</p> <p>Abri voyageur Simple non-publicitaire Horizon Amantour</p> <p>Abri voyageur Double non-publicitaire Horizon Amantour</p> <p>Abri voyageur Simple non-Publicitaire Horizon Amantour</p> <p>Abri voyageur Double non-Publicitaire Horizon Amantour</p>	<p>88</p> <p>Planimètre 2m² Double face Horizon Zenith</p>	<p>20</p> <p>Panneau 8m² Double face Zenith</p>

ANALYSE TECHNIQUE

15

PERIMETRE PROPOSÉ PAR CHACUN DES CANDIDATS

Ce récapitulatif, n'étant pas noté, a pour vocation de bénéficier, avant analyse des offres, d'une vision globale.



PANNEAU D'ENTREE DE VILLE	COLONNES D'AFFICHAGE CULTUREL ET MATS DRAPEAUX	MOBILIERS DIGITAUX
<p>1</p> <p>Panneau d'entrée de ville</p>	<p>30</p> <p>4</p> <p>Mât Drapeau 2m² Double face</p> <p>Colonne d'affichage culturel Elyse Albatros</p>	<p>10</p> <p>Totem digital d'informations 2m² Sofia</p>

ANALYSE TECHNIQUE

16

PERIMETRE PROPOSÉ PAR CHACUN DES CANDIDATS

Ce récapitulatif, n'étant pas noté, a pour vocation de bénéficier, avant analyse des offres, d'une vision globale.



ABRIS VOYAGEURS	MOBILIERS 2M2	MOBILIERS 8M2
<p>- 145 abris-voyageurs publicitaires gamme Iris ou Astrale (dont 10 doubles et 4 spéciaux) - 98 abris voyageurs non publicitaires gamme Iris ou Astrale (dont 4 doubles et 2 spéciaux)</p> 	<p>- 88 planimètres 2m2 gamme Iris ou Astrale : 50% publicité / 50% ville</p> 	<p>- 20 vitrines 8m2 gamme Iris ou Astrale : 50% publicité / 50% ville</p> 

ANALYSE TECHNIQUE

17

PERIMETRE PROPOSÉ PAR CHACUN DES CANDIDATS

Ce récapitulatif, n'étant pas noté, a pour vocation de bénéficier, avant analyse des offres, d'une vision globale.



PANNEAU D'ENTREE DE VILLE	COLONNES D'AFFICHAGE CULTUREL ET MATS DRAPEAUX	MOBILIERS DIGITAUX
<p>- 1 panneau d'entrée de ville Ellipse ou Majestic</p> 	<p>- 4 colonnes d'affichage culturel gamme Onyx ou Trianon</p>  <p>- 30 mâts porte-affiche gamme Accent</p> 	<p>- 10 panneaux digitaux LED 2m2 gamme Astrale ou Murano</p> 

ANALYSE TECHNIQUE

18

PERIMETRE PROPOSÉ PAR CHACUN DES CANDIDATS

Ce récapitulatif, n'étant pas noté, a pour vocation de bénéficier, avant analyse des offres, d'une vision globale.



ABRIS VOYAGEURS	MOBILIERS 2M2	MOBILIERS 8M2
- 145 abris-voyageurs	- 88 planimètres 2m2	- 20 dispositifs 8m2
	 <p>Bandeau Totem Centro Arche</p>	 <p>Design modèle 1 Design modèle 2</p>

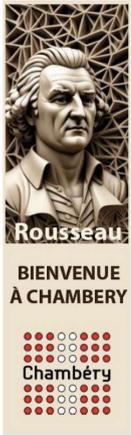
ANALYSE TECHNIQUE

19

PERIMETRE PROPOSÉ PAR CHACUN DES CANDIDATS

Ce récapitulatif, n'étant pas noté, a pour vocation de bénéficier, avant analyse des offres, d'une vision globale.



PANNEAU D'ENTREE DE VILLE	COLONNES D'AFFICHAGE CULTUREL ET MATS DRAPEAUX	MOBILIERS DIGITAUX
- 1 panneau entrée de ville	- 4 colonnes d'affichage culturel	- 10 mobiliers digitaux
	 <p>- 30 mats drapeaux</p> 	

ANALYSE TECHNIQUE

20

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION

JCDecaux

philippe Médiaud
publicité

ITEM 1 : Caractéristiques techniques et esthétiques des abris-voyageurs publicitaires et non publicitaires

Synthèse de la demande : Le candidat doit respecter les exigences de la Ville en matière de dimensions maximales, de format d'affichage, de système d'affichage, de rétroéclairage et de système d'ouverture.

Modèle(s) : 2 (FOSTER, HELLO)
Nombre : 243 (145 publicitaires, 98 non-publicitaires)
Dimensions : simple : H2,46m x L5,22m x P1,56m ; double : H2,46m x L7,91m x P1,56m ; triple : H2,46m x L11,81 x P1,56m
Format : portrait **Affichage utile :** 2m2 **Rétroéclairage :** LED, détecteurs de présence **Système d'ouverture :** véris
Information : signalétique frontale et latérale, support borne d'information voyageurs (BIV), cadre d'information **Design :** classique et épuré
Innovations : 2 ports USB (50 abris les + fréquentés), cendriers (à qualifier) dont cendriers supplémentaires « espace zéro mégo » (à qualifier) (parc relais de la Trousse), pompes/abris/stations de réparation au Parc relais de la Trousse (à qualifier), toitures photovoltaïques (50 abris), NFC et QR

Modèle(s) : 3 (SEVEN, CITYZEN, MOLESKIN)
Nombre : 243 (145 publicitaires, 98 non-publicitaire)
Dimensions : SEVEN : H2,45m x L3,54m x P1,88m ; CITYZEN : H2,00m x L3,66m x P1,92m MOLESKINE : H2,60m x L4,00m x P1,85m
Format : portrait **Affichage utile :** 2m2 **Rétroéclairage :** LED, détecteurs de présence **Système d'ouverture :** véris
Information : signalétique frontale et latérale, support borne d'information voyageurs (BIV), cadre d'information **Design :** classique et épuré
Innovations : ports USB (100% du parc), cendriers (à qualifier), toitures végétalisées (15% du parc de mobiliers), toitures photovoltaïques (15% du parc de mobiliers) relais 5G (en fonction des demandes des opérateurs), prestation de Wifi, consommation à la charge du Concédant (à qualifier), NFC et QR codes

Explication de la notation

5

Réponse excellente

L'offre du candidat est excellente au regard des plus-values identifiées (USB, alimentation solaire). Les volumétries des services complémentaires restent à qualifier.

5

Réponse excellente

L'offre du candidat est excellente au regard des plus-values identifiées (USB, alimentation solaire). Les volumétries des services complémentaires restent à qualifier.

ANALYSE TECHNIQUE

21

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION

CLEARCHANNEL

3m
GIROOMEDIAS

ITEM 1 : Caractéristiques techniques et esthétiques des abris-voyageurs publicitaires et non publicitaires

Synthèse de la demande : Le candidat doit respecter les exigences de la Ville en matière de dimensions maximales, de format d'affichage, de système d'affichage, de rétroéclairage et de système d'ouverture.

Modèle(s) : 2 (HORIZON AMARANTE, AUVENT)
Nombre : 255 (160 publicitaires, 95 non publicitaires)
Dimensions : simple : H2,37m x L3,79m x P1,58m ; double : H2,37m x L7,66m x P1,58m

Format : portrait
Affichage utile : 2m2
Rétroéclairage : LED, détecteur de présence
Système d'ouverture : véris
Information : signalétique frontale et latérale, support borne d'information voyageurs (BIV), cadre d'information
Design : classique et épuré
Innovations : cendrier (à qualifier, a priori 100%), toitures photovoltaïques (à qualifier)

Modèle(s) : 2 (IRIS, ASTRALE)
Nombre : 243 (145 publicitaires, 98 non publicitaires)
Dimensions : IRIS s/ : H2,60m x L3,50m x P1,59m d/ H2,60m x L7,00m x P1,59m ; ASTRALE s/ : H2,61m x L3,46m x P1,52m, d/ : H2,61m x L6,95m x P1,52m

Format : portrait
Affichage utile : 2m2
Rétroéclairage : LED, détecteur de présence
Système d'ouverture : véris
Information : signalétique frontale et latérale, support BIV, 1/2 cadres d'information
Design : classique et épuré
Innovations : corbeille avec cendrier (à qualifier), ports USB (à qualifier), mention de toitures végétalisées (à qualifier), photovoltaïques (à qualifier), habillage événementiel (à qualifier), borne WIFI (à qualifier), NFC/QR (à qualifier)

Explication de la notation

2

Réponse peu satisfaisante

L'offre du candidat, basée sur une volumétrie en inadéquation avec le projet de contrat, est peu satisfaisante en l'état. Les volumétries des services complémentaires restent à qualifier.

3

Réponse satisfaisante

L'offre du candidat est satisfaisante. L'absence de valorisation des innovations (volume notamment) empêche toute identification de plus-value.

ANALYSE TECHNIQUE

22

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION



ITEM 1 : Caractéristiques techniques et esthétiques des abris-voyageurs publicitaires et non publicitaires

Synthèse de la demande : Le candidat doit respecter les exigences de la Ville en matière de dimensions maximales, de format d'affichage, de système d'affichage, de rétroéclairage et de système d'ouverture.

Modèle(s) : 1 (VILNAS)
Nombre : 145 publicitaires **sans aucune précision concernant les abris-voyageurs non publicitaires**
Dimensions : H2,89m x L3,87m x P1,64m

Format : portrait
Affichage utile : 2m2 **(a priori déroulantes, non conforme)**
Rétroéclairage : LED, détecteur de présence
Système d'ouverture : véris
Information : signalétique frontale et latérale, **absence de précision concernant les supports BIV**, cadre horaire,
Design : classique et épuré
Innovations : cendriers **(à qualifier)**

Explication de la notation

1

Réponse non satisfaisante

L'offre du candidat, souffrant de nombreuses imprécisions et ne prévoyant que 145 abris-voyageurs, est en l'état non satisfaisante.

ANALYSE TECHNIQUE

23

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION

JCDecaux



ITEM 2 : Engagement en matière de réserve des abris-voyageurs

Synthèse de la demande : Le candidat doit respecter les exigences de la Ville en matière de réserve des abris-voyageurs (réserve d'abris-voyageurs d'a minima 10% du parc).

Nombre : 22 abris publicitaires et 15 abris non publicitaires (15% du parc)

Nombre : **absence de précision (étant entendu que le nombre de mobiliers intégré au mémoire financier - investissements - est uniquement conforme à la volumétrie prévue au contrat).**

Explication de la notation

4

Réponse très satisfaisante

L'offre du candidat, proposant une réserve d'abris-voyageurs de 15% du parc, va au-delà des exigences de la Ville et est très satisfaisante.

0

Absence de réponse

L'offre du candidat ne précise pas la réserve d'abris-voyageurs projetée.

ANALYSE TECHNIQUE

24

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION



ITEM 2 : Engagement en matière de réserve des abris-voyageurs

Synthèse de la demande : Le candidat doit respecter les exigences de la Ville en matière de réserve des abris-voyageurs (réserve d'abris-voyageurs d'a minima 10% du parc).

Nombre : 10% du parc (distinction entre mobiliers publicitaires et non publicitaires à qualifier)

Nombre : 35% du parc sans distinction entre mobiliers publicitaires et non publicitaires

Explication de la notation

3

Réponse satisfaisante

5

Réponse excellente

L'offre du candidat, respectant les exigences de la Ville en matière de réserve d'abris voyageurs (%), est satisfaisante. La distinction entre publicitaire et non-publicitaire reste à expliciter.

L'offre du candidat est excellente sous réserve de la décomposition du taux proposé par le candidat entre publicitaires et non publicitaires.

ANALYSE TECHNIQUE

25

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION



ITEM 2 : Engagement en matière de réserve des abris-voyageurs

Synthèse de la demande : Le candidat doit respecter les exigences de la Ville en matière de réserve des abris-voyageurs (réserve d'abris-voyageurs d'a minima 10% du parc).

Nombre : absence de précision

Explication de la notation

0

Absence de réponse

L'offre du candidat ne précise pas la réserve d'abris-voyageurs projetée.

ANALYSE TECHNIQUE

26

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION

JCDecaux

philippe
Védiaud
publicité

ITEM 7 : Caractéristiques techniques et esthétiques des mobiliers digitaux

Synthèse de la demande : Le candidat doit respecter les exigences de la Ville en matière de dimensions, de format, de système d'affichage et de système d'ouverture.

Format

Portrait

Affichage utile de 2m2 environ

Technologie

LED

Pitch inférieur ou égal à 6mm

Système d'affichage

Simple face

Sur mat

Modèle(s) : 1 (PRESTIGE)

Nombre : 10

Dimensions : H4,16m x L1,32 x P0,21m (2,20m>sol)

Format : portrait, sur mât

Affichage utile : 2m2

Système d'affichage : simple face

Design : classique et épuré

Technologie : LED (dalles LED renouvelés en cours de contrat)

Résolution : 62 500 pixels/m2, pitch de 4mm

Luminosité : jusqu'à 5500 cd/m2, adaptabilité en journée

Stockage : 128Go

Modèle(s) : 2 (MODÈLE 1, MODÈLE 2)

Nombre : 10

Dimensions : MODELE 1 H4,41m x L1,40m x P0,22m ; MODELE 2 - H4,50m x L1,40m x P0,22m (2,20m>sol)

Format : portrait, sur mât

Affichage utile : 2m2

Système d'affichage : simple face

Design : classique et épuré

Technologie : LED (dalles LED renouvelés une fois en cours de contrat), intégration de panneaux photovoltaïques au dos (**à qualifier**)

Résolution : 262 522 pixels au m2, pitch de 2mm (**incohérence avec la mention d'un pitch de 4 à 6mm**)

Luminosité : jusqu'à 12 000 cd/m2, adaptabilité en journée.

Stockage : 120Go

Explication de la notation

4

Réponse très satisfaisante

5

Réponse excellente

L'offre du candidat, au regard des caractéristiques technologiques de l'équipement (notamment le pitch), est très satisfaisante.

L'offre du candidat, au regard des caractéristiques technologiques de l'équipement (notamment le pitch et la technologie solaire), est excellente sous réserve de la confirmation de l'ensemble des éléments.

ANALYSE TECHNIQUE

27

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION

CLEARCHANNEL

3m
GIROOMEDIAS

ITEM 7 : Caractéristiques techniques et esthétiques des mobiliers digitaux

Synthèse de la demande : Le candidat doit respecter les exigences de la Ville en matière de dimensions, de format, de système d'affichage et de système d'ouverture.

Format

Portrait

Affichage utile de 2m2 environ

Technologie

LED

Pitch inférieur ou égal à 6mm

Système d'affichage

Simple face

Sur mat

Modèle(s) : 1 (TOTEM DIGITAL SOFIA)

Nombre : 10

Dimensions : H4,19m x L1,27m x P0,35m (2,23m>sol)

Format : portrait, sur mât

Affichage utile : 2m2

Système d'affichage : simple face

Design : classique et épuré

Technologie : LED (**absence de précision concernant le changement de dalle LED en cours de contrat**)

Résolution : **absence de précision quant au nombre de pixels/m2**, pitch de 6mm

Luminosité : jusqu'à 6500 cd/m2, adaptabilité en journée

Stockage : **absence de précision**

Modèle(s) : 2 (ASTRALE, MURANO)

Nombre : 10

Dimensions : ASTRALE H4,79m x L1,38m x P0,23m ; MURANO H4,75m x L1,24m x P0,21m (min 2,20m>sol)

Format : portrait, sur mât

Affichage utile : 2m2

Système d'affichage : simple face

Design : classique et épuré

Technologie : LED (dalles LED renouvelés une fois en cours de contrat, en 7^{ème} année) intégration de panneaux photovoltaïques au dos (**à qualifier**)

Résolution : 119 808 pixels, pitch de 4mm

Luminosité : 5000 cd/m2, adaptabilité en journée

Stockage : **absence de précision**

Explication de la notation

2

Réponse peu satisfaisante

4

Réponse très satisfaisante

L'offre du candidat, au regard de son incomplétude et son imprécision (notamment au sujet du renouvellement des dalles), est peu satisfaisante en l'état.

L'offre du candidat, au regard des caractéristiques technologiques de l'équipement (notamment le pitch), est très satisfaisante. L'intégration de panneaux photovoltaïques, non qualifiée à date, ne constitue pas une plus-value.

ANALYSE TECHNIQUE

28

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION



ITEM 7 : Caractéristiques techniques et esthétiques des mobiliers digitaux

Synthèse de la demande : Le candidat doit respecter les exigences de la Ville en matière de dimensions, de format, de système d'affichage et de système d'ouverture.

Format
Portrait
Affichage utile de 2m2 environ
Technologie
LED
Pitch inférieur ou égal à 6mm
Système d'affichage
Simple face
Sur mat

Modèle(s) : 1 (MURANO)
Nombre : 10
Dimensions : H4,75m x L1,24m x P0,14m (2,30>sol)

Format : portrait, sur mât
Affichage utile : 2m2
Système d'affichage : simple face
Design : moderne
Technologie : LED (absence de précision concernant le changement de dalle LED en cours de contrat)

Résolution : pitch de 4mm ou 6mm sans précision de la technologie effectivement choisie et de la résolution

Luminosité : absence de précision
Stockage : absence de précision

Explication de la notation

2

Réponse peu satisfaisante

L'offre du candidat, au regard de son incomplétude et son imprécision (notamment au sujet de la technologie des mobiliers et du renouvellement des dalles), est peu satisfaisante en l'état.

ANALYSE TECHNIQUE

29

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION



ITEM 11 : Qualité et pertinence de l'identification des abris-voyageurs considérés comme spécifiques, correspondant au pôle de correspondance (Halles, gare et Ducs)

Synthèse de la demande : le Concessionnaire a à charge d'identifier des abris-voyageurs considérés comme spécifiques correspondant aux pôles de correspondance (Halles, Gare, Ducs). Six unités sont concernées.

Modèle(s) : 1
Format(s) : simple (6m2), double (12m2), triple (18m2)

Modalités d'identification : format (gare quai 1 : 2 abris voyageurs doubles (24m2) ; gare quai 2 : 1 abri-voyageur triple (18m2) ; ducs quai 1 : 1 abri-voyageur triple (18m2) ; ducs quai 2 : 1 abri double et 1 abri simple (18m2) ; halles quai 1 : 1 abri-voyageur triple non publicitaire (18m2) ; halles quai 2 : 2 abris-voyageurs simples avec extension non publicitaire (16m2) ; personnalisation complète des parois de fond (ex : sérigraphie de l'œuvre intégrale de Victor Hugo à Grenoble) ou habillage couleur ; mat signalétique indépendant

Modèle(s) : absence de précision

Format(s) : absence de précision

Modalités d'identification : absence de précision

Explication de la notation

5

Réponse excellente

L'offre du candidat, proposant de nombreux vecteurs d'identification des pôles de correspondance et d'une proposition circonstanciée, est excellente.

0

Absence de réponse

Le candidat n'a pas fourni de réponse concernant les abris-voyageurs spécifiques, bien que le mémoire financier prévoit un traitement spécifique (ex : + 200 € sur le coût unitaire de l'abri simple).

ANALYSE TECHNIQUE

30

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION



ITEM 11 : Qualité et pertinence de l'identification des abris-voyageurs considérés comme spécifiques, correspondant au pôle de correspondance (Halles, gare et Ducs)

Synthèse de la demande :

Modèle(s) : 1

Format(s) : triple (18m2)

Modalités d'identification : format (triple pour l'ensemble des unités) sans autre moyen d'identification

Modèle(s) : absence de précision

Format(s) : possibilité d'apposer plusieurs mobiliers « à la suite » sans autre précision

Modalités d'identification : format (cf. ci-avant) sans autre moyen d'identification

Explication de la notation

2

Réponse peu satisfaisante

1

Réponse non satisfaisante

L'offre du candidat, se limitant à proposer des formats différents pour identifier les pôles de correspondance, est en l'état peu satisfaisante.

L'offre du candidat, ne précisant pas son positionnement sur les « spéciaux » est non satisfaisante.

ANALYSE TECHNIQUE

31

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION



ITEM 11 : Qualité et pertinence de l'identification des abris-voyageurs considérés comme spécifiques, correspondant au pôle de correspondance (Halles, gare et Ducs)

Synthèse de la demande :

Modèle(s) : absence de précision

Format(s) : absence de précision

Modalités d'identification : absence de précision

Explication de la notation

0

Absence de réponse

Le candidat n'apporte aucune précision en ce qui concerne les abris-voyageurs spécifiques.

ANALYSE TECHNIQUE

32

QUALITÉ DES MOBILIERS ET DE LEUR IMPLANTATION

					
NOTE SUR 30	21,00	15,24	13,86	15,54	8,82
APPRÉCIATION GLOBALE	<p>L'offre du candidat est globalement (très) satisfaisante.</p> <p>Si certains éléments restent à confirmer / proposer par le candidat (ex : renouvellement de l'entrée de Ville), l'offre du candidat est spécifique à la demande la Ville (ex : digitaux) et de l'Agglomération (ex : abris voyageurs spéciaux, sérigraphie à l'image de Grand Chambéry)</p>	<p>L'offre du candidat est globalement satisfaisante.</p> <p>De nombreux éléments restent à confirmer / proposer par le candidat (ex : réserve d'abris-voyageurs)</p> <p>L'offre du candidat est spécifique à la demande la Ville (ex : digitaux), peu à celle de l'Agglomération (ex : abris spéciaux non traités)</p>	<p>L'offre du candidat est globalement peu satisfaisante.</p> <p>De nombreux éléments restent à confirmer / proposer par le candidat (ex : caractéristiques des abris).</p> <p>L'offre du candidat est spécifique à la demande la Ville (ex : digitaux), peu à celle de l'Agglomération (ex : abris spéciaux traités sous l'angle du format uniquement)</p>	<p>L'offre du candidat est globalement satisfaisante.</p> <p>Il convient néanmoins de préciser que le candidat a pris des points sur des éléments tels que la réserve (35%), le digitaux, la peinture etc.</p> <p>Certains points, tels que les abris spéciaux ne sont pas traités dans le cadre de son offre.</p>	<p>L'offre du candidat est globalement non satisfaisante.</p> <p>Si certains éléments sont conformes à la demande de la Ville et de l'Agglomération, les éléments spécifiques tels que les abris-voyageurs spéciaux ou le panneau d'entrée de Ville sont inexistantes ou peu traités.</p>

NOTATION INTERMÉDIAIRE

33

QUALITE DU SERVICE

		
ITEM 2 : Moyens techniques et humains dédiés à l'entretien, la maintenance et l'affichage (publicité et campagnes municipales) et cohérence avec les engagements en matière d'entretien et de maintenance	<p>Synthèse de la demande : Le candidat doit préciser son organisation et ses équipements de nature à respecter son obligation de résultat.</p> <p>Référence : Responsable technique et adjoint d'exploitation (identifiés)</p> <p>Identification géographique : agence locale de Chambéry (0km)</p> <p>Moyens humains : 1 chef de secteur (identifié), 1 adjoint technique (identifié), 2 agents de montage et de rénovation (identifiés), 5 agents pluri-métiers (identifiés),</p> <p>Moyens techniques : 1 cuve de 10.000 L récupératrice d'eau de pluie, shampoing universel, solvant anti-graffitis (demande des fiches techniques pour les produits d'entretien), 1 poids lourd, 5 utilitaires, équipements de sécurités, gros et petit outillage.</p> <p>Fréquence entretien : 2x/semaine (courant, complet), délai pour spécifique non défini (dès que nécessaire)</p> <p>Délai maintenance curative : 2h (MES, digitaux, bris), 5j (mobiliers hors scellement), 10j (dont scellement)</p>	<p>Référence : Responsable technique local (identifié)</p> <p>Identification géographique: agence locale située à La Fouillouse (158km) et agence créée sur place en cas de gain de la concession (0km)</p> <p>Moyens humains : 1 responsable technique local, 1 responsable suivi des travaux et équipes de pose, 10 agents de maintenance, affichage et entretien (+ 6 localement embauchés en cas de gain du marché)</p> <p>Moyens techniques : 28 VL (Kangoo), 8 VL (Master), 2 VL type clio, 1 VL électrique, Smartphone avec application Maint'Solution, Kits nettoyage / produits d'entretien, kits mise en sécurité, outillage divers, EPI, outils de montée/passereles, planning d'intervention...</p> <p>Fréquence entretien : 2x/semaine (courant, complet), délai pour spécifique non défini</p> <p>Délai maintenance curative : 30mn (MES, digitaux, bris de glace), 12h (mobiliers hors scellement), absence de précision concernant le remplacement avec massif</p>
Explication de la notation	<p>4 Réponse très satisfaisante</p> <p>L'offre du candidat, basée sur des moyens humains et techniques spécifiquement dédiés, est très satisfaisante (réserve de la confirmation du délai d'intervention en entretien spécifique)</p>	<p>1 Réponse non satisfaisante</p> <p>L'offre du candidat, au regard des nombreuses incomplétudes et incohérences, est non satisfaisante.</p>

ANALYSE TECHNIQUE

34

QUALITE DU SERVICE



ITEM 2 : Moyens techniques et humains dédiés à l'entretien, la maintenance et l'affichage (publicité et campagnes municipales) et cohérence avec les engagements en matière d'entretien et de maintenance

Synthèse de la demande : Le candidat doit préciser son organisation et ses équipements de nature à respecter son obligation de résultat.

Référence : Directeur actifs et dvt régional (identifié)

Identification géographique : agence de Grenoble

Moyens humains : 1 responsable technique, 1 responsable d'exploitation, 1 adjoint technique, **3 afficheurs (Grenoble)**, 1 magasinier

Moyens techniques : Renault Kangoo ou Citroën Berlingo, Renault Master ou Citroën Jumper, Renault MidLiner 150, Renault Clio ou Citroën C2 commerciale **(sans précision relative au nombre de véhicules)**

Fréquence entretien : 1x/semaine entretien courant, 1x/mois entretien complet, 24h entretien spécifique

Délai maintenance curative : 4h (MES), 24h (digitaux), 48h (bris de glace), 96h (mobilier hors scellement), 10j (dont scellement)

Référence : Responsable marché et patrimoine (identifié)

Identification géographique: nouvelle agence de Chambéry créée pour la concession

Moyens humains : 1 directeur d'agence 2 agents techniques, 1 chargé d'affaire

Moyens techniques : 2 véhicules d'intervention spécifiquement dédiés

Fréquence entretien : 1x/semaine courant, 1x/mois entretien complet, 24h entretien spécifique

Délai maintenance curative : 30mn (MES), 1h (digitaux), 1h (bris de glace), 24h (mobilier hors scellement), 4j (dont scellement)

Explication de la notation

1

Réponse non satisfaisante

L'offre du candidat, au regard des nombreuses incomplétudes et incohérences, est non satisfaisante.

1

Réponse non satisfaisante

L'offre du candidat, au regard des nombreuses incomplétudes et incohérences, est non satisfaisante.

ANALYSE TECHNIQUE

35

QUALITE DU SERVICE



ITEM 2 : Moyens techniques et humains dédiés à l'entretien, la maintenance et l'affichage

Synthèse de la demande : Le candidat doit préciser son organisation et ses équipements de nature à respecter son obligation de résultat.

Référence : Directeur technique

Identification géographique : **absence de précision**

Moyens humains : 3 techniciens mobilier urbain, 7 techniciens / afficheurs / monteurs + 3 techniciens supplémentaires spécifiquement pour le contrat (à embaucher)

Moyens techniques : 2 Renault Trafic, 3 Renault Master, 3 Mercedes Vito avec cuve de rinçage et bac de récupération d'eau de pluie, 1 camion benne, 1 camion électrique, petit matériel, produit de lavage biodégradable, produits anti-graffitis ISO vert, réservoir d'eau, nettoyeur haute pression...

Fréquence entretien : 1x/semaine entretien courant, 2x/mois entretien complet, 10j entretien spécifique

Délai maintenance curative : 4h (MES), 24h (digitaux), 24h (bris de glace), 72h (mobilier hors scellement), 10j (dont scellement)

Explication de la notation

1

Réponse non satisfaisante

L'absence d'identification de la localisation des moyens humains et techniques ne permet pas de qualifier leur cohérence avec les autres engagements.

ANALYSE TECHNIQUE

36

ITEM 4 : Modalités et planning de pose de l'ensemble des mobiliers

Synthèse de la demande : Le candidat doit présenter le planning de pose qu'il entend projeter sur la concession à compter de la date de notification.

Planning de pose : OUI

Nombre de phases : 4 phases – phase de préparation (tournées terrain, définition des emplacements, personnalisation, couleur, configurations) / phase administrative (déclarations administratives) / fabrication et rénovation (consultation, approvisionnement, assemblage, transport, contrôle qualité et livraison) / installation (scellements, pose et remise en état des sols)

Détail : planning variant entre 13 semaines et 28 semaines – en fonction de la typologie de mobilier – **étant entendu que le candidat propose deux hypothèses pour les abris (22 ou 28 semaines) sans que la distinction ne soit lisible**

Planning de pose : OUI

Nombre de phases : 5 phases – phase de préparation de chantier, mise en place de massifs, installations (y compris finitions au sol et mise en service), démontage du matériel existant, production

Détail : planning variant entre 12 et 20 semaines (**étant entendu que des incohérences sont relevées entre les finitions et la production**) – en fonction de la typologie de mobilier – abris voyageurs en 20 semaines dont 12 semaines de pose.

Explication de la notation

2

Réponse peu satisfaisante

2

Réponse peu satisfaisante

L'offre du candidat, peu lisible en matière de délai (cf.abris voyageurs) est peu satisfaisante.

L'offre du candidat, peu lisible en matière de délai (incohérence entre production et finitions) est peu satisfaisante.

ITEM 4 : Modalités et planning de pose de l'ensemble des mobiliers

Synthèse de la demande : Le candidat doit présenter le planning de pose qu'il entend projeter sur la concession à compter de la date de notification.

Planning de pose : OUI

Nombre de phases : 6 phases – commande et livraison matériel, scellement Clear Channel, pose des mobiliers Clear Channel, mise sous tension Enedis et contrôle véritas, réfection de sol, réception

Détail : planning variant entre 9 semaines minimum et 27 semaines maximum (**incohérence entre le planning et le texte de l'offre**) – en fonction de la typologie de mobilier – étant entendu que la pose des abris-voyageurs est évaluée à 27 semaines

Planning de pose : OUI

Nombre de phases : 4 phases – dépose des anciens mobiliers suivant le planning défini avec l'ancien opérateur, réalisation des massifs d'ancrage, pose des mobiliers et réfection des sols, raccordement aux sources électriques

Détail : planning variant entre 8 semaines minimum et 12 semaines maximum – en fonction de la typologie de mobilier (**incohérent au regard de la composition de l'équipe et du traitement des phases de scellement et de pose en transversal**)

Explication de la notation

3

Réponse satisfaisante

2

Réponse peu satisfaisante

L'offre du candidat est globalement satisfaisante sous réserve de certaines précisions relatives aux délais.

Si l'offre du candidat présente des délais optimisés, ces derniers sont en incohérence avec l'organisation projetée et les équipes dédiées.



ITEM 4 : Modalités et planning de pose de l'ensemble des mobiliers

Synthèse de la demande : Le candidat doit présenter le planning de pose qu'il entend projeter sur la concession à compter de la date de notification.

Planning de pose : OUI

Nombre de phases : 8 phases - cartographie, plan par typologie de mobilier, plan général, dossier des ouvrages exécutés, déclarations et autorisations diverses, scellements, remise en état des sols, visite de fin de travaux

Détail : 20 semaines maximum - étant entendu que le calendrier transmis n'est pas ventilé par typologie de mobilier et n'intègre pas la pose des mobiliers urbains (passage des scellements à la remise en état des sols)

Explication de la notation

1

Réponse non satisfaisante

L'offre du candidat peu précise ne permet pas de sécuriser le calendrier. L'offre est non satisfaisante.



ITEM 8 : Process et délai de pose des campagnes institutionnelles de la Ville

Synthèse de la demande : Le candidat précise les délais et modalités pour l'impression des affiches s'il la prend en charge (moyens et vecteurs de communication, nombre d'impressions, process, récupération sur site, livraison...) et leurs livraisons avant affichage (dans le cas d'une impression assurée par la ville).

Lieu(x) d'impression : imprimeurs locaux (non qualifiés)
Process : enregistrement des instructions/contenus, réception, conditionnement, expédition des affiches livrées par les partenaires imprimeurs locaux, mise à disposition pour enlèvement, pose par les agents JCDecaux

Nombre de campagnes :

- 52 par an sur les faces non publicitaires des 2m2 comprenant l'impression, la pose et la dépose (88 faces) à confirmer au regard de la rédaction (impression)
- 26 par an sur les faces non publicitaires des 8m2 comprenant l'impression, la pose et la dépose (20 faces non publicitaires) à confirmer au regard de la rédaction (impression)
- 52 campagnes par an comprenant l'impression, la pose et la dépose sur les mâts drapeaux (60 faces) à confirmer au regard de la rédaction (impression)
- 52 campagnes par an comprenant l'impression, la pose et la dépose sur les colonnes (12/24 faces) à confirmer au regard de la rédaction (impression)
- 2 poses de visuels par an pour l'entrée de ville à confirmer au regard de la rédaction (impression)

Lieu(x) d'impression : interne (non qualifié)

Process : mise en place du BAT, validation du BAT, impression, préparation des affiches, affichage, rapport à la collectivité/base de données

Nombre de campagnes :

- 52 par an sur les faces non publicitaires des 2m2 comprenant l'impression, la pose et la dépose (88 faces)
- 2 par an sur les faces publicitaires des 2m2 comprenant l'impression, la pose et la dépose (15 faces A sur un train déroulant)
- 52 par an sur les faces non publicitaires des 8m2 comprenant l'impression, la pose et la dépose (20 faces non publicitaires et 20 faces publicitaires sur les trains déroulants)
- 52 campagnes par an comprenant l'impression, la pose et la dépose sur les mâts drapeaux (60 faces)
- 52 campagnes par an comprenant l'impression, la pose et la dépose sur les colonnes (12/24 faces)

ITEM 8 : Process et délai de pose des campagnes institutionnelles de la Ville

Délai entre l'envoi et le déploiement : 3 semaines dans les cas standards, peut être réduit en cas de demande exceptionnelle **sans autre précision**

Accompagnement design : création et mise à disposition d'un catalogue de visuels prêts à afficher, 12 visuels par an sur les digitaux

Délai entre l'envoi et le déploiement : si impression nécessaire 5 jours ouvrés / si récupération des visuels auprès du service communication 12 h pour les 2m2, 10 jours ouvrés ou 12 heures pour les 8m2, 2 jours ouvrés si préparation et envoi des visuels digitaux ou 2 heures si récupération des visuels auprès du service communication

Accompagnement design : accompagnement pour la création des affiches numériques (**à qualifier**)

2

Réponse peu satisfaisante

L'offre du candidat, souffrant d'imprécisions (sur l'intégration de l'impression dans le périmètre externalisé), est peu satisfaisante.

4

Réponse très satisfaisante

L'offre du candidat, basé sur un nombre important de campagnes et une valorisation des faces A, est très satisfaisante.

ITEM 8 : Process et délai de pose des campagnes institutionnelles de la Ville

Synthèse de la demande : Le candidat précise les délais et modalités pour l'impression des affiches s'il la prend en charge (moyens et vecteurs de communication, nombre d'impressions, process, récupération sur site, livraison...) et leurs livraisons avant affichage (dans le cas d'une impression assurée par la ville).

Lieu(x) d'impression : interne (site de Wissous 91 ou Nîmes) ou panel d'une quinzaine d'imprimeurs

Process : réception du fichier, impression des affiches, contrôle, envoi, pose, dépose

Nombre de campagnes :

- 52 par an sur les faces non publicitaires des 2m2 comprenant l'impression, la pose et la dépose (88 faces)
- 25 par an sur les faces non publicitaires des 8m2 comprenant l'impression, la pose et la dépose (20 faces non publicitaires)
- 52 campagnes par an comprenant l'impression, la pose et la dépose sur les mâts drapeaux (60 faces)
- 25 campagnes par an comprenant l'impression, la pose et la dépose sur les colonnes (12/24 faces)

Lieu(x) d'impression : interne (non qualifié)

Process : mise en impression auprès du service intégré, préparation du colisage, enlèvement, transport et réception en agence, préparation de la tournée d'affichage, pose des affiches, compte rendu à la ville avec photos si demande

Nombre de campagnes :

- 52 par an sur les faces non publicitaires des 2m2 comprenant l'impression, la pose et la dépose (88 faces)
- 52 par an sur les faces non publicitaires des 8m2 comprenant l'impression, la pose et la dépose (20 faces non publicitaires)
- Mise en place de campagnes d'affichage sur 3 réseaux hebdomadaires (**à qualifier**) dédiées aux associations (**incohérence entre « lors des semaines non commercialisées » et « environ 30 semaines par an »**)

QUALITE DU SERVICE



ITEM 8 : Process et délai de pose des campagnes institutionnelles de la Ville

Synthèse de la demande : Le candidat précise les délais et modalités pour l'impression des affiches s'il la prend en charge (moyens et vecteurs de communication, nombre d'impressions, process, récupération sur site, livraison...) et leurs livraisons avant affichage (dans le cas d'une impression assurée par la ville).

Délai entre l'envoi et le déploiement : 3 semaines

Délai entre l'envoi et le déploiement : 8 jours

Accompagnement design : mention d'un studio créatif (à qualifier)

Accompagnement design : accompagnement pour la création des affiches numériques sans autre précision

Explication de la notation

3

Réponse satisfaisante

2

Réponse peu satisfaisante

L'offre du candidat est globalement satisfaisante. L'absence d'identification de face A et d'accompagnement en matière de design empêche l'identification de plus-values.

L'offre du candidat, focalisée sur les 2m2 et les 8m2, en sus des incomplètes, est en l'état peu satisfaisante.

ANALYSE TECHNIQUE

43

QUALITE DU SERVICE



ITEM 8 : Process et délai de pose des campagnes institutionnelles de la Ville

Synthèse de la demande : Le candidat précise les délais et modalités pour l'impression des affiches s'il la prend en charge (moyens et vecteurs de communication, nombre d'impressions, process, récupération sur site, livraison...) et leurs livraisons avant affichage (dans le cas d'une impression assurée par la ville).

Lieu(x) d'impression : interne (non qualifié)

Process : réception, impression, pose sans autre précision

Nombre de campagnes :

- 26 campagnes annuelles sur les faces réservées à communication municipale des différents mobiliers (sans qualification précise que ces derniers)

Délai entre l'envoi et le déploiement : 10 à 15 jours en cas d'impression et de pose, 5 jours pour impression en cas d'affichage par la Ville

Accompagnement design : mise à disposition de modèles fournis par Medialine, studio de création en interne (à qualifier)

Explication de la notation

1

Réponse non satisfaisante

L'offre du candidat, souffrant de multiples incomplètes, est en l'état non satisfaisante.

ANALYSE TECHNIQUE

44

ITEM 9 : Process et délai de pose des campagnes institutionnelles de l'Agglomération

Synthèse de la demande : Le candidat précise les délais et modalités pour l'impression des affiches s'il la prend en charge (moyens et vecteurs de communication, nombre d'impressions, process, récupération sur site, livraison...) et leurs livraisons avant affichage (dans le cas d'une impression assurée par la ville).

Lieu(x) d'impression : imprimeurs (**non qualifiés**)
Process : enregistrement des instructions/contenus, réception, conditionnement, expédition des affiches livrées par les partenaires imprimeurs locaux, mise à disposition pour enlèvement, pose par les agents JCDecaux

Vecteurs de communication :

- 52 campagnes maximum par an sur 44 à 48 faces – 20 abris non publicitaires répartis sur les 12 communes les plus peuplées et 4 à 8 faces dans des caissons dédiés sur les abris spéciaux des pôles Gare et Ducs (**différentiel à expliciter**)

Délai entre l'envoi et le déploiement : 3 semaines dans les cas standards, peut être réduit en cas de demande exceptionnelle.

Lieu(x) d'impression : interne (**non qualifié**)
Process : mise en place du BAT, validation du BAT, impression, préparation des affiches, affichage, rapport à la collectivité/base de données

Vecteurs de communication :

- Adhésivage (3M) des parois de fond des abris à raison de 4 campagnes par an (**incohérence entre 8 unités et 5% du parc, correspond à 12,15 unités**)

Délai entre l'envoi et le déploiement : **absence de précision**

ITEM 9 : Process et délai de pose des campagnes institutionnelles de l'Agglomération

Accompagnement design : Création et mise à disposition d'un catalogue de visuels prêts à afficher

Accompagnement design : accompagnement pour la création des affiches **numériques (à qualifier)**

Explication de la notation

4

Réponse très satisfaisante

2

Réponse peu satisfaisante

L'offre du candidat, basé sur un nombre de campagnes et une assiette optimisée, est très satisfaisante. Le différentiel de l'assiette reste à expliciter.

L'offre du candidat, souffrant d'imprécisions (en particulier sur les délais d'impression et l'assiette de la communication) est peu satisfaisante.

QUALITE DU SERVICE



ITEM 9 : Process et délai de pose des campagnes institutionnelles de l'Agglomération

Synthèse de la demande : Le candidat précise les délais et modalités pour l'impression des affiches s'il la prend en charge et leurs livraisons avant affichage (dans le cas d'une impression assurée par la ville).

Lieu(x) d'impression : interne (site de Wissous 91 ou Nîmes) ou panel d'une quinzaine d'imprimeurs
Process : réception du fichier, impression des affiches, contrôle, envoi, pose, dépose

Lieu(x) d'impression : interne (non qualifié)
Process : mise en impression auprès du service intégré, préparation du colisage, enlèvement, transport et réception en agence, préparation de la tournée d'affichage, pose des affiches, compte rendu à la ville avec photos si demande

Vecteurs de communication : absence de précision

Vecteurs de communication : mention de campagnes d'affichage sur 3 réseaux hebdomadaires (à qualifier) pour l'agglomération « lors des semaines non commercialisées » (ne constituant pas une proposition ferme puisqu'hypothétique)

Délai entre l'envoi et le déploiement : absence de précision

Délai entre l'envoi et le déploiement : absence de précision

ANALYSE TECHNIQUE

47

QUALITE DU SERVICE



ITEM 9 : Process et délai de pose des campagnes institutionnelles de l'Agglomération

Synthèse de la demande : Le candidat précise les délais et modalités pour l'impression des affiches s'il la prend en charge et leurs livraisons avant affichage (dans le cas d'une impression assurée par la ville).

Accompagnement design : mention d'un studio créatif (à qualifier)

Accompagnement design : absence de précision

Explication de la notation

1

Réponse non satisfaisante

1

Réponse non satisfaisante

L'offre du candidat, souffrant de multiples incomplétudes, est en l'état non satisfaisante.

L'offre du candidat, souffrant de multiples incomplétudes, est en l'état non satisfaisante.

ANALYSE TECHNIQUE

48



ITEM 9 : Process et délai de pose des campagnes institutionnelles de l'Agglomération

Synthèse de la demande : Le candidat précise les délais et modalités pour l'impression des affiches s'il la prend en charge et leurs livraisons avant affichage (dans le cas d'une impression assurée par la ville).

Lieu(x) d'impression : interne (non qualifiés)
Process : réception, impression, pose (sans autre précision)

Vecteurs de communication : absence de précision

Délai entre l'envoi et le déploiement : absence de précision

Accompagnement design : mise à disposition de modèles fournis par Medialine, studio de création en interne (à qualifier)

Explication de la notation

1

Réponse non satisfaisante

L'offre du candidat, souffrant de multiples incomplétudes, est en l'état non satisfaisante.

	JCDecaux	Médiaud	CLEARCHANNEL	3m ⁺ GIRODMÉDIAS	MEDIALINE
NOTE SUR 30	18,36	13,44	11,34	9,12	9,60
APPRÉCIATION GLOBALE	<p>L'offre du candidat est globalement satisfaisante.</p> <p>Les engagements pris par le candidat, notamment en matière de délai (ex : pose, entretien, maintenance) sont appuyés sur des moyens humains et techniques précis.</p> <p>Les engagements en matière de campagnes sont « à développer » pour la Ville et « très satisfaisants » pour GC.</p>	<p>L'offre du candidat est globalement peu satisfaisante.</p> <p>Les engagements pris par le candidat en matière de délai (ex : pose, entretien, maintenance) ne semblent pas en cohérence avec les moyens humains et techniques.</p> <p>Les engagements en matière de campagnes sont « très satisfaisants » pour la Ville et « insatisfaisants » pour GC.</p>	<p>L'offre du candidat est globalement peu satisfaisante.</p> <p>Les engagements pris par le candidat en matière de délai (ex : pose, entretien, maintenance) ne semblent pas en cohérence avec les moyens humains et techniques.</p> <p>Les engagements en matière de campagnes sont « satisfaisants » pour la Ville et « inexistantes » pour GC.</p>	<p>L'offre du candidat est globalement non satisfaisante.</p> <p>Les engagements pris par le candidat en matière de délai (ex : pose, entretien, maintenance) ne semblent pas en cohérence avec les moyens humains et techniques.</p> <p>Les engagements en matière de campagnes sont « satisfaisants » pour la Ville et « inexistantes » pour GC.</p>	<p>L'offre du candidat est globalement non satisfaisante.</p> <p>Les engagements pris par le candidat en matière de délai (ex : pose, entretien, maintenance) ne semblent pas en cohérence avec les moyens humains et techniques.</p> <p>Les engagements en matière de campagnes sont « satisfaisants » pour la Ville et « inexistantes » pour GC.</p>

DÉVELOPPEMENT DURABLE

JCDecaux

philippe
Védiaud
publicité

ITEM 4 : Optimisation de l'impact environnemental des moyens humains et techniques déployés pour l'exécution du contrat

Synthèse de la demande : Le candidat à la charge d'identifier une optimisation de son impact environnemental.

Moyens techniques : renouvellement de 100% des véhicules utilisés au profit de véhicules « propres » (hybrides, vélo remorque) dès le début du contrat

Moyens humains :

- 100% des conducteurs formés à l'écoconduite
- Optimisation des tournées via l'outil « fix my Decaux »

Moyens techniques : flotte dont **la plupart** est EURO 5 / 6 (mention de 5 véhicules électriques) - **aucune mention sur le périmètre et les véhicules effectivement déployés**

Moyens humains :

- 100% des agents formés à l'éco-conduite (présentation des axes de formation), mise en place de primes pour les bons conducteurs **sans autre précision**
- déploiement d'un progiciel (Géo-LC) pour l'optimisation des tournées

Explication de la notation

5

Réponse excellente

2

Réponse peu satisfaisante

L'offre du candidat, au regard du déploiement de 100% de véhicules « propres » est excellente .

L'offre du candidat, basée sur une présentation généraliste, est peu satisfaisante.

ANALYSE TECHNIQUE

51

DÉVELOPPEMENT DURABLE

CLEARCHANNEL

3m
GIROOMEDIAS

ITEM 4 : Optimisation de l'impact environnemental des moyens humains et techniques déployés pour l'exécution du contrat

Synthèse de la demande : Le candidat à la charge d'identifier une optimisation de son impact environnemental.

Moyens techniques : véhicules Crit'Air 2 et mise en place d'une flotte de véhicules hybrides et électriques en cours - **aucune mention sur le périmètre et les véhicules effectivement déployés**

Moyens humains :

- formation interne pour 100% du personnel, véhicules équipés de boîtiers WeNow accompagnant chaque conducteur sur l'écoconduite au moyen d'évaluations et de conseils personnalisés :
- logiciel Opti-Time de planification de la charge de travail et d'optimisation des kilomètres parcourus, limitation des interventions grâce à la télégestion des mobiliers déroulants et digitaux, optimisation de la charge des camions et des kilomètres parcourus grâce au système « Milk Run »

Moyens techniques : mention de l'utilisation de voitures électriques et hybrides - **aucune mention sur le périmètre et les véhicules effectivement déployés**

Moyens humains :

- Formation à l'écoconduite **sans autre précision**
- Tournées des agents d'entretien organisées par type de mobilier et par localisation géographique

Explication de la notation

2

Réponse peu satisfaisante

2

Réponse peu satisfaisante

L'offre du candidat, basée sur une présentation généraliste, est peu satisfaisante.

L'offre du candidat, basée sur une présentation généraliste, est peu satisfaisante.

ANALYSE TECHNIQUE

52



ITEM 4 : Optimisation de l'impact environnemental des moyens humains et techniques déployés pour l'exécution du contrat

Synthèse de la demande : Le candidat à la charge d'identifier une optimisation de son impact environnemental.

Moyens techniques : véhicule électrique Renault Zoé pour les dépannages de proximité (**sans autre précision**)

Moyens humains: mention de l'optimisation des tournées sans information quant au process

Explication de la notation

1

Réponse non satisfaisante

L'offre du candidat, souffrant de multiples incomplétudes, est en l'état non satisfaisante.

	JCDecaux	Médiaud	CLEARCHANNEL	3m ^o GIRODMÉDIAS	MEDIALINE
NOTE SUR 20	12,60	10,40	9,80	8,00	8,00
APPRÉCIATION GLOBALE	<p>L'offre du candidat est globalement satisfaisante.</p> <p>Si certains éléments restent à confirmer / proposer par le candidat (ex : process de reconditionnement), l'offre du candidat est spécifique au contrat et très qualitatif (ex : parc hybride dédié à l'exécution, cuve de récupération d'eau).</p>	<p>L'offre du candidat est globalement généraliste.</p> <p>Au-delà des éléments attachés aux mobiliers (ex : taux de recyclabilité, consommation électrique), le candidat se borne à présenter une offre globale en matière de développement durable (ex : optimisation de l'impact environnemental)</p>	<p>L'offre du candidat est globalement généraliste.</p> <p>Au-delà des éléments attachés aux mobiliers (ex : taux de recyclabilité, consommation électrique), le candidat se borne à présenter une offre globale en matière de développement durable (ex : optimisation de l'impact environnemental)</p>	<p>L'offre du candidat est globalement généraliste.</p> <p>Au-delà des éléments attachés aux mobiliers (ex : taux de recyclabilité, consommation électrique), le candidat se borne à présenter une offre globale en matière de développement durable (ex : optimisation de l'impact environnemental)</p>	<p>L'offre du candidat est globalement généraliste.</p> <p>Au-delà des éléments attachés aux mobiliers (ex : taux de recyclabilité, consommation électrique), le candidat se borne à présenter une offre globale en matière de développement durable (ex : optimisation de l'impact environnemental)</p>

COMPTE D'EXPLOITATION PREVISIONNEL

	Moyenne annuelle	Total sur 16 ans
PRODUITS TOTAUX dont ci-après	1 527 819 €	24 445 112 €
Recettes publicitaires	1 499 151 €	23 986 414 €
dont recettes nationales	747 270 €	11 956 314 €
dont recettes locales	751 881 €	12 030 100 €
Autres recettes d'exploitation (à détailler le cas échéant)	28 669 €	458 698 €
- Facturation de la TLPE aux annonceurs	28 669 €	458 698 €
CHARGES TOTALES dont ci-après	1 329 441 €	21 271 049 €
Energie et carburant	8 393 €	134 290 €
Pièces de rechanges des mobiliers	73 726 €	1 179 618 €
Autres achats (à détailler)	6 583 €	105 326 €
- Consommations télécom	6 583 €	105 326 €
Charges de personnel	414 311 €	6 628 968 €
Sous-traitance	0 €	0 €
Location	44 918 €	718 680 €
Charges financières	0 €	0 €
Charges exceptionnelles	0 €	0 €
Autres charges (à détailler le cas échéant)	484 525 €	7 752 399 €
- Affichage et entretien	62 626 €	1 002 018 €
- Maintenance	29 271 €	468 334 €
- Frais de commercialisation	45 204 €	723 267 €
- Patrimoine - Gestion de l'offre	10 753 €	172 055 €
- Direction Régionale	38 186 €	610 971 €
- Gestion des mobiliers numériques (LED)	6 006 €	96 104 €
- Enveloppe innovation	30 000 €	480 000 €
- Déplacements et démontage en fin de contrat	86 731 €	1 387 689 €
- Impression d'affiches municipales	21 658 €	346 530 €
- Autres dépenses d'exploitation	5 122 €	81 950 €
- TLPE	28 669 €	458 698 €
- Créances irrécouvrables	2 698 €	43 176 €
- Frais de structure	117 600 €	1 881 607 €
Impôts et taxes	7 722 €	123 550 €
Dotations aux amortissements	289 264 €	4 628 215 €
Dotation aux provisions	0 €	0 €
RESULTAT D'EXPLOITATION	198 379 €	3 174 063 €
IS	51 231 €	819 702 €
Autre (à détailler)	0 €	0 €
RESULTAT NET	147 148 €	2 354 361 €

JCDecaux

INDICATEURS DE PERFORMANCE

CA à la face 2m2 / abris	2 457 €
CA à la face 8m2	3 381 €
CA à la face colonne	1 649 €
Hypothèse de commercialisation	49,21% local / 50,79 % national
Niveau d'investissements	4 628 217 €
Poids des investissements	18,93% du CA total
Modalités de financement	En propre
Charge de personnel	414 311 €
% de rentabilité nette	9,63%

Les hypothèses de commercialisation sont globalement cohérentes. Il est entendu que le niveau d'investissements (élevé) interroge, à date, au regard du reconditionnement d'une partie importante du mobilier. L'offre est peu satisfaisante.

ANALYSE FINANCIERE

55

COMPTE D'EXPLOITATION PREVISIONNEL

	Moyenne annuelle	Total sur 16 ans
PRODUITS TOTAUX dont ci-après	885 178 €	14 162 848 €
Recettes publicitaires	885 178 €	14 162 848 €
dont recettes nationales	354 071 €	5 665 139 €
dont recettes locales	531 107 €	8 497 709 €
Autres recettes d'exploitation (à détailler le cas échéant)	0 €	0 €
CHARGES TOTALES dont ci-après	781 096 €	12 497 538 €
Energie et carburant	26 336 €	421 382 €
Pièces de rechanges des mobiliers	105 345 €	1 685 527 €
Autres achats (à détailler)	82 310 €	1 316 956 €
Charges de personnel	329 701 €	5 275 220 €
Sous-traitance	0 €	0 €
Location	35 276 €	564 410 €
Charges financières	0 €	0 €
Charges exceptionnelles	0 €	0 €
Autres charges (à détailler le cas échéant)	9 277 €	148 425 €
dont variation du stock (matières premières et approvisionnements)	623 €	
dont autres charges et aléas	8 653 €	
Dépense fin de contrat	212 625 €	212 625 €
Impôts et taxes	13 234 €	211 749 €
Dotations aux amortissements	165 840 €	2 661 243 €
Dotation aux provisions	0 €	0 €
RESULTAT D'EXPLOITATION	104 082 €	1 665 310 €
IS	27 662 €	442 584 €
Autre (à détailler)	0 €	0 €
RESULTAT NET	76 420 €	1 222 726 €

Médicaud
publicitaire

INDICATEURS DE PERFORMANCE

CA à la face 2m2 / abris	1 867 €
CA à la face 8m2	3 745 €
CA à la face colonne	1 867 €
Hypothèse de commercialisation	60 % local / 40% national (mention 90/10 dans le mémoire financier)
Niveau d'investissements	2 661 423 €
Poids des investissements	18,79 % du CA total
Modalités de financement	En propre
Charge de personnel	329 701 €
% de rentabilité nette	8,63 %

Les hypothèses de commercialisation sont globalement incohérentes, en particulier sur le 2m2. Il est entendu que le niveau d'investissements (faible) interroge. L'offre est peu satisfaisante.

ANALYSE FINANCIERE

56

COMPTE D'EXPLOITATION PREVISIONNEL

	Moyenne annuelle	Total sur 16 ans
PRODUITS TOTAUX dont ci-après	1 228 358 €	19 653 728 €
Recettes publicitaires	1 228 358 €	19 653 728 €
dont recettes nationales	491 343 €	7 861 491 €
dont recettes locales	737 015 €	11 792 237 €
CHARGES TOTALES dont ci-après	822 977 €	13 167 633 €
Energie et carburant	2 330 €	37 279 €
Pièces de rechanges des mobiliers	13 191 €	211 057 €
Charges de personnel	113 234 €	1 811 739 €
Sous-traitance	64 467 €	1 031 466 €
Autres charges (à détailler le cas échéant)	385 164 €	6 162 625 €
dont Préparation d'affiches	20 736 €	331 774 €
dont Préparation et impression des affiches institutionnelles	104 328 €	1 669 245 €
dont Télécommunication	10 700 €	171 198 €
dont Déplacement du mobilier	3 416 €	54 650 €
dont Démontage du mobilier	388 205 €	388 205 €
dont Frais de siège	98 886 €	1 582 181 €
dont Frais de commercialisation	122 836 €	1 965 373 €
Impôts et taxes	0 €	0 €
Dotations aux amortissements	244 592 €	3 913 469 €
RESULTAT D'EXPLOITATION	405 381 €	6 486 095 €
IS	101 345 €	1 621 524 €
Autre (à détailler)	0 €	0 €
RESULTAT NET	304 036 €	4 864 571 €



INDICATEURS DE PERFORMANCE

CA à la face 2m2 / abris	Absence de précision (hypothèse 290 faces abris, 88 2m2, 20 8m2, 6 colonnes : 3 040 €)
CA à la face 8m2	
CA à la face colonne	
Hypothèse de commercialisation	60% local / 40% national
Niveau d'investissements	3 913 469 €
Poids des investissements	19,91 % du CA total
Modalités de financement	En propre
Charge de personnel	113 234 €
% de rentabilité nette	24,75 %

Les hypothèses de commercialisation, au-delà de leur caractère élevé, sont peu lisibles. La rentabilité nette semble excessive au regard des pratiques du secteur, elle peut être expliquée, notamment, par les charges de personnel. L'offre est peu satisfaisante.

ANALYSE FINANCIERE

57

COMPTE D'EXPLOITATION PREVISIONNEL

	Moyenne annuelle	Total sur 16 ans
PRODUITS TOTAUX dont ci-après	1 014 500 €	16 232 000 €
Recettes publicitaires	1 014 500 €	16 232 000 €
dont recettes nationales	608 700 €	9 739 200 €
dont recettes locales	405 800 €	6 492 800 €
Autres recettes d'exploitation (à détailler le cas échéant)	0 €	0 €
CHARGES TOTALES dont ci-après	903 847 €	14 461 552 €
Energie et carburant	15 200 €	243 200 €
Pièces de rechanges des mobiliers	32 000 €	512 000 €
impression affiches ville	75 000 €	1 200 000 €
Impression affiches vie associative	25 000 €	400 000 €
Charges de personnel	245 000 €	3 920 000 €
Sous-traitance	0 €	0 €
Location	30 000 €	480 000 €
Charges financières	124 672 €	1 994 752 €
Charges exceptionnelles	0 €	0 €
frais généraux	152 175 €	2 434 800 €
Impôts et taxes (compris dans FG)	0 €	0 €
Dotations aux amortissements	194 800 €	3 116 800 €
Dotations aux provisions	10 000 €	160 000 €
RESULTAT D'EXPLOITATION	110 653 €	1 770 448 €
IS	27 663 €	442 612 €
Autre (à détailler)	0 €	0 €
RESULTAT NET	82 990 €	1 327 836 €



INDICATEURS DE PERFORMANCE

CA à la face 2m2 / abris	Absence de précision (hypothèse 290 faces abris, 88 2m2, 20 8m2, 6 colonnes : 2 511 €)
CA à la face 8m2	
CA à la face colonne	
Hypothèse de commercialisation	40% local / 60% national
Niveau d'investissements	3 116 800 €
Poids des investissements	19,20 % du CA total
Modalités de financement	Prêt bancaire
Charge de personnel	245 000 €
% de rentabilité nette	8,18 %

Si les hypothèses de commercialisation semblent globalement cohérentes, ces dernières, non ventilées, sont peu lisibles. L'offre est, à date, peu satisfaisante.

ANALYSE FINANCIERE

58

COMPTE D'EXPLOITATION PREVISIONNEL



	Moyenne annuelle	Total sur 16 ans
PRODUITS TOTAUX dont ci-après	698 973 €	11 183 571 €
Recettes publicitaires	698 973 €	11 183 571 €
<i>dont recettes nationales</i>	<i>291 239 €</i>	<i>4 659 821 €</i>
<i>dont recettes locales</i>	<i>407 734 €</i>	<i>6 523 750 €</i>
Autres recettes d'exploitation (à détailler le cas échéant)	0 €	0 €
CHARGES TOTALES dont ci-après	491 159 €	7 858 550 €
Energie et carburant	10 485 €	167 754 €
Pièces de rechanges des mobiliers	16 775 €	268 406 €
Autres achats (à détailler)	1 934 €	30 950 €
Charges de personnel	186 393 €	2 982 286 €
Sous-traitance	0 €	0 €
Location	16 368 €	261 894 €
Charges financières	40 250 €	644 000 €
Charges exceptionnelles	0 €	0 €
Autres charges (à détailler le cas échéant)	0 €	0 €
Impôts et taxes	27 959 €	447 343 €
Dotations aux amortissements	187 500 €	3 000 000 €
Dotation aux provisions	3 495 €	55 918 €
RESULTAT D'EXPLOITATION	207 814 €	3 325 021 €
IS	51 953 €	831 255 €
Autre (à détailler)	0 €	0 €
RESULTAT NET	155 860 €	2 493 766 €

INDICATEURS DE PERFORMANCE	
CA à la face 2m2 / abris	Absence de précision (hypothèse 290 faces abris, 88 2m2, 20 8m2, 6 colonnes : 1 730 €)
CA à la face 8m2	
CA à la face colonne	
Hypothèse de commercialisation	58,33 % local / 41,66 % national
Niveau d'investissements	3 000 000 € (absence de détail)
Poids des investissements	26,83 % du CA total
Modalités de financement	Prêt bancaire (valorisation interrogant)
Charges de personnel	186 393 €
% de rentabilité nette	22,30 %

Les hypothèses de commercialisation, au-delà de leur caractère faible, sont peu lisibles, tout comme les investissements. La valorisation des charges financières semble sous-évaluée. La rentabilité nette semble excessive au regard des pratiques du secteur, elle peut être expliquée, notamment, par les charges de personnel. Le candidat propose une redevance. L'offre est peu satisfaisante

ANALYSE FINANCIERE

59

DEVIS QUANTITATIF ESTIMATIF

DESIGNATION	Quantité projetée	JC DECAUX		VEDIAUD		CLEAR CHANNEL		GIROD		MEDIALINE	
		Prix en € TTC	Sous-total	Prix en € TTC	Sous-total	Prix en € TTC	Sous-total	Prix en € TTC	Sous-total	Prix en € TTC	Sous-total
Fourniture et pose											
Abris voyageur simple non publicitaire (dont corbeille de propreté)	10	14 988 €	149 880 €	8 400 €	84 000 €	6 327 €	63 267 €	0 €	0 €	7 759 €	77 590 €
Abris voyageur double non publicitaire (dont corbeille de propreté)	6	26 436 €	158 616 €	12 840 €	77 040 €	12 057 €	72 344 €	0 €	0 €	15 517 €	93 102 €
Mat drapeau	2	18 732 €	37 464 €	3 240 €	6 480 €	5 067 €	10 133 €	0 €	0 €	8 021 €	16 042 €
Mobilier digital	1	34 272 €	34 272 €	21 000 €	21 000 €	23 568 €	23 568 €	0 €	0 €	16 701 €	16 701 €
Déplacement temporaire ou définitif (au-delà des minima prévus au contrat)											
Abris voyageur simple non publicitaire (dont corbeille de propreté)	8	0 €	0 €	0 €	0 €	3 800 €	30 400 €	0 €	0 €	2 592 €	20 736 €
Abris voyageur double non publicitaire (dont corbeille de propreté)	7	0 €	0 €	0 €	0 €	4 667 €	32 667 €	0 €	0 €	5 184 €	36 288 €
mat drapeau	2	0 €	0 €	0 €	0 €	867 €	1 733 €	0 €	0 €	2 592 €	5 184 €
Mobilier digital	1	0 €	0 €	0 €	0 €	6 667 €	6 667 €	0 €	0 €	5 184 €	5 184 €
TOTAL			380 232 €		188 520 €		240 779 €		0 €		270 827 €
NOTATION			2,48		5,00		3,91		0,00		3,48

ANALYSE FINANCIERE

60

CONCLUSION AVANT NEGOCIATION

	JCDecaux	Médiaud	CLEARCHANNEL	3m GIRODMÉDIAS	MEDIALINE
VALEUR TECHNIQUE - SUR 80	51,96	39,08	35,00	32,66	26,42
VALEUR FINANCIERE - SUR 20	8,48	11,00	9,91	6,00	9,48
TOTAL - SUR 100	60,44	50,08	44,91	38,66	35,90
CLASSEMENT	1 ^{ER}	2 ^{ÈME}	3 ^{ÈME}	4 ^{ÈME}	5 ^{ÈME}

NOTATION ET CLASSEMENT

61

VOS CONTACTS



Quentin NEUVILLE
Associé

q.neuville@arbeaconseil.com
06 47 00 43 28
16 rue Saint Marc, Paris 75002
www.arbeaconseil.com



Louis BOURNAZEAU
Consultant

l.bournazeau@arbeaconseil.com
07 86 39 73 08
16 rue Saint Marc, Paris 75002
www.arbeaconseil.com