VILLE DE
PARIS

DIRECTION DE L'ATTRACTIVITE ET DE L'EMPLOI

2 délégations de service public pour la gestion des marchés découverts alimentaires et biologiques parisiens

RAPPORT D'ANALYSE RELATIF AU CHOIX DES DELEGATAIRES

L'objet du présent rapport est de permettre au Conseil de Paris de se prononcer sur le choix des délégataires.

Après avoir rappelé la procédure (Titre I), seront exposées les caractéristiques générales des futures conventions (Titre II), l'analyse des offres finales des candidats (Titre III) et enfin la proposition d'attribution (Titre IV).

TITRE I - RAPPEL DE LA PROCEDURE

La gestion des marchés découverts alimentaires et biologiques parisiens (à l'exception du marché d'Aligre) a été consentie pour une durée de 6 ans dans le cadre d'une délégation de service public composée de deux conventions d'affermage correspondant chacune à un lot défini par un secteur géographique. Ces conventions ont été signées avec les sociétés suivantes : le groupe BENSIDOUN - 9e, 10e, 11e, 12e, 13e, 14e, 20e arrondissements (lot A) et le groupe DADOUN Père et Fils - Centre (1er, 2e, 4e), 5e, 6e, 7e, 8e, 15e, 16e, 17e, 18e, 19e arrondissements (lot B). Ces deux contrats ont été prolongés par avenant et arriveront à échéance le 5 juillet 2026.

Le Comité Social Territorial (CST) a donné un avis favorable le 14 juin 2024.

La Commission consultative des services publics locaux (CCSPL) a donné un avis favorable à la poursuite du mode de gestion déléguée dans sa séance du 10 septembre 2024.

La délibération du Conseil de Paris des 19, 20, 21 et 22 novembre 2024 référencée 2024 DAE 312 a autorisé la Maire de Paris à procéder à une consultation et aux actes préparatoires en vue du lancement d'une procédure de délégation de service public pour la signature de deux conventions distinctes (une par secteur géographique) relatives à la gestion des marchés découverts alimentaires et biologiques parisiens.

Un redécoupage du territoire a été effectué afin de dynamiser la concurrence, ainsi les 73 marchés sont regroupés dans deux secteurs géographiques distincts remaniés comme suit : secteur A : 5e, 6e, 7e, 13e, 14e, 15e, 16e, 17e et arrondissements secteur B : 1er, 2e, 3e, 4e, 8e, 9e, 10e, 11e, 12e, 18e, 19e, 20e arrondissements.

Le délégataire gère les emplacements de vente et veille à l'application des dispositions réglementaires. Il perçoit des commerçants les droits de place fixés par le Conseil de Paris. Il prend en charge les frais de fonctionnement des marchés, des espaces de convivialité, la consommation d'eau et d'électricité, l'assurance, l'entretien et la mise en conformité des installations électriques. Il équipe les marchés en tentes abris (bâches et armatures métalliques en bon état) et assure leur entretien, les prestations de montage, de démontage et de remisage des tentes abris, ainsi que le remplacement des douilles au sol. Des équipements peuvent être ajoutés à ses frais en cas de création de places nouvelles, de travaux ou de déplacement de marchés. Il appuie les opérations de propreté et de collecte des déchets effectuées par la Ville (en réservant des zones dédiées aux déchets, en mettant à disposition des bacs, en faisant passer des bennes sur certains marchés) et verse à la Ville de Paris une contribution à la collecte des déchets. Il pourra également dans une certaine mesure assurer la collecte de certains déchets spécifiques. Il doit proposer des actions innovantes afin d'améliorer le confort des clients et des commerçants et développer l'attractivité des marchés en les rendant plus dynamiques, plus propres, plus écoresponsables...

Conformément aux dispositions de la loi n°93-122 du 29 janvier 1993 relative à la prévention de la corruption et à la transparence de la vie économique et des procédures publiques, un avis de concession a fait l'objet d'une insertion dans Les Échos le 11 février 2025, le Moniteur le 13 février 2025, ainsi que sur Paris.fr. Pour le JOUE et la plateforme Maximilien, il a été envoyé le 6 février 2025.

Suite à cette publication, cinq dossiers de candidature ont été déposés dans les délais requis, soit avant le lundi 10 mars 2025 à 12 heures.

Le 10 mars 2025, la Direction de l'Attractivité et de l'Emploi (DAE) a procédé à l'ouverture des plis de candidatures.

Les candidats, la société EGS, le groupe BENSIDOUN, la société SOMAREP, le groupe DADOUN Père et Fils et la société LES FILS DE MADAME GERAUD, ont fourni un dossier complet.

La Direction de l'Attractivité et de l'Emploi a procédé à un examen approfondi des candidatures avant de présenter la liste des candidats autorisés à remettre une offre conformément à l'article L.1411-5 du Code général des collectivités territoriales.

À la suite de cet examen, la commission a autorisé dans sa séance du 9 juillet 2025, les cinq candidats à présenter une offre.

Le 10 octobre 2025, le dossier de consultation a été mis en ligne et les cinq candidats ont reçu une invitation à soumissionner. Les offres devaient être déposées avant le 24 novembre 2025 à 12 heures.

Deux candidats ont fait parvenir des offres dans les délais, la société Groupe BENSIDOUN pour les lots n°1 et 2 et la société Groupe DADOUN Père et Fils pour les lots n°1 et 2.

Lors de sa séance du 24 novembre 2025, la Direction de l'Attractivité et de l'Emploi a procédé à l'ouverture des quatre offres remises (2 par lot).

Le Directeur de l'attractivité et de l'emploi a procédé à un examen approfondi des offres aux fins de pouvoir émettre un avis.

A la suite de cet examen, la Commission Concessions a, dans sa séance du 20 janvier 2026, émis un avis favorable pour l'engagement de négociations avec les deux candidats.

Chaque candidat a été convié à trois réunions de négociation avec les représentants de la Ville de Paris. Les 10 et 11 février 2026 se sont déroulés les premiers entretiens, les 17 et 19 mars 2026 les seconds et les 13 et 14 avril 2026 les derniers.

Chaque candidat a été amené à présenter sa société, son offre, ainsi que sa perception des missions déléguées.

A la suite des négociations, les candidats ont été priés de faire parvenir à la Ville de Paris leurs dernières offres avant le 22 avril 2026 à 12 heures.

Les offres sont arrivées dans les délais.
Pour le lot n°1, les deux candidats ont fait parvenir une offre. Pour le lot n°2, seule la société BENSIDOUN a déposé une offre.

TITRE II - PRINCIPAUX ELEMENTS DU REGLEMENT DE CONSULTATION

A - Objet, assiette et durée des futures conventions

La procédure concernée par le présent dossier de consultation a pour objet de déléguer la gestion du service public des marchés découverts alimentaires et biologiques parisiens (à l'exception du marché d'Aligre).

Chaque procédure de délégation de service public correspond à un secteur géographique et donnera lieu à une convention distincte. Les marchés découverts alimentaires seront au nombre de 73 (dont 4 marchés biologiques) et répartis de la manière suivante :

Secteur A : 35 marchés regroupant les 5e, 6e, 7e, 13e, 14e, 15e, 16e, 17e arrondissements ;
Secteur B : 38 marchés regroupant les arrondissements de Paris Centre (1er, 2e, 3e, 4e) et les 8e, 9e, 10e, 11e, 12e, 18e, 19e, 20e arrondissements.

Pour les tenues du matin, les heures de fonctionnement des marchés découverts alimentaires sont fixées de 7 heures à 13 heures 30 (fin de marché à 14 heures 30) en semaine, de 7 heures à 14 heures 30 (fin de marché à 15 heures), le week-end, sauf autorisation exceptionnelle accordée par la Ville.
Ces heures de fonctionnement sont valables pour toutes tenues de marché du matin (y compris celles des marchés biologiques), à l'exception du marché Joinville (les dimanches de 7 heures à 13 heures 30 et fin de marché à 14h30).
Les tenues des marchés d'après-midi se tiennent de 10 heures à 20 heures (fin de marché à 20h30).
Ces horaires pourront faire l'objet de modifications ultérieures.

Un emplacement à usage de la Ville et des mairies d'arrondissement pourra être mis à leur disposition par les délégataires lors de certaines tenues.

La durée des deux conventions est de six ans à compter de la date à laquelle elles seront rendues exécutoires, au plus tôt le 6 juillet 2026.

B - Montant des droits de place perçus auprès des commerçants

Les délégataires percevront auprès de chaque commerçant des marchés les droits de place dont les tarifs sont fixés par le conseil de Paris. A ce jour, ils sont de :

- 4,73 € HT par mètre linéaire et par jour de tenue pour les commerçants abonnés (perception mensuelle et d'avance) ;
- 6,39 € HT par mètre linéaire et par jour de tenue pour les commerçants volants (perception le jour de la tenue).

Ils évolueront comme suit :

- pour les commerçants abonnés : 3,8% chaque année à partir de 2027 ;
- pour les commerçants volants : 3,8% chaque année à partir de 2027.

Les droits de place sont calculés sur la base du linéaire accessible pour la clientèle, conformément au règlement des marchés. Le linéaire accessible se définit comme suit :

- Linéaire de façade
- Linéaire de retour : Les produits doivent être à disposition des usagers. N'est pas considérée comme « linéaire de retour », toute surface où est entreposé du matériel.

Au cours du contrat, la Ville de Paris pourra procéder à une réévaluation des droits de place par délibération du Conseil de Paris.

Un passage d'un mètre par intervalle de deux commerçants devra être respecté. Ce passage ne sera pas facturé aux commerçants.

C - Missions des délégataires

I - Gestion optimisée de l'offre commerciale et du déroulement des tenues de marché

Le délégataire assure le recrutement, le placement des commerçants et le respect du règlement.

Dans les six premiers mois du contrat de délégation, les délégataires feront un diagnostic des marchés de leur lot respectif afin de lister, en plus des marchés inscrits à l'annexe précitée, des marchés supplémentaires. En se basant sur ce diagnostic (au minimum, deux études de commercialité et une étude de fréquentation par secteur), ils présenteront à la Ville de Paris un programme pluriannuel détaillé afin de redynamiser chacun de ces marchés. Ce programme comprendra des propositions d'actions concrètes, un calendrier de mise en œuvre et une estimation des moyens mobilisés, qui seront à la charge intégrale du délégataire. Cette liste pourra être amenée à évoluer au cours des contrats.

II - Actions en faveur du développement durable et solidaire

II.1 - Interdiction des sacs en matière plastique

L'usage des sacs plastiques à usage unique, même conformes, est interdit sur l'ensemble des marchés découverts. Les délégataires ont pour obligation de faire respecter cette interdiction. Ils seront chargés de faire des signalements à la Direction de l'Attractivité et de l'Emploi pour mise en œuvre de sanctions administratives.
Une dérogation sera mise en place pour les produits pour lesquels la fourniture d'un sac est autorisée. Ces produits sont listés dans le décret n°2023-478 du 20 juin 2023 pour les fruits et légumes frais (cerises, framboises...). Cela concernera également les achats de plus de 1,5 kilo et les articles présentant un aspect humide et/ou tranchant, type poissonnerie et boucherie. Les délégataires devront proposer aux commerçants un fournisseur homologué pour ces sacs, fournisseur assurant une fabrication conforme aux normes environnementales (sacs biosourcés...) et issue de l'Union Européenne.
Afin d'accompagner cette évolution dans les usages des commerçants et des clients, les délégataires devront mettre en place des campagnes de communication auprès des usagers pour les inciter à se rendre sur les marchés avec leurs propres sacs, sachets ou contenants réutilisables et durables. Les candidats devront préciser le contenu des campagnes au moins trimestrielles qu'ils sont susceptibles de mettre en place (par exemple fourniture de sacs réutilisables).

II.2 - Développement de la vente directe par les producteurs et de la commercialisation de produits répondant aux critères d'une alimentation durable sur les marchés

La Ville de Paris s'est engagée à renforcer la part de l'alimentation durable en adoptant un plan alimentaire territorial, en 2018 avec la Stratégie de Paris pour une alimentation durable et en 2022 avec le Plan alimentation durable. Ces ambitions ont été rappelées dans le Plan Climat 2024-2030.
Les délégataires feront bénéficier d'une priorité au placement sur les marchés, sous réserve des dispositions relatives aux commerçants reconnus travailleurs handicapés, les commerces de bouche et parmi eux : les producteurs, la vente de produits de qualité respectueux de l'alimentation durable et du circuit de proximité (production à moins de 250 km de Paris), notamment les produits issus de l'agriculture biologique, les produits labellisés alimentation

durable (label rouge, pêche durable, label de commerce équitable, etc.) ainsi que la production locale de saison.
Les groupements de producteurs, proposant de la vente directe sur les marchés bénéficieront également d'une priorité permettant d'occuper simultanément des emplacements via un même abonnement.
Afin de favoriser l'installation de nouveaux producteurs, de soutenir les circuits de proximité ou toute activité en tension, la Ville de Paris met en place un dispositif de « période d'essai ».
Sur validation expresse de la Ville de Paris, les commerçants (producteurs et secteurs en tension) souhaitant tester leur activité sur un marché peuvent bénéficier, pour une durée maximale de 2 semaines, d'une autorisation temporaire d'occupation du domaine public à titre gratuit.
Cette gratuité est accordée à titre exceptionnel, dans un objectif d'intérêt général lié au développement économique et à la promotion de l'alimentation durable.
A l'issue de cette période, l'occupant souhaitant poursuivre son activité se verra appliquer le régime des droits de place en vigueur.
Les délégataires auront pour objectif de doubler, sur la durée de la délégation, le nombre de commerçants respectant les critères de l'alimentation durable et de producteurs proposant de la vente directe. Ils devront veiller à assurer une répartition équilibrée de ces commerçants sur l'ensemble des marchés.
En outre, les délégataires seront tenus d'organiser, au minimum une fois par trimestre, au sein de chaque marché, un espace identifié (« carré ») regroupant exclusivement des producteurs et/ou des commerçants dont les produits respectent les critères de l'alimentation durable. Cet espace devra être pourvu d'une signalétique spécifique assurant sa visibilité et son identification par le public.

II.3 - Récupération et redistribution solidaire des invendus

14 marchés sont actuellement concernés par la récupération et la redistribution solidaire des invendus.
Les délégataires consacreront un budget annuel minimum de 100 000 euros pour chaque délégation pour mener à bien l'extension de la récupération des invendus sur l'ensemble des marchés qui présentent un gisement suffisant selon la Ville de Paris. Pour les marchés accueillant moins de 20 commerçants avec un nombre limité de commerces alimentaires, les délégataires mettront en œuvre des dispositifs visant à promouvoir les initiatives valorisant les invendus (conventions de don à des associations locales, applications, étagères solidaires...).

III - Mesures solidaires en faveur du pouvoir d'achat des usagers des marchés

Des mesures en faveur du pouvoir d'achat devront être développées par les délégataires.
Les délégataires devront s'assurer que les commerçants s'organiseront de sorte à :

- Institutionnaliser les promotions de fin de marché ;
- Instaurer un panier composé de produits essentiels et de saison à prix modéré ou à prix coûtant ;
- Améliorer la transparence des prix ;
- Mettre en place des programmes de fidélité et/ou des bonus pour les acheteurs venant avec leurs contenants.

Les délégataires devront également proposer les mesures suivantes :

- Expérimenter des étagères solidaires et présentoirs qui accueilleront les produits de fin de marchés mis à disposition gratuitement pour les usagers. Le délégataire sera chargé d'installer sur 10 marchés, 3 étagères solidaires qu'il sera chargé de gérer ;

- Mettre en place des ateliers pour les consommateurs développant des thèmes comme : la réduction du gaspillage, le fait maison ou encore l'achat malin.

IV - Propreté des marchés, participation à la collecte et obligation de dé/montage des marchés

IV.1 - Propreté des marchés

Les délégataires devront participer activement à la propreté des marchés. Leurs actions sont de plusieurs natures :

- Ils feront respecter par les commerçants leurs obligations en matière de rassemblement des déchets, de leur tri et de propreté des emplacements de vente
- Ils fourniront un équipement propre (barnums et bâches). Cet équipement fera l'objet d'un lessivage adapté et mensuel pour accueillir des commerces alimentaires. Les autres obligations liées aux équipements barnums et bâches sont détaillées au chapitre VI de la présente section
- Ils respecteront leurs obligations de montage et de démontage des marchés afin de permettre les opérations de nettoyage de l'espace public de la Ville.

IV.2 - Mission des délégataires en matière de présentation des déchets à la collecte et de nettoyage

Les délégataires doivent faciliter les différentes collectes assurées par la Ville de Paris.
En particulier, ils réserveront des zones de regroupement pour permettre le tri des déchets multi matériaux, validées par la Direction de la Propreté et de l'Eau (DPE), sur lesquelles les commerçants viennent déposer leurs déchets au fur et à mesure du déroulement du marché et à la fin du marché. Les délégataires doivent matérialiser ces lieux de regroupement, pour des raisons de sécurité, par des dispositifs adaptés mis en place uniquement durant les heures de fonctionnement des marchés.

IV.3 - Mise à disposition de bennes par les délégataires

Il est demandé aux délégataires de prévoir la mise à disposition de bennes destinées à procéder à une première collecte des déchets immédiatement après le déballage, afin d'alléger le volume de déchets restant à collecter par la Direction de la Propreté et de l'Eau (DPE) à l'issue de la tenue des marchés, et notamment les cartons, et d'améliorer par la même occasion la salubrité du marché en cours de tenue.
Les marchés concernés sont les suivants :

- Secteur A : Auguste Blanqui - Maison Blanche - Saint Charles - Convention - Grenelle - Berthier

Pour information, les marchés du secteur B sont Charonne - Belgrand - Belleville - Bastille - Daumesnil - Cours de Vincennes - Place des Fêtes - Barbès - Ney - Joinville - Ornano.
Les candidats devront chiffrer le coût de ces prestations et préciser les modalités d'organisation retenues pour les réaliser.

IV.4 - Mise en place de compacteurs

À ce jour, la Direction de la Propreté et de l'Eau (DPE) met en place des compacteurs sur les marchés découverts suivants

- Secteur A : Berthier

Pour information, les marchés du secteur B : Bastille - Belleville - Charonne - Popincourt - Réunion (dimanche) - Barbès - Joinville
D'autres marchés pourraient être concernés à partir de juillet 2026.
Ce type de dispositif de collecte des déchets n'affranchit pas le délégataire de la mise en place de points de regroupement des déchets.

IV.5 - Montage, démontage, plan de prévention des risques et contrôles contradictoires

a) Modalités de montage et démontage du matériel

Le délégataire est chargé de procéder au montage et au démontage des marchés de sa délégation dans les conditions suivantes :

1) Pour les marchés du matin

En semaine : le montage se fait l'après-midi du jour précédant la tenue de marché. Quant à la dépose du matériel, l'enlèvement doit avoir lieu, l'après-midi du jour de tenue au plus tôt.

Le dimanche : les marchés du dimanche seront démontés le lundi mais un roulage des bâches sera alors nécessaire dès le dimanche à l'issue du marché.

S'ils sont suivis d'une tenue un mardi, les installations pourront rester du samedi après-midi au mardi après-midi.

2) Pour les marchés d'après-midi

Le montage s'effectue le matin du jour de tenue du marché. Le démontage se fera au plus tôt à l'issue du marché et au plus tard le lendemain du jour de tenue.

Dans le cas où les obligations de montage ou démontage des marchés ne sont pas respectées, des sanctions spécifiques seront appliquées.

b) Plan de prévention des opérations de démontage et contrôles contradictoires

Les délégataires mettront en place, en concertation avec la Direction de la propreté et de l'eau, un plan de prévention des opérations de démontage des marchés destiné à coordonner l'action des monteurs avec celle du personnel de la propreté de la Ville de Paris. Le plan de prévention devra être acté dans les six mois à compter du début des délégations.

V - Réduction des déchets et programme de tri (tri, valorisation, sensibilisation, ...)

La réduction des déchets, la lutte contre le gaspillage et le développement de l'économie circulaire seront renforcés. La Ville de Paris s'est engagée en ce sens en adoptant un nouveau Programme local de prévention des déchets ménagers et assimilés (PLPDMA) en 2024.

V.1 - Réduction du volume de déchets

Les délégataires devront proposer un plan d'action dans le but de réduire le volume global de déchets de 30% sur toute la durée de la délégation. Ce plan comportera les actions suivantes :

- Accompagner tous les commerçants à respecter le tri de leurs déchets, à repartir avec ceux qui ne sont pas collectés (cagettes, palettes) et à réduire leurs déchets (en les incitant à proposer des emballages réutilisables, consignés, ...) ;
- Inciter les clients à venir avec leurs propres contenants (sacs et boîtes) ;
- Participer aux initiatives de la Ville de Paris pour la mise en place d'un système de consigne sur quatre marchés dès 2027 ;
- Déployer des bacs multimatériaux sur les marchés.

V.2 - Contribution incitative au traitement des déchets

Chaque délégataire paiera une contribution annuelle. Son montant sera en fonction du volume réel des déchets traités par la Direction de la Propreté et de l'Eau (DPE).

Les délégataires auront pour double objectif :

- de réduire le tonnage global des déchets de 5% par an, afin d'atteindre 30% de réduction en fin de délégation, sur la base du tonnage collecté en 2024,
- d'améliorer le tri, en réduisant la part des ordures ménagères et en optimisant la collecte des déchets multimatériaux et déchets alimentaires.

Le tableau ci-dessous illustre les attendus auxquels les délégataires devront répondre.

Hypothèses de projection	2026	2027	2028	2029	2030	2031	2032
% de réduction des déchets (référence 2024)	5%	10%	15%	20%	25%	30%	30%
% tonnages OM	80%	60%	33%	33%	33%	33%	33%
% tonnages MM	10%	20%	33%	33%	33%	33%	33%
% tonnages DA	10%	20%	33%	33%	33%	33%	33%

Sur cette base, sera appliquée une tarification des déchets collectés par la Ville de Paris au volume, différenciée par flux (déchets alimentaires et multimatériaux triés, non triés en bac, non triés hors bac) incitative au tri.
Cette contribution incitative, qui sera calculée en fonction des tonnages annuels effectifs, comporte un seuil plancher (contribution minimale) de 300 000€ par lot et un seuil plafond (contribution maximale) de 800 000€ par lot.
Chaque délégataire paiera une contribution annuelle dont le montant est défini par la formule qui leur a été transmise dans le document de consultation.

V.3 - Participation des délégataires au tri des biodéchets

Le tri des biodéchets doit être étendu à l'ensemble des marchés parisiens afin de se conformer à la loi du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire, dite loi anti-gaspillage, qui prévoit la généralisation de ce tri à la source à partir du 1er janvier 2024 pour tous les producteurs de biodéchets en France.

Les délégataires participent depuis le 1er novembre 2015 au tri des biodéchets sur un ensemble de 54 marchés : ils déposent sur les marchés les bacs spécifiques mis à disposition par la Direction de la Propreté et de l'Eau, les remportent après la collecte assurée par la Direction de la Propreté et de l'Eau et en assurent le nettoyage. Les délégataires financent des actions de communication à destination des commerçants en vue de leur rappeler les règles en la matière. Les délégataires poursuivront ces missions dans le cadre des nouvelles délégations.
L'ensemble des marchés alimentaires parisiens relevant de la présente consultation sont concernés dès 2026.
En lien avec les services de la Direction de la Propreté et de l'Eau, les délégataires poursuivront cette participation à l'obligation légale et réglementaire du tri des biodéchets.
Une forte sensibilisation des commerçants est attendue des délégataires, notamment afin de leur faire respecter le tri des biodéchets. Les délégataires devront également informer les clients des marchés de la mise en place de ce tri des biodéchets et de la redistribution des invendus. A cette fin, ils devront proposer une signalétique spécifique pour informer les clients de ces deux démarches.
Par ailleurs, ils devront installer des bacs dédiés à cette collecte spécifique.
En cours de délégation, la Ville de Paris pourra mettre en place un protocole concernant le tri et la collecte des déchets carnés. Les délégataires devront s'y conformer (tri, contrôle des bacs, certification lors de la collecte, ...).
Outre la collecte des biodéchets, la Direction de la Propreté et de l'Eau assurera le transport des biodéchets vers les centres de traitement et prendra en charge le coût de ce traitement.
Les candidats devront chiffrer le coût de ces prestations et préciser les modalités d'organisation retenues pour les réaliser.

V.4 - Mise en place de bacs pour d'autres types de déchets
Les candidats devront prévoir la mise en place, le remisage et le nettoyage de bacs spécifiques supplémentaires : bacs poissonniers et bacs multimatériaux (bacs jaunes) qui devront être déployés sur l'ensemble des marchés.
Le détail de cette mise en place a été transmis dans le dossier de consultation.
Les candidats devront chiffrer le coût de ces prestations et préciser les modalités d'organisation retenues pour les réaliser.

V.5 - Dotation de bacs par la Direction de la propreté et de l'eau
La Ville dotera les délégataires en début de délégation, un nombre de bacs nécessaires en fonction de leur lot.

V.6 - Valorisation et réemploi des cagettes (hors carton)
Dans un objectif de réduction significative des déchets issus des marchés, les délégataires sont invités à proposer des partenariats pour la mise en place d'une expérimentation pour la valorisation et le réemploi des cagettes. Ils fourniront dès 2027 ses modalités et un calendrier prévisionnel.
Les délégataires devront fournir le cas échéant, chaque année un bilan de l'expérimentation de revalorisation et de réemploi des cagettes.
En dehors d'une expérimentation, les délégataires devront accompagner la Ville de Paris dans son étude pour la mise en œuvre d'une filière de valorisation du bois.
En l'état actuel, les délégataires devront s'assurer que les commerçants procèdent à l'évacuation de leurs cagettes, palettes et caisses palettes. Celles-ci ne pourront en aucun cas être prises en charge par la Direction de la Propreté et de l'Eau.

VI - Équipement des marchés en tentes-abris

VI.1 - L'entretien, la réparation et le renouvellement du matériel
Les délégataires devront s'assurer de l'entretien et de la réparation voire, si nécessaire, du remplacement du matériel initialement fourni par la Ville de Paris (biens de retour) : les structures barnums et bâches, poteaux, chevrons pannes et douilles. En tout état de cause, le matériel devra être remplacé sur simple demande de la Ville. Des contrôles spontanés seront menés tout au long du contrat pour identifier le matériel usé.

VI.2 - Budget affecté à l'entretien, la réparation et le renouvellement du matériel
Les délégataires devront consacrer un montant minimal pour le renouvellement du matériel, de 168 000 € en investissement sur la durée de la délégation et par lot, et devront assurer l'entretien et la réparation de tout le matériel.
En cas de nécessité, le délégataire aura à sa charge financière tout investissement utile à l'entretien, la réparation ou le renouvellement du matériel.

VII - Moyens d'exploitation

Les délégataires assurent la gestion, l'entretien et l'organisation des marchés, dans le but d'en améliorer les conditions d'exploitation et le service rendu aux usagers.

VIII - Développement d'une politique de promotion et d'animation des marchés

Les délégataires participent à la mise en œuvre d'une politique renforcée et innovante visant à promouvoir les marchés parisiens, en incluant les actions de communication et d'animation définies ci-dessous.

Cette politique de promotion, établie en concertation avec les services municipaux, doit faire l'objet d'une validation écrite préalable de la Ville de Paris et être en accord avec sa charte graphique.

VIII.1 - Communication

La communication joue un rôle essentiel pour l'attractivité et la fréquentation des marchés. La Ville de Paris impulse le cadre global de la communication. Elle définit la charte graphique à respecter. Toute opération doit se faire dans le respect de l'image de marque de la Ville de Paris ainsi que de la charte graphique.
Le rôle principal des délégataires est de réaliser un programme d'animation annuel. Ils mettront leur expertise en matière de communication au service de la Ville et seront force de propositions afin de porter des idées innovantes. Les délégataires tiendront compte des différents supports existants dans leurs propositions (réseaux sociaux, site internet, magazines spécialisés, TV, radio, presse ou affichage urbain, etc). Ces propositions devront faire l'objet d'un chiffrage.
Les délégataires seront chargés de faire vivre les différents outils de communication digitale. Ils devront fournir du contenu visuel (photos, vidéos, etc) et éditorial pour alimenter les différents supports existants ou à venir à une fréquence de 7 contenus par semaine minimum.
Les contenus montreront la diversité des marchés, rendront compte de leur attractivité, annonceront les évènements proposés et feront la promotion des services présents sur les marchés. Ces contenus pourront par exemple valoriser les commerçants (vidéo portraits de commerçants, notamment les producteurs), proposer des recettes réalisables avec des produits vendus sur les marchés, faire un focus sur un marché précis, etc.
Les contenus seront utilisés notamment sur les différents réseaux sociaux existants et à venir et sur les supports de communication des mairies d'arrondissement.

Dans l'objectif de valoriser l'offre proposée par les producteurs et la vente de produits de qualité, respectueux de l'alimentation durable et du circuit de proximité, notamment les produits issus de l'agriculture biologique, les produits labellisés alimentation durable ainsi que la production locale de saison, les délégataires seront amenés à travailler avec les services de la Ville à produire un kit d'affichage à destination des étals concernés.

VIII.2 - Animations

Dans le cadre de leur candidature, les délégataires doivent proposer une stratégie d'animation et de visibilité des marchés détaillant leurs objectifs.
Les délégataires devront proposer un programme prévisionnel pour la première année et le budget associé.
Deux types d'actions doivent être prévus :

- la « Fête des marchés » : organisée chaque année à l'initiative de la Ville de Paris. Les délégataires devront faire des propositions d'animations. Cette programmation fera l'objet d'une discussion spécifique avec la Ville de Paris et sera validée expressément par celle-ci ;
- une politique d'animation annuelle, en fonction des temps forts définis par la Ville de Paris. Le délégataire peut également être force de proposition pour la conception d'autres animations durant l'année.

Chaque délégataire doit transmettre au 1er décembre de l'année au plus tard à la Ville :

- pour validation : le programme prévisionnel de la campagne de communication et d'animation par marché pour l'année à venir. Ce programme fera systématiquement l'objet d'un chiffrage et distinguera le volet animation du volet communication ;
- le bilan chiffré de la campagne de communication et d'animation de l'année précédente ;

- l'ensemble des factures détaillées et devis liés aux animations ou communications réalisées.

VIII.3 - Budget affecté à la politique de promotion des marchés

Pour la politique de promotion annuelle, incluant la communication et les animations annuelles (hors « Fête des marchés »), un montant minimal annuel de 125 000 € devra y être consacré par chaque délégataire.
Pour l'animation « la Fête des marchés » et la communication afférente, les délégataires devront consacrer un montant minimal de 50 000 € chaque année par délégataire.
Sur certains marchés, les commerçants peuvent souhaiter apporter un financement complémentaire. Cette contribution est facultative. Elle devra néanmoins être intégrée de façon lisible dans les comptes de la délégation, en la distinguant des autres recettes.

IX - Services en faveur de la clientèle

IX.1 - Livraisons à domicile pour les seniors ou personnes à mobilité réduite

Les délégataires accompagneront les commerçants dans une démarche visant à proposer un service de livraison à domicile notamment pour les seniors ou les personnes à mobilité réduite. La livraison pourra être assurée par les commerçants individuellement ou pourra être assurée par des structures relevant des secteurs coopératif, associatif, de l'insertion ou de l'économie sociale et solidaire.

IX.2 - Espaces de convivialité

Les candidats devront prévoir un ou deux emplacements qui accueilleront un espace de convivialité au sein des marchés. Ces lieux doivent permettre d'améliorer la qualité des services offerts aux clients et aux habitants en proposant un espace dédié sur le marché de rencontres, de restauration et éventuellement de services. Des associations locales pourront notamment y être accueillies ponctuellement.
Actuellement, il existe 10 marchés qui bénéficient de ces espaces. Dans les futures délégations, les délégataires devront étendre ce service a minima 20 marchés (10 pour chacun des lots), au plus tard un an après l'entrée en vigueur du contrat.
Ces espaces disposeront d'un mobilier et du matériel (tables, chaises et luminaires) adaptés et esthétiques et du personnel nécessaire à leur bon fonctionnement.

IX.3 - Accueil sur les places de volant

Les délégataires devront étudier la possibilité d'accueillir sur les emplacements de volant des activités autres que celles des abonnés et des volants autorisés. Des associations locales, des commerçants locaux, des acteurs dans la prévention des déchets ou en faveur du développement durable ou un stand de réparateur pourront être accueillis.

IX.4 - Création de nouveaux marchés

La Ville de Paris se réserve le droit de créer de nouveaux marchés en cours de délégation. Le délégataire mettra son expertise au service de la Ville de Paris et accompagnera la création de ces nouveaux marchés par, notamment, le recrutement des commerçants, la prise en charge du douillage ou l'organisation de l'inauguration.

D - Contenu de l'offre du candidat

I - Éléments de cadrage

Les offres ainsi que tous les documents et annexes associés sont rédigés en langue française et les montants sont exprimés en euros hors taxe.

Chaque lot devra faire l'objet d'une offre séparée, financièrement équilibrée, qui devra répondre aux exigences de la Ville Paris.
Conformément à l'avis de concession, les candidats peuvent présenter une offre pour chacun des 2 lots. En revanche, un seul lot pourra être attribué par délégataire.
Les candidats répondant aux 2 lots devront dès l'offre initiale hiérarchiser pour information leur préférence. Au stade des offres finales, les candidats devront formuler leur classement définitif. Cela ne lie en aucun cas la Ville de Paris, qui demeure seule compétente pour décider de l'attribution finale des lots, conformément aux critères de jugement des offres.
Enfin, l'offre du candidat doit répondre à l'ensemble des prescriptions figurant dans le cahier de consultation.

II - Notes méthodologiques

Pour exposer les offres, les candidats fourniront une note d'intention générale concernant l'exploitation des marchés et neuf notes méthodologiques détaillées expliquant comment ils entendent remplir les missions du délégataire exposées dans le cahier de consultation.

Ils doivent au minimum formuler des propositions et une méthodologie de travail permettant d'améliorer l'attractivité des marchés et le service rendu aux Parisiens, en se basant sur plusieurs axes d'intervention :

I - Une gestion optimisée de l'offre commerciale et du déroulement des tenues de marché
II - Des actions fortes en matière de développement durable et solidaire
III - Des mesures solidaires en faveur du pouvoir d'achat des usagers des marchés
IV - Une participation active aux missions de propreté, de collecte des déchets et l'obligation de dé/montage des marchés
V - Un programme de réduction des déchets et de tri (tri, valorisation des déchets, actions de sensibilisation, etc.)
VI - Un entretien, une réparation et le renouvellement du matériel de tentes-abris
VII - Une intervention efficace en matière de fourniture, d'entretien et de maintenance des équipements
VIII - Une politique d'animation et de promotion des marchés
IX - La mise en œuvre de services en faveur de la clientèle

Ces axes ont été détaillés ci-dessus.

III - Éléments sur le personnel affecté à chaque délégation

Les candidats devront détailler les moyens qu'ils entendent affecter à chaque délégation pour effectuer les missions décrites au cahier de consultation : effectifs, qualification, salaires en faisant apparaître le coût unitaire de chaque salarié (salaires et charges sociales) et le nombre d'heures travaillées. Une importance particulière sera portée au respect du code du travail, aux dispositions relatives à la santé et à la sécurité des salariés ainsi qu'aux engagements en matière de qualité de vie au travail. Les candidats sont invités à démontrer, dans leur offre, les mesures mises en œuvre pour garantir des conditions de travail respectueuses des droits des travailleurs et propices au bien-être de leurs équipes. Toute pratique assimilable à du dumping social (non-respect des normes légales ou conventionnelles, recours abusif à des conditions de travail dégradées, sous-traitance non conforme, etc.) sera considérée comme contraire aux exigences de la présente consultation et pourra entraîner le rejet de l'offre.
Conformément aux articles L.1224-1 et L.1224 2 du code du travail applicables au changement de délégataire, les contrats de travail des personnels employés sur les marchés découverts alimentaires et biologiques lors du renouvellement de la délégation seront repris.

Concernant les régisseurs-placiers, les candidats s'engageront à maintenir au minimum sur chaque marché du personnel présent à l'arrivée des commerçants et au départ des derniers commerçants et en tout état de cause le temps nécessaire pour que ce personnel puisse assurer les missions confiées.
Les régisseurs placiers ne pourront exercer que pour une durée maximale de deux ans sur un même marché et devront être déplacés au terme de cette période.

Afin que la Ville puisse apprécier la possibilité, pour les régisseurs-placiers, de remplir la totalité de leurs missions, les candidats doivent présenter de façon détaillée le dispositif qu'ils prévoient. Ils établiront un projet de planning horaire sur une semaine comportant le nombre et l'affectation de leur personnel ainsi que les tâches qu'ils auront à remplir. Ils tiendront compte du fait que les marchés sont de taille différente et que certains d'entre eux sont des sites sensibles. Ils pourront proposer des aménagements en ce sens. Ce planning sera engageant et pourra faire l'objet de sanctions en cas de non-respect.

En tout état de cause, les commerçants de tous les marchés découverts alimentaires ainsi que les services municipaux devront pouvoir joindre un représentant du délégataire à tout moment pendant la tenue des marchés.

Concernant les autres membres du personnel, les candidats devront justifier que le nombre d'heures travaillées permet aux personnels d'effectuer efficacement leurs missions. Notamment, les chauffeurs et les monteurs devront être en nombre suffisant pour permettre un montage et un démontage des tentes-abris lors de chaque tenue de marché conformément aux indications données au paragraphe IV.5 de la section 3 du dossier de consultation, à l'annexe n°7 et aux spécificités de l'annexe n°9.

Ils devront tout particulièrement préciser les moyens qu'ils entendent mettre en œuvre pour remplir leurs obligations concernant le tri des biodéchets, des déchets des poissonniers et des multi matériaux et assurer la prévention des ventes à la sauvette.

IV - Éléments financiers

L'offre financière du candidat est composée d'un Mémoire financier (1), sous format PDF, et d'un Plan d'Affaires Prévisionnel ou Compte d'Exploitation Prévisionnel (2), sous format Excel (version française ou compatible). En cas de discordance entre le Mémoire financier et le Plan d'Affaires Prévisionnel, ce dernier fera foi.

Le Mémoire financier (1) présentera :

- La proposition du candidat relative à la redevance d'exploitation. Le candidat détaillera sa proposition en matière de mécanisme de redevance. Celui-ci devra obligatoirement être composé des deux éléments suivants :
    - une redevance variable calculée annuellement sur la base d'un pourcentage du chiffre d'affaires HT de l'ensemble des activités réalisées dans le périmètre de la concession. Le candidat est libre de proposer un ou plusieurs taux de redevance variable associés, le cas échéant, à plusieurs tranches de chiffres d'affaires HT ;
    - une redevance forfaitaire, applicable dès la première année du contrat et qui viendra en complément (en ajout) à la redevance variable.

Le montant de la redevance forfaitaire et, le cas échéant, les tranches de chiffre d'affaires, sera (seront) révisé(es) annuellement en application d'un indice ou d'un panier d'indices publié(s) par l'INSEE (qui sera proposé par le candidat). Le ou les indice(s) utilisé(s) doit (doivent) être en rapport avec la ou les activités proposée(s) par le candidat.

- Le détail des hypothèses retenues dans le Plan d'Affaires Prévisionnel :

Le candidat explicite et justifie l'ensemble des hypothèses utilisées pour la construction du Plan d'Affaires Prévisionnel, notamment :

- les hypothèses retenues pour la construction du prévisionnel de recettes (mètres linéaires disponibles par type de commerçants en distinguant linéaire en façade commercial, des retours, taux d'occupation, droit de place au ml, etc.) ;
- les hypothèses sous-jacentes à la construction des différents postes de charges opérationnelles listées dans l'onglet « 3 - Hyp charges » du Compte d'Exploitation Prévisionnel dont, sans être exhaustif, les charges directes de personnels (effectif, ETP, salaires bruts/nets, ...), les charges refacturées aux commerçants, les frais d'entretien / nettoyage, d'animation, de contribution aux traitements des déchets par la Ville de Paris (tonnage par typologie de déchets par an notamment), les frais de siège, les dépenses relatives aux actions demandées par la Ville (actions en faveur du développement durable et solidaire et du tri des déchets, récupération des invendus, mesures solidaires en faveur du pouvoir d'achat, mise en place de bennes supplémentaires, espaces de convivialité,...) ... ;
- le détail des hypothèses sous-jacentes pour chaque poste d'investissement envisagé et les dotations aux provisions et aux amortissements qui en découlent, ainsi que les frais financiers éventuels en cohérence avec le plan de financement envisagé ;
- les hypothèses retenues concernant l'évolution des produits et des charges d'exploitation en euros constants (avant prise en compte de l'inflation). Le candidat doit notamment justifier ses hypothèses de montée en charge et l'éventuelle saisonnalité de l'activité. Le candidat doit préciser et justifier les modalités d'indexation qu'il envisage pour les recettes et les charges d'exploitation dans le cadre de son CEP en euros courants. Pour les besoins de la modélisation, un taux d'indexation des charges de 2% par an est proposé, mais un autre taux peut être utilisé, à condition d'être justifié. Les droits de place évoluent de 3,8% / an)
- les modalités du financement prévisionnel : le candidat détaille le plan de financement du projet (en cohérence avec les éléments renseignés dans l'onglet «4 - Hyp Invest et fin » du Plan d'Affaires Prévisionnel), en mettant notamment en évidence : le montant estimatif des dépenses d'investissement envisagées et la variation du besoin en fonds de roulement initial éventuel ;
- le phasage des dépenses d'investissement et les dotations et reprises liées aux amortissements et aux provisions correspondantes ;
- la nature, le montant et l'échéancier des financements envisagés (apport en capital, comptes courants d'actionnaires / d'associés, emprunts bancaires, dettes intragroupe,...). Le candidat détaille les sources de financements envisagées, la quote-part de chacune d'elles, l'identité des apporteurs de financement et, le cas échéant, le lien capitalistique qui existe avec le candidat ou le membre du groupement en cas de candidature groupée, ainsi que les caractéristiques de chaque type de prêt ou instrument de financement (modalités de tirage, montant, maturité, échéancier de remboursement, taux d'intérêt, etc.). Il apporte tous les éléments permettant de crédibiliser l'obtention du financement envisagé (par exemple, en fournissant un courrier des apporteurs de financement permettant d'apprécier leur niveau d'engagement à apporter ledit financement). Lorsque l'apporteur de financement n'est pas un établissement de crédit agrée, le candidat apporte également les éléments permettant de démontrer que ceux-ci disposent eux-mêmes des fonds nécessaires pour honorer leurs engagements.

Concernant les garanties apportées :
Le candidat précise l'option retenue (entre GAPD (Garantie à Première Demande) bancaire et dépôt de garantie) pour la constitution de la garantie demandée pour le paiement des

redevances et pénalités dues et apporte tous les éléments permettant de crédibiliser la mise en place de cette garantie (par exemple, s'il retient l'option d'une GAPD, en fournissant une lettre d'intention d'un établissement bancaire portant sur la GAPD avec mention du montant garanti et de sa durée de validité ; ou, s'il retient l'option d'un dépôt de garantie auprès de la Ville de Paris, en fournissant un état bancaire attestant de disponibilités suffisantes et au moins égales au montant prévisionnel à garantir et/ou l'engagement d'un tiers financeur à apporter les fonds nécessaires au versement du dépôt de garantie dans le délai prescrit).

Le candidat, ou en cas de groupement, chaque membre du groupement, fournit une lettre d'engagement précisant la nature de son engagement en termes de mise à disposition à la société dédiée de moyens (humains, techniques et financiers) pour l'exécution du contrat.

Le Plan d'Affaires Prévisionnel (2) :

Le Plan d'Affaires Prévisionnel est établi à partir du modèle du Plan d'Affaires Prévisionnel.

Le Plan d'Affaires Prévisionnel doit être remis sous format Excel (version française, ou compatible). Il ne devra contenir aucune feuille ni cellule masquée ni aucune protection en écriture telle qu'un mot de passe. Tous les montants seront indiqués en HT (Hors Taxes).

Le Plan d'Affaires Prévisionnel doit présenter :

- les hypothèses générales retenues pour la réalisation de son business plan, et les hypothèses liées à l'exploitation ;
- le détail des hypothèses relatives aux recettes d'exploitation ;
- le détail des hypothèses relatives aux charges d'exploitation (hors redevance) ;
- le détail de la proposition de redevance et son mécanisme ;
- le détail de son plan d'investissement, de son plan d'amortissement et le détail de son plan de financement ;
- les comptes prévisionnels en euros constants et courants ;
- le compte de résultats simplifié par marché.

Le candidat doit tenir compte des instructions de l'onglet « Introduction » pour compléter les différents onglets. Il est libre de modifier des formules ou d'ajouter des lignes supplémentaires qui ne figureraient pas dans le canevas, notamment pour les activités annexes éventuellement proposées ou des postes de charges non identifiés, à la condition de conserver un niveau de détail équivalent et de faire clairement apparaître les modifications et ajouts (en insérant des commentaires visibles dans les feuilles de calcul).

Les comptes prévisionnels de l'offre finale du candidat retenu seront annexés à la convention de délégation de service public.

V - Projet de contrat

Les candidats doivent également fournir le projet de contrat de concession et ses annexes, dûment complétés aux endroits indiqués et, le cas échéant, modifié en mode suivi des modifications apparentes dans Word. Toute modification contractuelle ne peut être justifiée que par une optimisation du cadre contractuel ou un ajustement du projet de contrat à l'offre du candidat.

VI - Éléments complémentaires

Les offres doivent contenir, en plus des éléments visés plus haut, les documents suivants :

- des projets de contrat d'entretien des équipements électriques chiffrés, conformément à l'article 4 - B - VII du règlement ;
- des descriptifs techniques, des devis (en cas de recours à un prestataire extérieur) et des prévisions chiffrées permettant d'apprécier précisément l'étendue et la qualité des propositions relatives à la propreté (participation à la collecte des déchets ainsi qu'au tri des biodéchets et autres déchets) ;
- d'une manière générale des devis en cas de recours à un prestataire ;
- des descriptifs, des devis et des prévisions chiffrées pour les aménagements et travaux qui seront proposés éventuellement par les candidats ;
- un descriptif technique des tentes-abris, des équipements proposés, des dispositifs de matérialisation des zones de regroupement de déchets, et des prévisions chiffrées permettant d'assumer la charge de cet investissement pendant la durée du contrat ;
- un projet de planning horaire des placiers sur une semaine comportant le nombre, l'affectation et les tâches remplies par les placiers ainsi que les charges de personnel correspondantes ;
- les comptes d'exploitation prévisionnels à établir sur la durée de la délégation (sur support informatique et papier).

Il est rappelé que, d'une manière générale, tous les investissements effectués au cours de la délégation, devront être amortis sur la durée du contrat.

E - Critères de jugement des offres

Le jugement des offres est effectué sur le fondement des critères hiérarchisés suivants :

- la qualité du service et les actions envisagées pour la valorisation de l'espace public : la compréhension des missions du délégataire, les moyens humains et techniques, les engagements proposés pour l'exécution du contrat dans l'objectif d'assurer la meilleure qualité de service
- la compétitivité financière de l'offre : le mécanisme de redevance proposé (redevance forfaitaire et taux (unique ou multiples avec tranches) de redevance variable sur chiffre d'affaires), la viabilité économique de l'offre sur la base de l'analyse de la crédibilité des hypothèses de construction des produits et des charges, du programme d'investissements prévisionnel, des financements associés à ce plan d'investissements et de la capacité du candidat à les obtenir (production de lettres d'engagement des différents apporteurs de financements, internes comme externes) et des garanties apportées concernant le paiement des redevances et des pénalités.

TITRE III - ANALYSE DES OFFRES

Pour le lot 1 (secteur A) :
5e, 6e, 7e, 13e, 14e, 15e, 16e, 17e arrondissements

DOSSIER N°1 : GROUPE BENSIDOUN

PRESENTATION DE LA SOCIETE

La société Groupe BENSIDOUN est une société à responsabilité limitée (SARL), dont le gérant est Monsieur Rolland BENSIDOUN.

Son siège social est situé 109, boulevard de Sébastopol, 75002 PARIS. L'adresse administrative est 72, boulevard des Corneilles, 94100 SAINT MAUR DES FOSSES.

Le montant du capital social est de 16 300 €. Sa composition est la suivante :

500 parts sociales dont 250 détenues par M. Rolland BENSIDOUN, 125 parts détenues par Mme Caroline BENSIDOUN et 125 parts détenues par M. Sébastien BENSIDOUN.

La société a pour activité l'exploitation de marchés d'approvisionnements communaux, de halles, de foires, la construction et la manutention de matériel de marchés et les prestations de services y afférents.

Les mêmes associés détiennent une autre société, la société SEMACO, dont les prestations participent au même secteur d'activité.

La société Groupe BENSIDOUN emploie 150 personnes en France et aux États-Unis.

La Ville de Paris a confié à la société Groupe BENSIDOUN la gestion du lot A des marchés découverts parisiens à compter du 4 janvier 2020 pour une durée de six ans, prolongée par avenant jusqu'au 5 juillet 2026 inclus. Ce secteur comprend 34 marchés. Auparavant, la société Groupe BENSIDOUN gérait le secteur B des marchés découverts alimentaires sur une configuration un peu différente de 23 marchés pour une durée de 4 ans à compter du 1er novembre 2015 prolongée par avenant jusqu'au 3 janvier 2020.

Le candidat donne également les références en Ile-de-France de 25 communes. Il est également titulaire de 17 contrats aux Etats-Unis dont des marchés à New York et Chicago.

L'entreprise Groupe BENSIDOUN dispose des moyens techniques et humains en adéquation avec l'objet de la consultation. La société a fourni un descriptif du personnel et des moyens techniques qui seront affectés à la gestion du marché.

Les autres références produites par le candidat concernent la société SEMACO. Pour le compte de la Ville de Paris, la SEMACO gère le marché aux puces de la porte de Vanves (Paris 14ème) depuis le 1er juillet 2022 pour une durée de cinq ans.

CONTENU DE L'OFFRE DU CANDIDAT

Critère 1 : LA QUALITE DU SERVICE ET LES ACTIONS ENTREPRISES POUR VALORISER L'ESPACE PUBLIC

A - La note d'intention générale

Le candidat a fourni une note d'intention générale mettant en avant son savoir-faire et son expérience à gérer les marchés communaux depuis plusieurs générations. Il fait aussi valoir sa maîtrise complète des processus de fabrication et d'installation des équipements essentiels au bon fonctionnement des marchés. Son projet repose sur quatre axes : une gestion exemplaire du service public, une offre marchande renforcée, une transition écologique assumée et un engagement concret envers la citoyenneté et la solidarité.

Ces points sont repris dans ses notes détaillées.

B - Les 9 notes méthodologiques détaillées

I - Proposer une gestion optimisée de l'offre commerciale et du déroulement des tenues de marché

I.1 - Gestion des commerçants

Le délégataire s'engage à assurer la gestion des commerçants conformément au règlement des marchés découverts alimentaires et biologiques de la Ville de Paris ainsi qu'aux évolutions réglementaires applicables pendant la durée de la délégation.

Le candidat fait mention de MarketFlow, son outil de gestion, de facturation et de suivi en temps réel des marchés.

Le candidat s'engage à attribuer les demandes d'abonnement conformément au règlement des marchés de la Ville de Paris ainsi qu'aux décisions prises par la Ville en matière d'attribution des emplacements.

Les demandes d'abonnement seront centralisées et suivies au moyen de l'outil MarketFlow permettant :

- l'enregistrement des demandes ;
- le suivi des pièces administratives ;
- la gestion des listes d'attente ;
- le suivi des disponibilités par marché et par activité ;
- l'historique des attributions et mutations.

Le candidat précise que les abonnements seront attribués selon :

- les disponibilités d'emplacements ;
- les activités autorisées ;
- les règles de priorité définies par le règlement ;
- les équilibres commerciaux recherchés sur chaque marché.

Le suivi des présences des abonnés sera réalisé quotidiennement par les placiers via MarketFlow afin d'identifier :

- les absences ;
- les emplacements temporairement vacants ;

- les situations nécessitant un signalement à la Ville.

En cas d'absence d'un abonné, les emplacements disponibles pourront être réattribués à des commerçants volants dans les conditions prévues par le règlement des marchés.

Le placement des commerçants volants sera assuré quotidiennement par les régisseurs placiers en fonction :

- des disponibilités constatées ;
- des activités autorisées ;
- des règles de priorité applicables ;
- des besoins d'équilibre commercial du marché.

Le candidat indique également qu'un suivi des vacances commerciales sera réalisé afin d'identifier les secteurs nécessitant une action de prospection ou de recrutement de nouveaux commerçants.
Les procédures de mutation, de transfert ou de réattribution d'emplacements feront l'objet d'un suivi administratif en lien avec les services de la Ville.

Chaque régisseur placier sera formé :

- aux obligations liées à la destination des emplacements ;
- aux modalités de placement des abonnés et des commerçants volants ;
- au respect des périmètres des marchés ;
- aux règles de priorité d'abonnement et aux procédures de mutation ;
- au contrôle des autorisations et cartes délivrées par la Ville.

Les régisseurs placiers assureront :

- le placement des commerçants ;
- le contrôle des documents réglementaires ;
- l'encaissement des droits de place ;
- le suivi des opérations de montage et de démontage ;
- le signalement des anomalies et dysfonctionnements ;
- le respect des règles d'hygiène, de sécurité et de propreté.

Le candidat indique que la présence des placiers est maintenue jusqu'au contrôle contradictoire avec les services municipaux.

L'organisation prévoit une présence des placiers :

- de 7h00 à 14h30 en semaine ;
- de 7h00 à 15h00 le week-end.

Pour les placiers intervenant sur plusieurs marchés, le candidat prévoit une organisation sectorisée permettant une intervention sur site dans un délai maximal de 30 minutes.

Le candidat prévoit l'utilisation de l'outil MarketFlow pour :

- la gestion des placements ;
- la facturation ;
- l'encaissement ;
- le suivi des marchés en temps réel ;
- la saisie des anomalies ;
- le partage d'informations entre les placiers et le siège.

Chaque placier disposera d'un smartphone relié à l'application permettant notamment la vérification des cartes de commerçants et la transmission des informations. Le candidat précise également que la Ville pourra accéder aux reportings et aux données de suivi via un accès dédié.

Les encaissements seront réalisés via des terminaux électroniques sécurisés. Les commerçants seront incités à privilégier les paiements par carte bancaire, chèque ou prélèvement automatique afin de limiter l'usage des espèces.

Le candidat indique que les paiements en espèces feront l'objet :

- d'un enregistrement dans MarketFlow ;
- de l'édition d'une quittance ;
- d'un rapprochement quotidien des recettes ;
- d'une procédure sécurisée de remise des fonds.

Le candidat prévoit également un dispositif d'accompagnement des nouveaux commerçants comprenant :

- un kit d'installation ;
- un accompagnement administratif ;
- la mise à disposition temporaire de matériel ;

Enfin, le candidat s'engage à organiser les élections des commissions de marché et à assurer le suivi des réunions de commissions en lien avec les services de la Ville.

I.2 - Favoriser la diversité et la qualité de l'offre commerciale

Pour répondre à l'objectif de diversité et de qualité commerciale sur les marchés, le candidat s'engage à augmenter de 15% des commerces de bouche en 6 ans, soit 58 commerces détaillés par métier.
Pour ce faire, il propose la mise en place du programme "Market incubator" pour favoriser l'arrivée de nouveaux artisans en réinsertion professionnelle, en leur réservant un stand par marché et en leur appliquant une gratuité des droits de place pendant 2 mois. Il estime à 6 à 9 commerçants par an pouvant bénéficier de cette gratuité.
Dans la même optique, il indique qu'il fournira une aide à l'installation avec un kit et du prêt de matériel aux nouveaux commerçants le souhaitant. Il prévoit également un diagnostic annuel par métier, avec un soutien technique prioritaire et un appui administratif et sanitaire aux commerçants en fonction des résultats de l'étude.

Le candidat précise également ses moyens de prospection de nouveaux commerçants : site web, réseaux sociaux professionnels, plateformes spécialisées, participation à des salons...
Dans cette perspective, il s'engage à conclure des partenariats avec différents acteurs : la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, les fédérations, des centres de formation professionnelle, des Meilleurs Ouvriers de France...

Le candidat répond aux attendus du cahier des charges et propose notamment un accompagnement spécifique et engagé pour les nouveaux commerçants. Il n'a cependant pas détaillé avec précision l'absence de recettes pour le ou les dispositifs de gratuité.

I.3 - Redynamisation des marchés en difficulté après études

Conformément aux attendus du cahier des charges, le candidat propose un diagnostic complet d'attractivité sur l'ensemble des marchés, avec deux études de commercialité : une étude macro, à l'échelle du territoire, et une étude micro, sur des marchés tests.
Ce diagnostic se complète d'une liste des marchés classés par niveau d'attractivité, et d'un programme pluriannuel de redynamisation en faveur des 9 marchés listés par la Ville et pour 3 autres marchés complémentaires, soit 12 marchés.
Les prestataires retenus se nomment *CROCIS* et *Mall & Market*.

Des études de fréquentation font également partie de l'offre du candidat. Celles-ci sont prévues en 2027, 2029 et 2031, par le prestataire CROCIS. Elles porteront sur cinq marchés différents en fonction de l'année de l'étude.

L'ensemble de ces études est chiffré à 56 601€ HT sur l'ensemble de la délégation.

En ce qui concerne les actions concrètes à mettre en place pour la redynamisation de ces marchés, le candidat indique plusieurs actions prévisionnelles : la création de micro-zones thématiques évolutives, l'installation de stands "éphémères test", la mise en place de rendez-vous récurrents identifiants, l'implication des commerces sédentaires de l'arrondissement, l'expérimentation de parcours clients incitatifs.

Le candidat propose un budget de 10 000 € dédié aux actions de redynamisation de chacun des 12 marchés en difficulté, soit un budget total estimé à 120 000 € et déployé en 2027 et 2028.

Le candidat répond aux attendus du cahier des charges, choisit d'ajouter 3 marchés supplémentaires à redynamiser et dégage un budget conséquent destiné aux actions de redynamisation.

II - Exercer des actions fortes en faveur du développement durable et solidaire

II.1 - Interdiction des sacs en matière plastique

Le Groupe Bensidoun propose une application stricte de l'interdiction des sacs plastiques à usage unique, en conformité avec la réglementation en vigueur. Le contrôle repose sur les placiers, formés à l'identification des emballages autorisés, avec des vérifications régulières et un signalement systématique des manquements à la Ville.

Le candidat prévoit également un accompagnement des commerçants vers des solutions alternatives. Il propose le référencement de fournisseurs d'emballages conformes (biosourcés, compostables, fabrication européenne) ainsi qu'un catalogue d'alternatives (papier, tissu, filets, etc.) à tarifs négociés. Des commandes groupées sont envisagées afin de réduire les coûts et faciliter l'approvisionnement. Un partenariat avec « Emballez mieux » permet un accès simplifié à ces produits, avec commande en ligne et livraison sur les marchés.

Un volet de sensibilisation est déployé à travers des campagnes de communication trimestrielles (affichage, signalétique, réseaux sociaux, contenus pédagogiques) visant à encourager commerçants et usagers à adopter des pratiques plus durables. Le candidat valorise également des engagements des commerçants (recours aux contenants réutilisables,

tri, limitation des déchets) et s'appuie sur des retours d'expérience de marchés « zéro sac plastique ».

Enfin, un dispositif de suivi est prévu, avec des indicateurs intégrés au reporting à la Ville (contrôles réalisés, taux de conformité, actions menées). Aucun budget spécifique n'est dédié à cette action, celle-ci étant intégrée dans un budget global annuel de 15 000 € consacré à la communication et à la sensibilisation environnementale.

Proposition claire, structurée et conforme aux attentes, avec un bon équilibre entre contrôle, accompagnement et sensibilisation.

II.2 - Développement de la vente directe par les producteurs et de la commercialisation de produits répondant aux critères d'une alimentation durable sur les marchés

Pour assurer le doublement du nombre de commerçants producteurs, biologiques et alimentation durable, le délégataire propose plusieurs dispositifs :

- La création d'une charte pour l'alimentation durable en vue d'engager les commerçants,
- La formation des placiers sur les critères d'alimentation durable,
- L'intégration d'un module de suivi "produits durables" dans l'application de gestion "Marketflow",
- La mise en place de partenariats, notamment avec la marque "Produits en Ile de France" (600 producteurs affiliés), le Groupement d'Agriculteurs Biologiques d'Ile de France et la FNAB pour le recrutement des commerçants.

Le candidat fournit une prévision chiffrée pour le doublement de commerçants, année par année. Il prévoit donc de passer de 181 producteurs en début de délégation à 360 producteurs en 2032, avec une augmentation annuelle d'environ 13%.

Pour la mise en place du carré producteurs à un rythme trimestriel, le candidat propose la mise en place de partenariats avec des structures identifiées, dont "Chapeau de pailles" (groupement de 10 cueillettes en Ile-de-France) ainsi que le groupement "Producteurs d'Ile-de-France" (430 producteurs) et la Coopérative bio d'Ile-de-France.

Le candidat répond aux attendus du cahier des charges.
Il esquisse des partenariats pour la tenue trimestrielle du carré producteurs.

II.3 - Récupération et redistribution solidaire des invendus

Le candidat propose 2 associations complémentaires pour la collecte des invendus sur les marchés, associations qui exerceront dans le cadre d'une convention :
- Les Princes de la Rue : organise des maraudes hebdomadaires à Paris et distribue des repas préparés en amont par des bénévoles. Le candidat prévoit de lui mettre à disposition un petit véhicule utilitaire réfrigéré pour soutenir la collecte et redistribution des invendus alimentaires, cuisinés ou non transformés. La collecte se fera sur des marchés qui se tiennent essentiellement les samedis et dimanches.
- La Croix Rouge Appro 77 : plateforme logistique alimentaire dédiée à la transition alimentaire. Dotée de véhicules lourds réfrigérés, l'association est également intéressée pour collecter des denrées autres que les fruits et légumes, à savoir BOF, poissons et produits de la mer, viandes, volailles et charcuteries...
La collecte pourrait être assurée du mardi au vendredi, ainsi que le dimanche. Les invendus transportés puis reconditionnés pourront être distribués à une vingtaine d'associations

parisiennes. L'association dispose de 2 200 m2 de locaux avec les entrepôts et une flotte de 7 véhicules.

D'après le planning prévisionnel fourni, une collaboration avec ces 2 associations représenterait 11 marchés collectés sur 35, avec des collectes à presque chaque tenue (en semaine et le week-end, soit 23 collectes).
Les marchés concernés sont ceux avec le plus de linéaire dans le lot, à savoir : Saxe-Breteuil (7e), Auguste Blanqui (13e), Maison Blanche (13e), Vincent Auriol (13e), Convention (15e), Grenelle (15e), Saint-Charles (15e), Gros-la-Fontaine (16e), Point du jour (16e), Président Wilson (16e), Berthier (17e).
Si besoin, le candidat est par ailleurs prêt à réserver un espace fixe de 8 mètres linéaires minimum sur le marché, équivalent à deux emplacements, pour accueillir les associations collectrices qui gèrent l'acheminement des denrées vers les sites de redistribution.

Parallèlement, le candidat propose d'engager une démarche de récupération des invendus par le biais de l'association ANDES, et de son dispositif le *Potager de Marianne*, installé au MIN de Rungis, afin de collecter des fruits, légumes et produits d'épicerie pour les trier et les redistribuer à des prix solidaires.

Enfin, le candidat prévoit 2 agents (0,51 ETP x2) constituant une brigade pour accompagner la récupération et aider au tri.

Le budget consacré à l'ensemble de ces opérations couvrira la logistique, la participation financière aux opérateurs associatifs réalisant les collectes hebdomadaires, la mise à disposition de véhicules pour assurer le transport des denrées et la prise en charge des frais afférents, les partenariats avec des plateformes numériques, la communication, la sensibilisation et la formation des commerçants, 2 ambassadeurs chargés de sensibiliser les commerçants et de coordonner la logistique que demandent les opérations de récupération des invendus alimentaires.
Le budget annuel de 100 000 € est réparti comme suit :

- 41 110 € : charges de personnel pour les 2 ambassadeurs
- 58 890 € : dons versés aux associations Les Princes de la rue et Croix Rouge, à hauteur de 38 890 € pour la première et 20 000 € pour la seconde.

Le candidat présente une offre complète pour la collecte et la redistribution des invendus, avec un engagement social affirmé.

III - Proposer des mesures solidaires en faveur du pouvoir d'achat des usagers des marchés

Le candidat prévoit la mise en œuvre d'une série de mesures concrètes et pérennes pour soutenir le pouvoir d'achat des usagers tout en valorisant les commerçants engagés.
Ces mesures viseront à rendre l'achat sur les marchés plus accessible à tous, à encourager les comportements responsables (anti-gaspillage, réemploi des contenants, produits de saison), à renforcer la fidélité des clients et la fréquentation des marchés, et enfin à valoriser l'image sociale et citoyenne des marchés parisiens. Concrètement, le candidat incitera les commerçants à formaliser une "heure solidaire" en fin de marché (ex : dernière demi-heure avant fermeture) durant laquelle des promotions seront proposées, un "panier essentiel" de moins de 10 euros, composé de produits locaux, de saison et à prix coûtant en fin de marché, afin de soutenir le pouvoir d'achat des usagers tout en valorisant les circuits courts et les produits de qualité.

Des ateliers anti-gaspi sont également prévus dans l'offre du candidat, à hauteur de 10 ateliers par an minimum, avec le chef Cyril Rouquet-Prevost. Le budget annuel de ces ateliers est de 12 500 € HT, intégré dans le budget communication.

Une nouvelle mesure sera d'installer et gérer 3 étagères solidaires sur 13 marchés du secteur, choisies pour leur fréquentation et la diversité de leur offre alimentaire. Ces présentoirs accueilleront les produits de fin de marché encore consommables, mis à disposition gratuitement par les commerçants volontaires. En fonctionnement, le coût de cette opération est mutualisé avec celui nécessaire pour la gestion des espaces de convivialité ; il est estimé à 217 581 € HT annuels et comprend la rémunération de trois chauffeurs, trois agents, du carburant et des équipements individuels de protection. En investissement, les étagères solidaires sont chiffrées à 14 000 € HT pour l'ensemble de la délégation.

Le candidat répond aux attendus du cahier des charges.

IV - Assurer la propreté des marchés, participer à la collecte et respecter l'obligation de dé/montage des marchés

IV.1 - Propreté des marchés

Le candidat confirme qu'il contribuera à la propreté des marchés conformément au cahier des charges et aux exigences règlementaires. Il prévoit de responsabiliser les commerçants en distribuant un guide du commerçant éco responsable et en faisant signer à l'installation de chaque commerçant une charte "marché propre". Un contrôle sera effectué par le placier et les agents de propreté, un compte rendu sera fait dans l'application numérique MarketFlow, un système de sanctions est prévu.

Le candidat répond aux attentes du cahier des charges, la sensibilisation sera essentielle, des mesures de contrôle fortes sont prévues.

IV.2 - Mission des délégataires en matière de présentation des déchets à la collecte et de nettoyage

Le candidat prévoit de matérialiser sur chaque marché des zones de regroupement dédiées au tri des différents flux, identifiées par une signalétique au sol et des panneaux de tri. Le placier contrôle la bonne utilisation de ces zones et signale les manquements dans l'application numérique. Le marquage est réalisé annuellement et renouvelé en cas d'usure. Chaque zone est géolocalisée, cartographiée et validée par la Ville de Paris.

Le candidat propose 4 campagnes de sensibilisation des commerçants par an pour un montant de 5 000 €.

Ces propositions sont conformes aux attentes du cahier des charges.

IV.3 - Mise à disposition de bennes par les délégataires

Le candidat prévoit un dispositif de pré-collecte sélective des cartons. Ce dispositif vise à maintenir la salubrité du marché pendant la tenue, favoriser la valorisation matière des cartons et papiers et réduire la charge logistique et les volumes de déchets collectés en fin de marché par la Ville.

Deux bennes sont dédiées exclusivement à la collecte du carton déployées sur les marchés selon un planning hebdomadaire.

Pour la mise à disposition des bennes de collecte, le coût total estimé est de 100 582 euros. Ce montant comprend le carburant (23 700 euros) et l'emploi de 2 chauffeurs bom (28h par semaine chacun) et 4 ripeurs (28h par semaine chacun).

Ces propositions sont conformes aux attentes du cahier des charges.

IV.4 - Mise en place de compacteurs

Le candidat s'assure que les commerçants utilisent les compacteurs conformément aux consignes définies par la Ville de Paris. Il assure le balisage et la sécurisation de la zone du compacteur, la vérification du bon état du matériel avant et après usage, effectue un contrôle aléatoire du tri des déchets déposés (contrôles réalisés par l'ambassadeur du tri), et assure une remontée immédiate à la Direction de la propreté et de l'eau de tout dysfonctionnement.

Le candidat prévoit une coordination quotidienne avec les services de propreté et le prestataire de maintenance. Les commerçants seront sensibilisés aux consignes d'utilisation.

IV.5 - Montage, démontage, plan de prévention des risques et contrôles contradictoires

Le candidat assure les opérations de montage et démontage conformément aux exigences de la Ville de Paris. Pour les marchés du matin, le montage sera réalisé l'après-midi de la veille du marché et le démontage l'après-midi du jour du marché au plus tôt après le passage de la Ville. Pour les marchés du dimanche, le démontage complet sera réalisé le lundi matin. Les bâches seront roulées et sécurisées dès la fin de la tenue. Pour les marchés de l'après-midi, le montage sera effectué le matin même du jour du marché et le démontage au plus tôt à l'issue de la tenue du marché au plus tard le lendemain matin.

Le candidat indique que les placiers seront présents jusqu'à la réalisation du contrôle contradictoire avec la Ville de Paris. Il assure la sécurisation des lieux (balisage, fermeture des coffrets électriques et bornes à eau, repli des câbles). Un plan de prévention sera mis en place avec la DPE dans les six mois suivant le démarrage du contrat et sera mis à jour annuellement. Le candidat s'engage à être présent lors des contrôles de sécurité, lors des constats contradictoires et lors des vérifications techniques. Un registre des opérations sera tenu pour chaque marché consignant les heures de montage et de démontage, les éventuels écarts, les remarques. Il sera transmis à la Ville de Paris chaque trimestre.

Le candidat prévoit une libération sans délai des emplacements pour permettre le nettoyage. Il s'engage à mettre en place dès le début du contrat une coordination avec la direction de la propreté et de l'eau pour définir les modalités de coactivité afin de garantir la fluidité des opérations.

Le candidat a saisi les enjeux liés à la nécessaire collaboration avec la DPE pour que les marchés soient démontés et nettoyés le plus rapidement possible à l'issue de la tenue.

V - Proposer un programme de réduction des déchets et de tri (tri, valorisation des déchets, actions de sensibilisation, etc.)

V.1 - Réduction du volume de déchets

Le candidat confirme l'objectif de réduction de 30% des déchets et de 70% de valorisation ainsi que l'assurance d'un tri optimal par l'ensemble des commerçants sous un délai de trois ans.

Pour réduire les déchets de 30%, le candidat envisage plusieurs mesures : la diffusion d'un guide du tri, du zéro déchet et du commerçant éco-responsable, la création d'une charte "Marché propre" et la formation obligatoire des nouveaux commerçants ainsi que des placiers sur le tri.
Le candidat propose également la mise en place d'une "brigade du tri" avec 2 agents en charge de sensibiliser les commerçants. Le coût estimé est de 41 110 € HT annuels, mutualisé avec l'opération de collecte et redistribution des invendus.
Il souhaite la création du label "Marchand responsable" afin de valoriser les commerçants exemplaires, par le biais de signalétique et d'opérations de communication, notamment sur les réseaux sociaux.
Il assurera la création de zones de regroupement dédiées au tri en les matérialisant par un marquage au sol. Ce marquage sera effectué annuellement. La signalétique pour le regroupement des déchets est effectuée chaque année par 2 agents (0,05 ETP x2). Son coût est 3 613 euros.

Le candidat effectuera également la mise en place des bacs multi-matériaux, permettant le tri. La pose et dépose de ces bacs est estimée à 290 796 € HT par an, mutualisé avec la pose et dépose des bacs poissonniers. Ce coût comprend trois chauffeurs et trois agents.

Des animations à destination des usagers complètent ces mesures : mise en place d'un espace "réemploi et astuces" sur les grands marchés, organisation d'un week-end "Zéro déchet" par an sur un marché et d'une semaine anti-gaspillage en collaboration avec des associations locales, ou encore des ateliers de cuisine zéro déchet.

Le candidat développe un dispositif de sensibilisation des commerçants et des placiers conforme au cahier des charges.

La brigade du tri intervient sur l'ensemble des marchés tout au long de l'année. Deux passages par an minimum seront réalisés sur chaque marché pour des actions de sensibilisation collective des commerçants au tri des déchets. En complément une session par trimestre est organisée pour assurer un suivi régulier.

La proposition du candidat sur ce point est complète. Le candidat déploie une importante stratégie de communication et d'animations. Il complète ces actions par des formations pour que les usages changent.

V.2 - Contribution incitative au traitement des déchets

Le candidat a compris le mécanisme de la contribution annuelle calculée en fonction du volume réel de déchets collectés par la Direction de la Propreté et de l'Eau. Le calcul repose sur une tarification différenciée selon les flux (biodéchets, multimatériaux, ordures ménagères résiduelles), de manière à valoriser le tri et à renchérir le coût des déchets non triés.
Les projections annoncées par le candidat sont cohérentes.

V.3 - Participation des délégataires au tri des biodéchets

Le candidat s'engage à mettre à disposition, installer et retirer quotidiennement les bacs dédiés au tri des biodéchets et à élaborer avec la Ville pour chaque marché un plan de répartition des bacs. Le candidat s'engage à reprendre les bacs après chaque tenue, assurer leur lavage quotidien et leur désinfection hebdomadaire et d'assurer leur stockage sécurisé entre deux marchés.
Quatre campagnes annuelles de communication à destination des commerçants seront faites et l'ensemble des placiers seront formés à la règlementation en matière de tri. Tout nouveau commerçant recevra un kit d'accueil « Zéro déchet ». Un système de contrôle et de signalement des manquements au tri sera mis en place (registre numérique). Un rapport complet sera transmis chaque mois à la Ville comprenant les anomalies constatées et les actions correctives mises en place.

Pour la pose et la dépose des bacs biodéchets, le coût total estimé est de 202 176 euros. Ce montant comprend le carburant (30 278 euros), le coût de remplacement de bacs (2 360 euros), l'emploi de 2 chauffeurs (35h par semaine chacun) et 2 agents (35 h par semaine chacun).
2 camions plateau sont prévus.

La proposition est conforme aux attentes sur ce point.

V.4 - Mise en place de bacs pour d'autres types de déchets

Le candidat déploie à chaque tenue de marché les bacs nécessaires pour les déchets poissonniers ainsi que les bacs jaunes dédiés aux petits emballages et aux flux multi-matériaux. Un transport optimisé du matériel par empilement des bacs et adaptation de la flotte est prévu pour réduire les trajets et assurer une efficacité logistique.

Pour la pose et la dépose des bacs poissonniers et multimatériaux, le coût total estimé est de 290 796 euros. Ce montant comprend le carburant (30 278 euros), le coût de remplacement de bacs (7 960 euros) et l'emploi de 3 chauffeurs (35h par semaine chacun) et 3 agents (35 h par semaine chacun).
3 camions plateau 7T sont prévus.

La proposition est conforme aux attentes sur ce point.

V.5 - Valorisation et réemploi des cagettes (hors carton)

Le Groupe Bensidoun propose la mise en place d'un dispositif structuré de valorisation et de réemploi des cagettes en bois, reposant sur des partenariats avec des acteurs spécialisés de l'économie sociale et solidaire, du réemploi et de l'insertion. Dès le démarrage de la délégation, des conventions seraient conclues afin d'assurer une mise en œuvre rapide du dispositif.

Le système prévoit une collecte ciblée en fin de marché, organisée autour de points de collecte identifiés, ainsi qu'un tri des cagettes (réemployables, réparables ou à valoriser). Les cagettes réutilisables seraient réparées et remises en circulation, tandis que les autres seraient orientées vers des filières de valorisation matière (panneaux de particules, compostage). Plusieurs opérateurs ont d'ores et déjà été identifiés (Lemon Tri, La Bonne Collecte, CHICI).

Un diagnostic initial, réalisé sur 2 à 3 semaines en lien avec le SIEL, permettrait de quantifier les volumes et de caractériser les types de bois afin d'adapter la filière. Le dispositif s'accompagne d'actions de sensibilisation des commerçants et du public (signalétique, information, mobilisation des principaux utilisateurs, intervention de la brigade de tri).

Aucun budget spécifique n'est dédié à cette action, le modèle reposant sur l'équilibre économique des opérateurs via la revente ou la valorisation des cagettes. Un budget global de communication de 15 000 € intègre des actions de sensibilisation au réemploi.

La proposition est structurée et opérationnelle, avec une mise en œuvre rapide et des partenaires déjà identifiés. Le dispositif est cohérent et s'inscrit dans une logique de filière, même si les modalités précises de déploiement et de suivi restent peu détaillées.

VI - Proposer un programme d'entretien, de réparation et de renouvellement du matériel de tentes-abris

VI.1 - L'entretien, la réparation et le renouvellement du matériel

Concernant la maintenance courante des bâches et structures, le candidat prévoit d'affecter 2 agents d'entretien et de nettoyage pour un montant annuel de 60 116 € HT/an. Les bâches seront lessivées toutes les semaines en centre de lavage haute pression avec des produits biodégradable non abrasif, ou immédiatement en cas de salissures visibles. Les structures seront nettoyées à l'eau claire et dégraissées si nécessaire.

Le candidat prévoit également un budget annuel de 56 250 € HT pour remplacer 225 stands complets (structures métalliques et bâches) par an soit 15 % pour pallier les dégradations, vol et usures prématurées.

Le coût de maintenance des structures et bâches est donc estimé à 116 366 € HT/an, ce montant apparait bien dans son compte d'exploitation.

Le candidat a expliqué en complément que le renouvellement d'un stand complet est estimé à 250 € HT par stand alors que le coût d'une bâche neuve seule logotée ou non est supérieur car le renouvellement d'un stand complet est partiel, seuls les éléments usagés sont remplacés. 250 € HT constitue donc une moyenne et non un renouvellement complet à neuf, il concerne essentiellement les pièces des structures barnums et non les bâches.

Le candidat indique que le dé/montage du matériel sera effectué avec 7 camions super-lourds (porteur long) pouvant effectuer 7 tournées avec 14 chauffeurs, 20 monteurs, 8 remplaçants d'astreinte.

L'entretien des véhicules apparait dans les autres charges de fonctionnement et est évalué à 87 095 € HT/an.

Le candidat indique que les douilles seront vérifiées toutes les semaines, qu'il prendra à sa charge exclusive le remplacement immédiat de toutes les douilles d'ancrage cassées ou manquantes et qu'il n'apportera aucune modification sans accord de la Ville. Il maintient un stock tampon pour permettre une intervention rapide et garantir leur remplacement en cas de casse, d'usure ou de travaux. Il prévoit un budget de 5 000,00 € HT/an dans son compte d'exploitation pour la maintenance des douilles. Le candidat garantit la fourniture et pose des douilles dans les règles de l'art.

Le candidat indique également qu'il prendra à sa charge tout marquage au sol nécessaire à la bonne exploitation du marché. Il sera conçu pour être visible et durable et régulièrement entretenu et réalisé avec une peinture écologique garantissant une résistance aux intempéries.

VI.2 - Budget affecté à l'entretien, la réparation et le renouvellement du matériel

Le candidat a estimé le nombre de bâches de couverture nécessaires à la bonne exploitation des marchés du lot A à 1 500 (1 050 bâches logotées + 450 bâches non logotées) conformes au cahier des charges. Le linéaire hebdomadaire maximum monté sur ces marchés étant atteint les vendredis après-midi avec 5 275 mètres linéaires de structures montées sur le lot A (il n'a pas pris en compte le fait que les structures du marché Edgar Quinet restent montées le samedi après-midi pour le marché de la Création du dimanche), il estime le nombre de bâche minimale nécessaire à 1 318. Avec 1 500 bâches proposées, il permet d'avoir un stock suffisant et une marge de plus de 13 % (la marge est de 8 % si on tient compte du marché de la Création et reste suffisante).

Il prévoit donc un renouvellement des bâches logotées en investissement pour un montant de 300 000 € HT soit 50 000 € HT/an et 135 000 € HT pour les bâches non logotées soit 22 500 € HT/an soit un total de 435 000 €.

Le candidat a confirmé qu'un stock de 1 500 bâches est suffisant pour exploiter l'ensemble du lot A, il est conforme aux estimations de la Ville de Paris.

Le candidat prévoit donc un investissement total de 435 000 € HT au renouvellement des bâches amorties sur 6 ans soit 72 500 € HT/an

VII - Proposer une intervention efficace pour les moyens d'exploitation

VII.1 - Équipements mis à disposition par la Ville de Paris

Le candidat a fourni un projet de contrat d'entretien préventif des installations électriques avec la Société ENTRA basé sur un montant total estimatif annuel de 105 299,96 € HT, il comprend les visites de maintenance préventive annuelle pour 67 614 € HT et un budget de maintenance curative annuelle estimé à 37 685 € HT de l'ensemble des installations électriques du lot. Le candidat en complément a budgété le curage des fonds de cuves des bornes escamotables enterrées ainsi que leur réseau d'évacuation des eaux de pluie associé pour 30 136 € effectué par la société ENTRA pour être conforme au cahier des charges. Il prévoit deux visites préventives annuelles des installations de tous les marchés du lot et précise que la recherche et la réparation de défauts de câbles enterrés sont bien incluses dans la maintenance curative.

Conformément au cahier des charges, ce projet de contrat comprend les dépannages en urgence 7 jours sur 7, 24 heures sur 24 dans un délai d'une heure avec astreinte permanente. Le candidat a fourni les références et qualifications de l'entreprise ENTRA en justificatif. Elle possède la certification Qualifelec ME4-TN4 suffisante, le personnel habilité et les compétences nécessaires.

Les visites de contrôle annuelles des installations par un organisme agréé ont bien été pris en compte à hauteur de 7 095 €, un projet de contrat de la société DEKRA a bien été fourni en annexe pour justifier ce montant. Le budget de levée des réserves est estimé à 7 500€/an, il est inclus dans le budget de maintenance curative.

L'ensemble de ces montants se retrouve dans son compte d'exploitation pour un budget entretien et maintenance global de 135 435 € HT/an avec des prestations conformes au cahier des charges.

Le candidat précise qu'il mettra en place un registre de maintenance numérique et transmettra les rapports tous les 6 mois à la Ville de Paris. Un bilan énergétique et technique consolidé sera intégré au rapport annuel.

Le candidat évoque bien la particularité du marché Edgar Quinet dont l'usage des installations électriques est partagé avec le gestionnaire du marché de la Création et d'un contrat mutualisé mais il ne détaille la mise en œuvre de ce contrat.

Le candidat indique qu'il facilitera l'accès à l'électricité aux organisateurs d'événements sans toutefois préciser la forme, le périmètre ainsi que les conditions de mise à disposition.

VII.2 - Utilisation et entretien des bornes d'eau potable

Le candidat s'engage à ce que chaque marché du lot possède un nombre suffisant de bornes d'eau fonctionnelles. Il prévoit un nettoyage et une désinfection des nourrices, une gestion du stock et leur remplacement si besoin. Il indique que le placier s'assurera que les commerçants utilisent des tuyaux réglementaires conformes et signalera tout dysfonctionnement notamment à Eau de Paris. Il centralisera le suivi dans un registre « eau potable de marché ».

VIII - Mettre en œuvre une politique d'animation et de communication des marchés

VIII.1 - Communication

Le Groupe Bensidoun propose une stratégie de communication globale visant à renforcer l'attractivité et la fréquentation des marchés, tout en valorisant les commerçants, les produits et l'image des « Marchés de Paris », dans le respect de la charte graphique de la Ville et avec validation préalable des contenus.

Le dispositif repose principalement sur une communication digitale structurée. Le candidat prévoit l'animation de plusieurs réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok, X, LinkedIn) avec une fréquence minimale de 7 publications par semaine. Les contenus seraient répartis entre formats visuels (60 %), éditoriaux (30 %) et pédagogiques (10 %), avec un objectif de +20 % d'engagement annuel. Ils visent à valoriser les commerçants, les produits, les circuits courts et les actions en matière de développement durable.

La stratégie éditoriale s'articule autour de thématiques variées : recettes, anti-gaspillage, portraits de commerçants, valorisation des savoir-faire et éducation à l'alimentation. Elle vise également à attirer de nouveaux publics, notamment les 18-35 ans, et à renforcer l'expérience client.

En complément, une communication institutionnelle est prévue (relations presse, médias spécialisés, relais via les mairies, contenus pour les supports de la Ville). Le dispositif intègre aussi la production de supports visuels (affiches, flyers, signalétique) renouvelés selon les saisons et priorités.

La proposition est conforme aux attentes du DCE, avec une stratégie digitale détaillée et des actions diversifiées.

VIII.2 - Animations

Le Groupe Bensidoun propose une stratégie d'animation annuelle reposant sur la valorisation et la sensibilisation.

Le programme s'articule autour de quatre temps forts : « La soupe des chefs » (lutte contre le gaspillage), « la Semaine du goût » (démonstrations culinaires), « les Produits stars de l'été » (mise en avant de produits de saison) et les « ateliers anti-gaspi » (consommation responsable). Ces animations créent des temps de convivialité, valorisent les commerçants et renforcent le lien avec les usagers.

Ces dispositifs contribuent à dynamiser les marchés avec des contenus pédagogiques, festifs et accessibles.

En complément, une programmation spécifique est prévue pour la « Fête des marchés » (animations ludiques, paniers garnis et solidaires, animations musicales, dispositif Baz'n Camp).

Le candidat fait le choix de concentrer ces actions sur 22 marchés afin d'en maximiser l'impact et la visibilité. Les animations ont vocation à tourner progressivement sur l'ensemble des marchés.

La proposition est riche et cohérente, combinant dimensions pédagogique, festive et commerciale. Le choix de concentration est pertinent, même s'il limite le nombre de marchés concernés à court terme.

VIII.3 - Budget et moyens humains affectés à la politique de promotion des marchés

a) Budget

Budget global annuel : 190 000 € HT

Communication : 67 000 €
- Communication digitale : 18 000 €
- Communication institutionnelle : 26 000 €
- Supports visuels : 8 000 €
- Campagne de sensibilisation : 15 000 €

Animation : 73 000 €
- « Soupe des chefs et défi des saveurs » : 23 000 €
- « Semaine du goût » : 22 500 €
- « Produits stars de l'été » : 15 000 €
- Ateliers anti-gaspi : 12 500 €

Fête des marchés : 50 000 €

Le budget légèrement au-dessus du niveau attendu, notamment grâce à un effort renforcé sur la sensibilisation. À noter toutefois l'absence d'enveloppe dédiée à des animations complémentaires à la demande de la Ville, ce qui limite la souplesse du dispositif.

b) Moyens humains

L'équipe dédiée se compose de trois profils :

- Une responsable communication/animation (40 % de son temps), chargée du pilotage et de la coordination ;
- Un community manager (100 %), en charge des contenus et des réseaux sociaux ;
- Le directeur opérationnel (1 %), assurant un rôle d'interface.

Le dispositif est complété par un appui ponctuel d'alternants lors des temps forts.

L'équipe est structurée mais apparaît très limitée au regard du périmètre à couvrir, ce qui interroge sur la capacité à déployer efficacement l'ensemble des actions prévues.

IX - Promouvoir des services en faveur de la clientèle

IX.1 - Livraisons à domicile pour les seniors ou personnes à mobilité réduite

Le candidat propose un service de livraison à domicile à destination des seniors, des personnes à mobilité réduite et des publics empêchés, en partenariat avec la Croix-Rouge Appro 77. Le dispositif est déployé sur trois marchés, les vendredis, samedis et dimanches, et permet soit le dépôt des courses sur un point dédié, soit la commande directe auprès des commerçants volontaires.

Les livraisons sont assurées de 14hà 16h dans un périmètre d'environ 1 km autour du marché, avec un volume estimé de 5 à 10 livraisons par tenue. Le candidat prévoit la mise à disposition d'un véhicule utilitaire réfrigéré, représentant un coût de 7 000 € par an, afin d'assurer les conditions logistiques du service.

La proposition conforme au DCE. À noter que le candidat ne prévoit pas, à ce stade, d'extension du service au-delà de trois marchés, ce qui pourra constituer un point d'attention en cas de succès. Par ailleurs, le périmètre de livraison (1 km) apparaît relativement restreint, ce qui pourrait limiter la portée du dispositif.

IX.2 - Espaces de convivialité

Le Groupe Bensidoun propose l'installation d'espaces de convivialité sur 13 marchés, afin de renforcer l'attractivité et la qualité d'accueil. Ces espaces, en accès libre, seront équipés de mobilier (tables, chaises, éclairage, signalétique) et pourront accueillir ponctuellement des animations ou associations.

Le dispositif repose sur une organisation mutualisée (3 véhicules, agents dédiés à l'installation/repli). Le coût est estimé à environ 17 000 € par espace et par an, soit un total de 217 000 € annuels. À cela s'ajoute un investissement initial en mobilier d'environ 35 283 € HT sur la durée de la délégation.

Proposition structurée et pertinente, avec un dispositif opérationnel. Le candidat se positionne au-dessus des attentes du DCE en proposant 13 espaces (contre 10 attendus), ce qui constitue un point positif.

IX.3 - Accueil sur les places de volant

Le candidat propose d'ouvrir les places de volants à des acteurs locaux (associations, artisans, acteurs du développement durable, réparateurs), via une planification et une coordination centralisée. Le dispositif repose sur des occupations ponctuelles, facilitées par les placiers et accompagnées d'une communication dédiée. Une phase pilote sur quelques marchés est prévue avant un éventuel déploiement élargi. Le candidat propose également d'accueillir ponctuellement des commerçants de toute la France pour valoriser leurs produits.

La proposition est pertinente et conforme au DCE, avec une ouverture intéressante à des acteurs variés et une approche progressive via une phase pilote.

C - Personnels affectés aux marchés découverts alimentaires et biologiques

Afin d'assurer les missions de gestion des marchés découverts du secteur A, le candidat met à disposition les effectifs suivants (59,7 ETP) : 9,48 placiers à temps plein, 14 monteurs chauffeurs, 19,78 monteurs, 7,62 monteurs remplaçants, 8,79 ETP dans l'équipe administrative. Le candidat précise que 1,20 placiers ETP seront dépêchés de la SEMACO pour faire les remplacements des placiers.

Critère 2 : LES CONDITIONS FINANCIERES DE L'OFFRE

I. Redevance

Le candidat propose une redevance forfaitaire de 60 000€ par an (légèrement inférieure aux 70 K€ / an de son offre initiale). Par ailleurs, il propose une indexation de la redevance forfaitaire basée sur un panier de 3 indices pondérés : 30% sur l'IPC (prix à la conso) + 50% sur l'ICT (coût du travail) + 20% sur l'IPPS (Prix de Prod des Services). Ce panier proposé est cohérent au regard de sa structure de charges. Il a par ailleurs corrigé l'erreur de modèle de son offre initiale.

Le candidat n'a pas modifié sa proposition initiale de redevance variable qui est égale à 0,5% de la tranche du CA HT supérieure à 7,5 M€.

Sur la durée du contrat (6 ans), et sur la base des projections de chiffres d'affaires du candidat, le montant total de redevance versé à la Ville est estimé à 440 K€ en euros courants, dont 382 K€ de redevance forfaitaire.

La part de redevance forfaitaire représente ainsi 86,9% de la projection de redevance totale, ce qui est très sécurisant pour la Ville mais reflète néanmoins une redevance variable faible. En valeur absolue, le montant de la redevance forfaitaire est d'un niveau raisonnable. Le taux de redevance moyen sur chiffre d'affaires sur le contrat ressort à 1%, ce qui est très faible et ne permet pas à la Ville d'être associée raisonnablement aux résultats de la concession.

II. Investissements de la délégation

Le candidat prévoit un montant d'investissement total de 907 K€ sur la durée du contrat, avec un programme d'investissement réalisé intégralement en année 1.
Les investissements sont ventilés de la manière suivante :

- 568 K€ pour le programme d'investissements imposés par la Ville dont les principaux postes sont le renouvellement des bâches avec logo, le renouvellement d'autres bâches et deux bennes de collecte ;
- 339 K€ d'autres investissements dont deux porteurs de 7 tonnes, trois fourgons et de nouvelles plaques d'identification des commerçants.

III. Compte d'exploitation prévisionnel

Sur la durée de la concession, le chiffre d'affaires (CA) estimé par le candidat est inchangé par rapport à l'offre initiale et s'établit au total à près de 38 M€ en euros constants sur les 6 années de contrat, la seule différence émanant de la prise en compte d'un manque à gagner relatif à la gratuité des premières semaines pour les nouveaux entrants.

Les hypothèses de recettes du candidat étaient déjà cohérentes avec son projet d'exploitation en offre initiale et le demeurent, d'autant que le candidat a apporté des justifications dans son mémoire financier.

Sur la durée de la concession, les charges d'exploitation (hors dotations aux amortissements, charges financières et redevances) estimées par le candidat s'établissent au total à 37,7 M€ en euros constants (quasiment inchangé par rapport à l'offre initiale).

Le candidat n'a pas modifié ses hypothèses en termes de nombre d'ETP, de salaires bruts ni de taux de charges sociales patronales. Ses hypothèses, restent ainsi globalement cohérentes, même si le nombre de placiers semble un peu sous-estimé. Le candidat confirme qu'il a inséré d'autres charges de personnel au sein d'autres postes de charges (entretien maintenance, propreté), de manière à obtenir des produits et des charges analytiques, et à simplifier l'analyse par poste de coûts. Cette méthode est cohérente et les charges de personnel globales prévues par le candidat sont cohérentes et réalistes.

Le candidat prévoit toujours un budget de près de 700 K€ par an en propreté et développement durable comprenant la pose, la dépose et le nettoyage des bacs poissonniers et multi-matériaux et des bacs biodéchets.
Le candidat prévoit 517 K€ par an d'entretien, maintenance et fluides, faisant ressortir pour chaque poste des montants cohérents avec ceux actuellement payés. Le cout d'entretien des installions électriques a été légèrement revu à la hausse que le candidat justifie par la mise en place d'un curage, qui n'avait pas été prévu en offre initiale et qui est sécurisant pour la Ville.
En termes d'animation et de communication, le candidat n'a pas modifié ses hypothèses (qui semblent toujours un peu élevées mais qu'il a su, en partie, justifier lors des phases de négociations) et a ajouté 120 K€ (répartis en années 2 et 3) pour la redynamisation des marchés et qui n'étaient pas prévus en offre initiale. Cet ajout respecte la volonté de la Ville de dynamiser ses marchés.
Concernant la contribution déchets, le candidat a corrigé les erreurs relevées par les services de la Ville et respecte les prérogatives imposées au DCE.
Enfin, les autres charges d'exploitation, pour un montant de 757 K€ n'ont pas été modifiées et le candidat a précisé dans son mémoire financier la répartition des frais de siège entre les différents postes et fonctions. Ces frais de siège, modélisés à 6% du CA, demeurent dans la fourchette haute des taux généralement constatés sur ce secteur d'activité (4 à 6%).

Le candidat modélise des dotations aux amortissements pour un total de 907 K€, ce qui est cohérent avec le montant d'investissements prévus par le candidat.

IV. Rentabilité et emprunts financiers

Le candidat prévoit des intérêts financiers d'un montant total de 150 K€ sur la durée du contrat. Sur la base du plan de financement envisagé par le candidat, ce montant d'intérêts, lié à la rémunération de l'emprunt bancaire, est cohérent.

Au global, en termes de rentabilité, le plan d'affaires du candidat fait ressortir une marge nette de 2,35% sur la durée du contrat (en € courants), niveau cohérent pour une activité d'exploitation de marchés alimentaires.

Le candidat détaille dans son offre le plan de financement de son projet. Le montant total des besoins de financement s'élève à 900 K€ alors que les investissements dépassent très légèrement ce besoin sur la durée du contrat (907 K€).

Le candidat indique que ses besoins de financement seront financés par un emprunt bancaire d'un montant de 900 K€, rémunéré à un taux d'intérêt annuel de 4,11% / an et remboursé sur la durée du contrat. Alors que le candidat ne fournissait aucun document bancaire à l'appui de son plan de financement, il fournit désormais une lettre d'intérêt de la part de la BRED pour le financement envisagé. Il a précisé lors des phases de négociations que le solde sera financé par des fonds propres non rémunérés et a, par ailleurs, fourni une lettre d'engagement de la maison-mère, le Groupe Bensidoun, pour la mise à disposition de ses moyens financiers, en indiquant précisément que les investissements seront couverts par cet engagement. Le plan de financement est très sécurisant pour la Ville.

Pour la garantie demandée par la Ville relative au paiement des redevances et pénalités dues, le candidat précise désormais qu'il aura recours à une garantie maison-mère à hauteur de 60 K€, soit le montant de redevance forfaitaire qu'il propose et fournit une lettre d'engagement signée de la maison-mère allant en ce sens. Une telle garantie maison-mère ne répond pas entièrement aux demandes formulées par la Ville mais demeure relativement sécurisante.

Enfin, le candidat fournit une lettre d'engagement signée de la société-mère pour la mise à disposition de ses moyens humains, techniques et financiers pour l'exécution du contrat, sécurisante pour la Ville.

Pour le lot 1 (secteur A) :
5e, 6e, 7e, 13e, 14e, 15e, 16e, 17e arrondissements

DOSSIER N°2 : GROUPE DADOUN Père et Fils

PRESENTATION DE LA SOCIETE

La société DADOUN Père et Fils est une société par actions simplifiée (SAS) dont le président est le Groupe DADOUN (société anonyme). La SA Groupe DADOUN a pour directeur général, Monsieur Michael HULOT.

Son siège social est situé 125-127, avenue du Général Giraud, 94100, SAINT MAUR DES FOSSES. Le montant de son capital social est de 125 124 €.

La société DADOUN Père et Fils est détenue à 100% par le Groupe DADOUN SA, société ayant pour actionnaires Monsieur Romain DADOUN pour 38,44% et la société FliDM représentée par Monsieur Romain DADOUN pour 61,51%.

Les capitaux propres du Groupe DADOUN SA au 31/12/2023 sont de 3 586 926 € (capital social : 87 048 €). Ce groupe comprend plusieurs filiales dont la société DADOUN Père et Fils.

La société DADOUN Pères et Fils a pour activité l'exploitation des marchés communaux d'approvisionnement, foires ou u tous autres services publics.

La société DADOUN emploie près de 200 personnes.

La Ville de Paris a confié à la société DADOUN Père et Fils la gestion du lot B des marchés découverts parisiens à compter du 4 janvier 2020 pour une durée de six ans, prolongée par avenant jusqu'au 5 juillet 2026 inclus. Ce secteur comprend 37 marchés. Auparavant, la société DADOUN Père et Fils gérait le secteur C des marchés découverts alimentaires sur une configuration un peu différente de 22 marchés pour une durée de 4 ans à compter du 1er novembre 2015 prolongée par avenant jusqu'au 3 janvier 2020.

Le candidat donne également les références en Ile-de-France de 11 communes. L'entreprise DADOUN Père et Fils dispose des moyens techniques et humains en adéquation avec l'objet de la consultation.

Enfin, pour le compte de la Ville de Paris, la société DADOUN Père et Fils gère les marchés alimentaires couverts parisiens (lots 1 et 2) depuis le 1er janvier 2023 pour une durée de cinq ans.

CONTENU DE L'OFFRE DU CANDIDAT

Critère 1 : LA QUALITE DU SERVICE ET LES ACTIONS ENTREPRISES POUR VALORISER L'ESPACE PUBLIC

A - La note d'intention générale

Le candidat a transmis une note d'intention générale et annonce un pacte de transformation ambitieux fondé sur 4 piliers : l'urgence écologique avec l'objectif de réduction de 30% des déchets, une dynamisation commerciale, les valeurs de solidarité, de jeunesse et de convivialité et une gouvernance partagée avec la Ville de Paris et digitalisée.

Ces points sont repris dans ses notes détaillées.

B - Les 9 notes méthodologiques détaillées

I - Proposer une gestion optimisée de l'offre commerciale et du déroulement des tenues de marché

I.1 - Gestion des commerçants

Le délégataire s'engage à assurer la gestion des commerçants conformément au règlement des marchés découverts alimentaires et biologiques de la Ville de Paris ainsi qu'aux évolutions réglementaires applicables pendant toute la durée de la délégation.

Le candidat présente l'outil numérique OCV - Outil Cœur de Ville, permettant la gestion administrative, commerciale et financière des marchés ainsi qu'un suivi en temps réel de l'activité des commerçants et des marchés.

Les demandes d'abonnement seront centralisées via une plateforme dématérialisée permettant :
- l'enregistrement des candidatures ;
- le suivi des pièces administratives ;
- la gestion des listes d'attente ;
- le suivi des disponibilités ;
- la traçabilité des demandes et attributions ;
- le partage des données avec la Ville.

Le candidat s'engage à attribuer les abonnements conformément au règlement des marchés et aux orientations de la Ville, en tenant compte :
- des disponibilités d'emplacements ;
- des activités autorisées ;
- des règles de priorité ;
- de l'équilibre commercial ;
- des objectifs de développement de l'alimentation durable et des circuits courts.

Le candidat prévoit une politique active de prospection et d'accompagnement des commerçants reposant notamment sur :
- des partenariats avec les réseaux professionnels ;
- des actions ciblées de recrutement ;
- une période d'essai gratuite pour certains commerçants ;
- un accompagnement à l'installation ;
- un dispositif « nouveaux commerçants » incluant signalétique et communication dédiée.

Le suivi des présences et des absences des commerçants sera réalisé quotidiennement par les régisseurs-placiers via l'outil OCV afin d'identifier les emplacements vacants et d'assurer, le cas échéant, le placement des commerçants volants dans le respect des règles de priorité et de diversité commerciale.

Chaque régisseur-placier sera formé aux règles applicables aux marchés alimentaires, aux procédures de placement, aux obligations de sécurité, d'hygiène et de propreté ainsi qu'aux procédures de signalement des incidents.

Les régisseurs-placiers assureront :
- le placement des commerçants ;
- le contrôle des documents réglementaires ;
- l'encaissement des droits de place ;
- le suivi des installations et de la sécurité ;
- le signalement des anomalies ;
- le contrôle du respect des règles d'hygiène, de circulation et de stationnement.

Le candidat indique que les régisseurs-placiers seront présents jusqu'au contrôle contradictoire de fin de marché avec les services compétents et qu'une organisation mutualisée permettra, sur certains marchés, une intervention sur site dans un délai maximal de 30 minutes.

Le candidat prévoit l'utilisation de l'outil OCV pour :
- la gestion des placements ;
- la facturation et les encaissements ;
- le suivi des marchés en temps réel ;
- la gestion des incidents ;
- le reporting à destination de la Ville.

Chaque placier disposera d'un smartphone, d'un terminal de paiement électronique et d'un accès à l'application mobile OCV permettant la transmission et le suivi des informations en temps réel. La Ville disposera également d'un accès dédié aux données et reportings d'exploitation.

Les encaissements seront réalisés de manière sécurisée et dématérialisée. Les paiements en espèces feront l'objet d'un enregistrement dans OCV, de l'émission d'une quittance et d'un suivi comptable garantissant la traçabilité des opérations.

Enfin, le candidat s'engage à organiser les élections des représentants des commerçants ainsi qu'à assurer le suivi des commissions de marché en lien avec les services de la Ville.

I.2 - Favoriser la diversité et la qualité de l'offre commerciale

Le candidat propose de mener un diagnostic et un plan de développement commercial sur les métiers de bouche en début de délégation pour chaque marché, afin de prioriser et hiérarchiser les métiers à recruter. Ce diagnostic s'accompagne d'un plan de développement commercial pour chaque marché, ainsi que d'un bilan annuel.

Le candidat précise ses modes de recrutement : plateforme en ligne, réseaux sociaux, campagnes de mailings. Des prospections et des partenariats auprès des fédérations, des écoles et centres de formation, des réseaux sont également prévues.

Le candidat fixe également des indicateurs à atteindre entre 2026 et 2032 : il prévoit d'assurer 40% de commerces de bouche sur chaque marché (estimés à 35% en début de délégation), d'augmenter les traiteurs de 20% à 25% sur l'ensemble des marchés et de réduire à l'échelle globale les fruits et légumes conventionnels de 25% à 20%. Pour ce dernier point, l'objectif est d'assurer une montée en gamme des fruits et légumes en augmentant la part de commerçants bios, producteurs et alimentation durable. Dans cet esprit, il compte mettre en place un accompagnement spécifique dédié à 10 commerçants volontaires par an.

Pour accompagner les nouveaux entrants sur les marchés, le candidat annonce un parcours d'intégration structuré sur 6 mois (accompagnement administratif et technique à l'installation et post-installation, avec des entretiens à 1, 3 et 6 mois), sans détailler plus avant les actions qui seront entreprises. Il propose également un "pack nouveaux commerçants" avec des actions de valorisation sur les réseaux sociaux ainsi que la mise en place de signalétique. Cependant, le coût de ce pack est à la charge du commerçant.

Enfin, le candidat a pris en compte la mesure de gratuité de 2 semaines en faveur des commerçants producteurs et métiers en tension ; il estime l'absence de recettes liée à cette mesure à 6 311 € par an, pour 2 nouveaux commerçants accueillis par mois.

Les mesures proposées par le candidat sont pertinentes dans leur ensemble. Il est noté cependant une volonté d'augmenter le nombre de traiteurs, ce qui ne correspond pas prioritairement aux objectifs de la Ville. De même, l'accompagnement des nouveaux commerçants semble restreint.

I.3 - Redynamisation des marchés en difficulté après études

Le candidat prévoit un diagnostic complet de commercialité et de fréquentation pour chaque marché dans les 6 premiers mois du contrat, sur la base de 5 critères retenus, par le cabinet INTENCITE. Ce diagnostic s'accompagne d'un plan d'actions, d'un calendrier et d'indicateurs de suivi. Un bilan d'étape annuel complète le dispositif. Le coût de cette étude de commercialité est estimé à 95 000 € HT pour toute la délégation.

Le candidat prévoit également une étude de fréquentation. Celle-ci est prévue en 2027 et affiche un coût de 30 000 €. Suite aux négociations, le candidat en a modifié le protocole, pour assurer une étude sur site et non une étude numérique.

L'ensemble de ces études est chiffré à 125 000 € HT sur l'ensemble de la délégation.

En ce qui concerne les actions concrètes à mettre en place pour la redynamisation de ces marchés, le candidat indique plusieurs actions prévisionnelles : mise en place d'une signalétique et de campagnes de communication dédiées, animations thématiques ciblées, temps forts ponctuels, actions en faveur du pouvoir d'achat...

Pour réaliser ces actions, il prévoit le redéploiement de budgets tels que ceux dédiés à l'animation et la communication ou à la prospection commerciale. Suite aux négociations, le candidat a affecté spécifiquement, à partir de 2027, un budget de 11 000 € annuel pour la mise en place d'actions de redynamisation, soit un total de 60 000 € pour la délégation.
Le candidat répond partiellement aux attendus : il prévoit une seule étude de commercialité, lorsque le cahier des charges en spécifiait deux.

II - Exercer des actions fortes en faveur du développement durable et solidaire

II.1 - Interdiction des sacs en matière plastique

Le candidat propose une stratégie structurée autour de quatre axes complémentaires, mobilisés sur toute la durée de la délégation :

- Analyser et cartographier : audits individualisés des commerçants (32 questions, 24 indicateurs) afin d'identifier les pratiques, avec un diagnostic initial, un suivi régulier, un audit à mi-parcours et des bilans transmis à la Ville.
- Sensibiliser les commerçants : formation des équipes et accompagnement lors des audits, complétés par des outils dédiés (livret éco-acteur, kit de communication, ressources en ligne).
- Pérenniser : dispositif de contrôle structuré (placiers, agents de tri, médiateur, auditeur), avec signalements, sanctions en cas de manquement et labellisation « commerçant ambassadeur ».
- Sensibiliser les usagers : campagnes de communication trimestrielles, affichage et animations pédagogiques sur les marchés.

Le dispositif est complété par un partenariat avec un fournisseur d'emballages conformes pour accompagner les commerçants.

Proposition reposant sur une méthodologie solide et des outils de suivi précis. L'ensemble est cohérent et conforme aux attentes du DCE. À noter toutefois que le candidat ne précise pas le budget consacré à ces actions de sensibilisation.

II.2 - Développement de la vente directe par les producteurs et de la commercialisation de produits répondant aux critères d'une alimentation durable sur les marchés

Pour assurer le développement de commerçants producteurs, alimentation durable et circuit court, le candidat propose plusieurs dispositifs :

- Pour les marchés disposant d'au moins 33% de commerçants en fruits et légumes dits "conventionnels" : le candidat s'engage à effectuer le remplacement des commerçants sortants par des commerçants en alimentation durable ou en circuit court,
- La réduction de la part de commerçants fruits et légumes conventionnels : représentés à hauteur de 25% en 2025, l'objectif fixé par le candidat est de 20% en 2032,
- Un accompagnement dédié de 10 commerçants fruits et légumes traditionnels volontaires par an, par le pôle RSE du candidat, pour assurer leur transition vers l'alimentation durable,
- Des prospections et des partenariats auprès des fédérations, des écoles, des chambres et syndicats, des réseaux, des groupements de producteurs. Les structures franciliennes telles les AMAP, Rungis, et les producteurs "Terres d'Ile-de-France" sont prioritairement ciblées,
- Un label "Commerçant circuit court" : les commerçants dont au moins 50% des denrées proposées sur leur stand sont directement achetées, sans intermédiaire, à un producteur, pourront bénéficier de ce label. Celui-ci permet de bénéficier d'une signalétique spécifique (logo pour stand, étiquettes...) ainsi que d'une visibilité communication et d'un accompagnement. Le candidat fournit la charte du label,
- Un bilan annuel "alimentation durable" par marché avec des propositions d'évolution.

Par ailleurs, le candidat répond aux attendus concernant le doublement des commerçants en alimentation durable et les producteurs : il prévoit de doubler le nombre de commerçants bio (de 68 à 136) ainsi que le nombre de commerçants producteurs et circuit court (de 113 à 226).

Enfin, le candidat s'engage à la tenue trimestrielle d'un carré producteurs.

Le candidat répond aux attendus du cahier des charges.

II.3 - Récupération et redistribution solidaire des invendus

Pour assurer la collecte et la redistribution des invendus, le candidat propose trois partenaires, sous convention :

- Moissons solidaires : collecte auprès des commerçants et redistribution au sein du marché, en fin de tenue. La collecte est prévue sur 3 marchés durant les dimanches,
- Le chainon manquant : redistribution des produits collectés à des associations humanitaires pour cuisiner des repas à des personnes en situation de précarité. La collecte est envisagée sur 11 marchés, en semaine et en week-end,
- Mon marché engagé : dispositif créé par le groupe Dadoun, avec une collecte auprès des commerçants et une redistribution au sein du marché, en fin de tenue. La collecte est pressentie sur 4 marchés, en semaine.

D'après le planning prévisionnel fourni, une collaboration avec ces 3 associations représenterait donc 16 marchés collectés sur 35, avec des collectes sur une bonne partie des tenues (en semaine et le week-end, soit 21 collectes).

Pour la mise en œuvre de ces opérations, le candidat mettra à disposition de ces partenaires un emplacement de 8 mètres linéaires ainsi qu'une signalétique dédiée. Un bilan semestriel sera produit.

En complément, le candidat propose un poste de médiateur solidarité et zéro déchet, dont les missions sont les suivantes : faciliter la collecte et la redistribution des invendus, sensibiliser les commerçants, accompagner le déploiement des applications et associations partenaires, promouvoir le dispositif « Commerçant Ambassadeur » auprès des commerçants. Le médiateur effectuera un passage par semestre minimum sur chaque marché. Ce médiateur sera en binôme les deux premières années du contrat.

Enfin, une programmation d'animations et de communication est envisagée et portera sur les thèmes du gaspillage alimentaire, de l'alimentation durable, du tri des déchets, du réemploi, de la cuisine anti-gaspi ou du zéro déchet. Un partenariat avec Klima School permet à des étudiants volontaires de devenir animateurs à cette occasion. 6 animations par an sont prévues, ce qui assure une animation par marché sur l'ensemble de la délégation. De même, une campagne de communication digitale est prévue pour faire connaître ces animations et les actions de redistribution.

Le budget annuel dédié à la collecte et redistribution des invendus se décompose comme suit :

- Médiateur solidarité et zéro déchet (Mon marché engagé) : 37 188 € (moyenne)
- Partenariats avec les associations Le Chaînon manquant et Moissons solidaires : 41 500 €
- Communication : 15 580 €
- Frais de fonctionnement : 6 150 €

Total annuel : 96 330 €

Les propositions du candidat correspondent aux prescriptions du cahier des charges. Le poste affecté à la communication et les animations permet une programmation dédiée. En revanche, le budget laisse apparaître des frais de fonctionnement dont la justification n'apparaît pas dans l'offre du candidat.

III - Proposer des mesures solidaires en faveur du pouvoir d'achat des usagers des marchés

Toujours dans l'objectif solidaire de faciliter la collecte et la redistribution des invendus, le candidat prévoit l'installation entre 2027 et 2030 de frigos solidaires sur 5 marchés précisés, en partenariat avec l'association Frigos Solidaires, pour un coût de 8000 € HT (investissement). Il prévoit également la mise en place d'étagères solidaires à côté d'espaces de convivialité sur 8 marchés identifiés. Pour ces dernières, les denrées récoltées et restantes à la fin du marché seront acheminées par un agent logistique vers une association partenaire. Le financement des étagères est de l'ordre de 8000 € HT (investissement).

Pour compléter ces dispositifs, le candidat a approché l'association ayant développé l'application "*HopHopFood*" afin de la déployer sur des marchés cibles. Cette application permet à des jeunes (étudiants) et familles en difficulté notamment de bénéficier de paniers préparés par les commerçants volontaires. Ces derniers peuvent défiscaliser leurs dons.

Pour inciter les commerçants à formaliser les promotions de fin de marché, le candidat propose une charte à adopter par les commerçants volontaires, qui se verront remettre des ardoises spécifiques et bénéficier d'une communication sur les réseaux sociaux. De même, le candidat souhaite mettre en place des "paniers suspendus solidaires", avec des produits fournis par des achats et dons des clients et revendus à prix symbolique aux personnes en fragilité. L'achat de ces paniers est à la charge du commerçant.

Enfin, à la croisée des enjeux de réduction des déchets, le candidat prévoit la mise en place d'une carte de fidélité "*Zéro déchet*" permettant d'obtenir une offre commerciale tous les 10 achats sans emballage. Le candidat propose l'achat de ces cartes de fidélité par les commerçants volontaires.

Le candidat répond aux attendus du cahier des charges et propose, avec l'application "HopHopFood" un dispositif complémentaire intéressant. Cependant, deux des propositions du candidat implique un achat par le commerçant (panier suspendu à 12€ HT pièce, avec obligation d'achat de 3 paniers soit 36 € ; lot de 100 cartes de fidélité Zéro déchet à 10 €). Le candidat n'a pas fait évoluer le modèle économique de ces propositions suite aux négociations. En faisant porter le coût de ces mesures sur les commerçants, il prend le risque de rencontrer un faible taux d'adhésion et donc de manquer l'objectif initial.

IV - Assurer la propreté des marchés, participer à la collecte et respecter l'obligation de dé/montage des marchés

IV.1 - Propreté des marchés

Le candidat assure mettre en œuvre une organisation pour garantir un niveau élevé d'hygiène et de propreté sur les marchés en amont, durant et à l'issue de chaque tenue. Il s'appuie sur une coordination étroite avec la Ville, sur la mobilisation de ses équipes opérationnelles sur le terrain et sur un suivi rigoureux assuré par les responsables d'exploitation.

Le candidat répond aux attentes du cahier des charges, la coordination nécessaire avec la DPE est soulignée.

IV.2 - Mission des délégataires en matière de présentation des déchets à la collecte et de nettoyage

Des zones de regroupement sont prévues. Ces zones seront matérialisées par un marquage au sol. Chaque marché fera l'objet d'un plan d'implantation. La taille et le nombre de ces zones seront déterminés en fonction des spécificités de chaque marché. Le marquage sera réalisé en début de contrat et sera ensuite renouvelé annuellement.

L'offre du candidat est conforme aux attentes de la ville sur ce point.

IV.3 - Mise à disposition de bennes par les délégataires

Le candidat propose la mise à disposition de deux bennes fonctionnant au GNV avec chauffeur et ripeur, pendant une heure, sur les marchés désignés, pour assurer les missions de pré collecte sur les marchés ciblés afin de faciliter les opérations de nettoyage en fin de marché et de limiter la saturation des points de regroupement. Une benne supplémentaire est mobilisable immédiatement en cas de panne. Un planning d'intervention a été donné.

Cette mission sera aussi effectuée par la société SODED, le montant de la prestation annuelle s'élève à 94 953 €. Ce montant comprend, le coût humain 36 228 € (comprenant la gestion du personnel, le coût salarial des agents et de leurs remplaçants (pour les congés payés, arrêts de travail,), les remboursements de transports et repas, les visites médicales, et dotation en équipements de sécurité individuels) et le coût matériel (location, entretien, assurance, consommation) pour 58 725 € en 2027.

Le candidat propose sur ce point une offre conforme aux attentes de la ville.

IV.4 - Mise en place de compacteurs

Le candidat précise que des zones de regroupement seront installées près des compacteurs. Les emballages plastique et cartons seront mis dans les compacteurs.

L'offre du candidat est conforme aux attentes mais peu développée sur ce sujet.

IV.5 - Montage, démontage, plan de prévention des risques et contrôles contradictoires

Les opérations sont organisées en tournées pour une gestion optimisée sur l'ensemble des tenues. Chaque intervention (montage, démontage, incident, action corrective) est enregistrée dans le logiciel de gestion OCV.
Pour les marchés du matin le montage est réalisé la veille dans l'après-midi et le démontage à l'issue. Pour les marchés du dimanche le démontage est effectué le lundi mais un roulage des bâches est opéré dès la fin de marché le dimanche. Pour les marchés de l'après-midi, le montage est réalisé le matin même puis démonté dès la fin de la séance ou au plus tard le lendemain.
Le candidat prévoit un démontage dès la fin des marchés selon les priorités fixées par la DPE.

Le candidat confirme sa présence systématique lors des contrôles contradictoires avec la DPE.

Les éléments détaillés sont conformes aux attentes du cahier des charges.

V - Proposer un programme de réduction des déchets et de tri (tri, valorisation des déchets, actions de sensibilisation, etc.)

V.1 - Réduction du volume de déchets

Pour permettre la réduction des déchets de 30%, le candidat propose plusieurs dispositifs :

- Une infolettre, un mémo de tri et une note de service transmis à l'ensemble des commerçants pour les sensibiliser et rappeler les bons gestes,
- La mise en place des bacs multi-matériaux pour assurer le tri,
- La matérialisation des zones de regroupement sur les marchés,
- L'instauration d'un médiateur solidarité et zéro déchet, pour un budget de 44 363 HT / an en moyenne. Les missions de cet agent relèvent de l'information et de l'accompagnement des commerçants pour le tri, la collecte des invendus, la gestion des cagettes et les mesures de pouvoir d'achat. Un passage du médiateur est prévu une fois par semestre et par marché.
- La mise en place du label "Commerçant ambassadeur" : ce label serait délivré à la suite d'un audit sur les actions des commerçants en termes de zéro plastique, zéro déchets, anti-gaspi et solidaire. Avec ce label, le commerçant dispose d'un kit, de signalétique et d'une campagne de communication,
- Une communication sur les réseaux sociaux : semestrielle pour les commerçants et trimestrielle pour les usagers,
- Une distribution de 600 cendriers de poche.

Ces différentes mesures visibles sur les marchés correspondent aux attentes de la Ville, le candidat propose un dispositif complet pour la réduction des déchets.

V.2 - Contribution incitative au traitement des déchets

Le cahier des charges mentionne l'objectif d'une réduction des déchets de 30% par rapport à la production globale de déchets de l'année 2024. La réduction est progressive par palier de 5% en 5% pour atteindre un maximum de 30%.

Les montants sur l'annexe financière sont concordants avec la matrice de calcul fournie.

V.3 - Participation des délégataires au tri des biodéchets

L'acheminement du matériel se fera grâce à 5 tournées optimisées et effectuées par une équipe d'agents de tri. Chaque tournée permet de doter les marchés en bacs et en zones de regroupement. Lors de sa logistique de retour, l'agent de tri pourra constater et remonter des erreurs de tri au placier. Plusieurs acteurs œuvrent pour la bonne pratique du tri : l'agent de tri, le médiateur, le placier, et éventuellement le commerçant ambassadeur.

Le candidat assure de sa bonne participation au tri des biodéchets en coordination avec la Ville.

V.4 - Mise en place de bacs pour d'autres types de déchets

Le candidat indique que l'ensemble des bacs seront équipés d'une puce d'identification permettant leur suivi (leur géolocalisation). Les bacs poissonniers sont déposés à chaque poissonnier, les bacs coquilles sont déposés à chaque mareyeur et à des poissonniers sur des marchés spécifiques pendant la saison d'octobre à mai.

V.5 - Valorisation et réemploi des cagettes (hors carton)

Le candidat propose une expérimentation en partenariat avec Carton Plein. Le dispositif repose sur une collecte en cyclo-logistique, à raison d'une fois par semaine, avec un volume de 2 palettes de cagettes par tenue. Le coût unitaire de collecte est de 45 € HT par palette. Les cagettes seraient ensuite transformées en broyat (paillage, compost). La mise en œuvre est proposée en option, sous réserve d'un financement de la Ville.

La proposition est conforme dans son principe à l'attente d'expérimentation du DCE, avec une base opérationnelle identifiée. Le délégataire devra faire son affaire de la recherche de financements pour réaliser la mise en œuvre sur l'ensemble des marchés si la ville le décide.

VI - Proposer un programme d'entretien, de réparation et de renouvellement du matériel de tentes-abris

VI.1 - L'entretien, la réparation et le renouvellement du matériel

Le candidat prévoit de sous-traiter l'entretien des bâches et des structures amovibles à la société SODED dans le cadre d'un contrat de location avec option d'achat dont le devis de mise à disposition est fourni. Le coût de la location prévue est de 67 806,90 € HT/an et le coût d'entretien prévu est de 65 641,13 € HT/an. Les bâches seront lessivées mensuellement et le matériel (bâches + structures) remplacé si nécessaire. Il prévoit en offre final 1 500 stands complets et 300 stands supplémentaires de 3x2 ou 2x2 mètres en stock tampon pour traiter les zones d'arbres et de candélabres. Les bâches seront conformes au cahier des charges, classées M2 de résistance au feu, anti UV, imperméables et laquées. La dotation est proche du besoin minimum théorique du lot A que l'on estime à 1 463 bâches en 4x2 sans tenir compte du stock tampon de 300 bâches, elle est donc suffisante pour exploiter le lot A. Il prend en compte la mise à disposition des structures pour le marché de la création.

Le coût total de location-maintenance est estimé à 133 448,03 € HT/an. Ce montant apparait bien dans son compte d'exploitation.

VI.2 - Budget affecté à l'entretien, la réparation et le renouvellement du matériel

Le candidat indique dans son mémoire financier qu'il prévoit le renouvellement de 3 % des structures et 5 % des bâches pour un montant annuel de 49 819 € HT/an soit 298 914 € HT amortis sur la délégation.

On retrouve ce montant dans le tableau d'amortissement pour le matériel démontable.

Pour assurer le transport de ce matériel lors des tournées de montage et de démontage des structures, le candidat indique que le dé/montage du matériel sera effectué en 7 tournées (7 équipes) avec 5 camions super-lourds 10 chauffeurs SPL, 2 véhicules légers avec remorque

plateau et 6 chauffeurs VL, avec 26 monteurs soit 42 agents à temps plein comprenant une équipe volante de 7 agents (2 chauffeurs VL et 5 monteurs).

Le candidat indique qu'il renouvellera son parc de véhicules notamment avec l'achat de 5 tracteurs poids lourds fonctionnant au GNV pour un montant de total 144 653,46 € HT et qu'il procédera à la réfection de 5 semi-remorques pour un montant total de 79 675,00 € HT amortis. L'entretien annuel l'ensemble véhicules affecté au montage est évalué à 80 798 € HT/an. Par ailleurs les 2 véhicules VL plateau seront loués pour un montant annuel de 19 098 € HT/an.

Le candidat prévoit donc un investissement total 224 328,46 € HT pour le matériel roulant de transport des tentes abris, de 80 798 € HT/an pour leur maintenance et 19 098 € HT/an de location de véhicules.

Le candidat a bien pris en compte le coût d'entretien des douilles d'ancrage qu'il évalue à 7 919 € HT/an. Il a également prévu une enveloppe limitée à 10 000 HT €/an pour leur renouvellement dans le cadre de travaux d'aménagement ou de déplacement provisoire.

La réalisation et l'entretien éventuel d'un marquage au sol d'emplacement de vente n'est pas abordé.

VII - Proposer une intervention efficace pour les moyens d'exploitation

VII.1 - Équipements mis à disposition par la Ville de Paris

Le candidat indique que l'entretien des installations électriques sera fait la société BENTIN qui possède les qualifications minimales nécessaires ME4-TN4-E3-C4 demandé. La prestation comprend les dépannages en urgence 7 jours sur 7, 24 heures sur 24 dans un délai d'une heure, avec une astreinte permanente mobilisable. Le montant annuel d'entretien préventif est estimé à 65 714 € HT et comprend 2 visites d'entretien par an de toutes les installations électriques. Il n'a pas fourni de projet de contrat mais un bordereau de prix estimatif. Le candidat prend en compte l'entretien partagé des installations électriques sur le boulevard Edgar Quinet avec le marché de la Création.

Il indique mettre en œuvre une traçabilité des interventions via la plateforme OCV consultable par la Ville de Paris ainsi que des reporting systématiques des actions engagées. Les placiers disposent d'une habilitation électrique pour procéder aux premières mises en sécurité si nécessaire.

Le candidat a bien confirmé que le nettoyage des fonds de cuve des bornes enterrées et le curage des réseaux d'assainissements est inclus dans les prestations de la société BENTIN.
Le candidat estime le montant des travaux correctifs sur ces installations à 59 143 HT €/an selon des données d'expérience, il prévoit également un budget en investissement de 18 000 HT € amorti sur 6 ans pour le renouvellement d'installation électrique sans plus de précisions.

Le candidat indique que le contrôle technique annuel des installations sera exécuté par la société VERITAS pour un montant annuel de 16 450 € HT/an. Un projet de contrat a bien été fourni en annexe.

L'ensemble de ces montants définit le poste entretien et maintenance des installations électriques pour un montant de 141 307 € HT/an avec un budget d'investissement de 18 000 € HT amortis sur la délégation pour le renouvellement.

VII.2 - Utilisation et entretien des bornes d'eau potable

Le candidat indique qu'il prendra bien en charge la fourniture, l'entretien et le remplacement des nourrices des bornes d'eau potable, le placier sera chargé de veiller à leur bonne utilisation et signaler les dysfonctionnements.

VIII - Mettre en œuvre une politique d'animation et de communication des marchés

VIII.1 - Communication

Le candidat propose une stratégie de communication principalement digitale, structurée autour de quatre axes : renouvellement des publics, transition écologique et alimentaire, attractivité/image des marchés, et vie locale/lien social.

La communication vise plusieurs cibles : usagers, étudiants, commerçants/producteurs, partenaires institutionnels, relais médiatiques, associations et écoles.

Le candidat prévoit une communication différenciée selon les marchés, avec une segmentation fine par typologie, clientèle, niveau de prix et contexte local. L'objectif est d'adapter les messages à l'ADN de chaque marché.

La stratégie repose sur une présence digitale forte, avec 7 publications minimum par semaine, déclinées sur Instagram, Facebook, TikTok et LinkedIn selon les publics ciblés.

Les contenus proposés sont variés : carrousels photos, stories, réels, portraits de commerçants, micro-trottoirs, recettes, contenus pédagogiques, formats viraux et campagnes RSE.
Une attention particulière est portée à la valorisation des commerçants, notamment via la campagne « Commerçants ambassadeurs », ainsi qu'à la sensibilisation écologique avec la campagne participative #MonGeste.

Le candidat prévoit également une direction artistique conforme aux codes de la Ville, ainsi qu'un suivi mensuel des indicateurs de performance.

La proposition est très structurée, moderne et détaillée, avec une vraie réflexion éditoriale et une adaptation fine aux publics. Toutefois, la stratégie repose très majoritairement sur le digital, avec une moindre diversification des supports de communication.

VIII.2 - Animations

Le candidat propose une politique d'animations dont la transition écologique constitue le fil conducteur. Les animations sont conçues comme des formats accessibles, gratuits et participatifs.

L'agenda annuel s'articule autour de cinq temps forts thématiques :

- Printemps des Marchés (19 marchés animés),
- Marché au Cœur du Quartier (19 marchés),
- Marchés en Musique (19 marchés),
- Marchés Durables et Solidaires (17 marchés)
- Fêtes de fin d'année (35 marchés).

Chaque temps fort comprend plusieurs formats d'animations : ateliers pédagogiques, animations culinaires, actions culturelles, dispositifs autour du réemploi, de l'alimentation durable ou encore de la vie de quartier.

À chaque opération, un kit de communication est transmis aux mairies d'arrondissement afin de favoriser le relais local et d'assurer une visibilité cohérente des animations.

Concernant la Fête des marchés (35 marchés), le candidat propose une programmation dédiée de 7 animations principalement, orientée vers les familles et les jeunes publics, avec des animations ludiques (marché à hauteur d'enfants, ateliers anti-gaspi, démonstrations et dégustations culinaires, vélo smoothie, ateliers batch cooking, etc.).

Proposition très structurée, riche et cohérente avec les objectifs du DCE. Le programme est ambitieux, diversifié et bien réparti sur les marchés, avec une forte dimension pédagogique et environnementale.

VIII.3 - Budget et moyens humains affectés à la politique de promotion des marchés

a) Budget

Budget global annuel (hors Fête des marchés) : 135 020 € HT

Communication : 35 000 €
- Communication principalement digitale (dont 20 675 € hors DSP)

Animation : 100 020 €
- Printemps des marchés : 16 206 €
- Marché au cœur du quartier : 14 908 €
- Marchés en musique : 22 293,80 €
- Marchés durables et solidaires : 10 520,20 €
- Fêtes de fin d'année : 36 092 €

Fête des marchés : 50 000 €

Le budget est clair, structuré et globalement supérieur aux attentes du DCE. À noter toutefois une communication très majoritairement digitale, avec peu de diversification des supports.

b) Moyens humains

Le candidat mobilise une équipe dédiée via l'agence ANI'Marchés, composée de six ETP et deux apprentis, couvrant les fonctions clés (pilotage, communication digitale, contenus, graphisme, animation). L'organisation intègre notamment un responsable communication 360, un chef de projet événementiel ainsi que des profils spécialisés en social media et en création graphique. Ces ressources sont entièrement dédiées aux missions de communication et d'animation des marchés de la Ville de Paris.

L'équipe est complète, structurée et aux compétences diversifiées, en adéquation avec les besoins opérationnels et les enjeux de déploiement à l'échelle des marchés.

IX - Promouvoir des services en faveur de la clientèle

IX.1 - Livraisons à domicile pour les seniors ou personnes à mobilité réduite

Le candidat propose un service de livraison de proximité déployé sur 10 marchés, adossé aux espaces de convivialité qui servent de point unique de prise en charge des commandes. Le dispositif vise à faciliter l'accès aux marchés pour les publics prioritaires.

Le service repose sur un partenariat avec des acteurs de la cyclologistique, favorisant les mobilités douces. Les commandes sont enregistrées sur place avant 12h, stockées en espace réfrigéré, puis livrées à domicile entre 13h30 et 15h30, dans un rayon de 2 à 3 km.

Le coût annuel pris en charge est de 4 800 € HT, permettant notamment la gratuité pour les publics fragiles.

La proposition est claire et opérationnelle, conforme aux attentes du DCE. L'adossement aux espaces de convivialité constitue un point positif : il permet de centraliser les flux, de rendre le service plus visible pour les usagers et de renforcer l'attractivité des espaces eux-mêmes, les deux dispositifs se soutenant mutuellement.

IX.2 - Espaces de convivialité

Le candidat propose la mise en place d'espaces de convivialité sur 10 marchés, sous forme de buvettes et lieux de rencontre, afin de renforcer l'attractivité et la sociabilité.

L'exploitation serait confiée à trois gestionnaires locaux (associations, structures de l'ESS ou commerçants), sélectionnés via un appel à candidatures. Chacun des 3 gestionnaires bénéficierait d'une subvention annuelle de 7 500 € HT afin de soutenir l'exploitation.

Les espaces seraient implantés sur des zones visibles et équipés de mobilier adapté (tables, assises, barnums) ainsi que d'une signalétique harmonisée. L'installation et le repli seraient assurés à chaque tenue par les gestionnaires.

Un investissement initial de 1 200 € HT par marché est prévu, avec un renouvellement du matériel tous les 3 ans, représentant un budget total de 24 000 € HT sur la durée du contrat.

La proposition reposant sur un modèle d'exploitation local pertinent. Toutefois, le budget apparaît relativement limité, ce qui interroge sur la capacité à proposer des espaces réellement qualitatifs.

IX.3 - Accueil sur les places de volant

La proposition peu développée sur ce point repose sur le principe d'opportunité. Si le sujet a été évoqué lors des négociations, il n'est pas formalisé dans l'offre finale, ce qui ne permet pas d'en apprécier les modalités concrètes de mise en œuvre (types d'acteurs accueillis, organisation, fréquence). Cela constitue un point de vigilance au regard des attentes du DCE, qui prévoient une ouverture structurée des places de volant à des usages diversifiés.

C - Personnels affectés aux marchés découverts alimentaires et biologiques

Afin d'assurer les missions de gestion des marchés découverts du secteur A, le candidat met à disposition les effectifs suivants (61,1 ETP) : 11 placiers à temps plein, 20 monteurs chauffeurs, 14 monteurs, 7 monteurs remplaçants, 1 saisonnier, 7,70 employés support, 0,4 employés RSE, 7,7 ETP dans l'équipe administrative.

Le candidat a recalibré sa proposition et réduit ses effectifs de placier et de ressources RSE par rapport à son offre initiale. La proposition demeure suffisante.

Critère 2 : LES CONDITIONS FINANCIERES DE L'OFFRE

I. Redevance

Le candidat propose une redevance forfaitaire de 1 000€ annuels (5 K€ / an dans son offre initiale). Par ailleurs, il propose une indexation annuelle de la redevance forfaitaire basée sur un panier de 3 indices pondérés : 60% de l'ICHT (Indice du Coût Horaire du Travail) + 30% de l'IPPS (Indice des Prix à la Production des Services) + 10% de l'IPCH (Indice des Prix à la Consommation Harmonisé). Ce panier est cohérent au regard de sa structure de charges.

Le candidat propose une redevance variable calculée sur un taux unique très faible de 0,05% du CA dès le 1er euro de CA. Il maintient également sa proposition initiale de redevance variable complémentaire calculée sur le dépassement de ses prévisions de recettes et égale à :

- 20% de la tranche du CA des commerçants abonnés supérieure au CA prévisionnel en euros courants de cette catégorie de commerçants
- 40% de la tranche du CA des commerçants volants supérieure au CA prévisionnel en euros courants de cette catégorie de commerçants.

Sur la durée du contrat (6 ans), et sur la base des projections de chiffres d'affaires du candidat, le montant total de redevance versé à la Ville est estimé à 26 K€ en euros courants, dont 6 K€ de redevance forfaitaire.

La part de redevance forfaitaire représente ainsi 24% de la projection de redevance totale, ce qui est très peu sécurisant pour la Ville. En valeur absolue, le montant de la redevance forfaitaire est d'un niveau très faible. Le taux de redevance moyen sur chiffre d'affaires sur le contrat ressort à 0,1%, ce qui est très faible et ne permet pas à la Ville d'être associée raisonnablement aux résultats de la concession.

II. Investissements de la délégation

Le candidat prévoit un montant d'investissement total de 591 K€ (en baisse par rapport à l'offre initiale qui affichait 644 k€) sur la durée du contrat, avec un programme d'investissement réalisé principalement en années 1 et 2.
Les investissements sont ventilés de la manière suivante :

- 307 K€ pour le programme d'investissements imposés par la Ville dont le principal poste est le renouvellement des bâches avec logo ;
- 284 K€ d'autres investissements dont un tracteur au GNV et la réfection de cinq remorques sont les principaux éléments.

III. Compte d'exploitation prévisionnel

Sur la durée de la concession, le chiffre d'affaires (CA) estimé par le candidat a été marginalement revu à la baisse par rapport à l'offre initiale, et s'établit au total à près de 35,4 M€ en euros constants sur les 6 années de contrat.

Le candidat a bien précisé ses hypothèses, tant en termes de mètres linéaires disponibles, que ceux facturés ou encore le nombre de tenues de marché, année par année. Ces

hypothèses sont cohérentes et réalistes. Par ailleurs, le candidat a bien augmenté les tarifs de 3,8%/an pour les volants mais pas exactement de 3,8% pour les abonnés, dont les tarifs sont entrés en dur mais avec des taux de croissance proches mais pas égaux à 3,8%. Enfin, le candidat a chiffré à 6 K€ / an les charges exceptionnelles (incluses en manque à gagner) induites par sa volonté de proposer une gratuité les premières semaines aux nouveaux commerçants (producteurs et métiers en tension).

Sur la durée de la concession, les charges d'exploitation (hors dotations aux amortissements, charges financières et redevances) estimées par le candidat s'établissent au total à 34,5 M€ en euros constants (contre 35,3 M€ en offre initiale).

Le candidat a légèrement revu à la baisse le nombre d'ETP à 61,1 en offre finale, du fait d'une diminution en effectif régisseur et ressources RSE. Alors que le nombre de placiers semblait déjà un peu faible en offre initiale (du fait d'un besoin important de suivi des commerçants dans leur gestion des déchets), il a été diminué en offre finale, ce qui permet de se questionner sur la bonne tenue des marchés et sur le contrôle de la gestion des déchets réalisée par les commerçants. En offre finale, le candidat a réparti les chauffeurs entre VL et SPL avec distinction légère des salaires et augmentation légère du taux de charges patronales, à 35,7% (34,3% en offre initiale). La rémunération brute individuelle moyenne demeure un peu faible. Le candidat a inséré d'autres charges de personnel au sein d'autres postes de charges (entretien maintenance, propreté), ce qui est cohérent et permet d'affiner l'analyse des coûts.

Le candidat prévoit un budget de 548 K€ / an (en baisse par rapport à l'offre initiale) en propreté et développement durable comprenant la pose, la dépose et le nettoyage des bacs poissonniers et multi-matériaux et des bacs biodéchets. Ce sont principalement les budgets « Mise en place de zone de regroupement des déchets multi-matériaux » et « Pose et dépose, nettoyage des bacs poissonniers et multi-matériaux » qui ont été revus à la baisse. Les nouveaux budgets semblent plus cohérents que ceux de l'offre initiale.

Le candidat prévoit 525 K€ / an (en hausse par rapport à l'offre initiale) d'entretien, maintenance et fluides. Le cout d'entretien et de location (à une autre filiale du Groupe) des équipements a été fortement revu à la hausse, sans que le candidat ne justifie une telle hausse. Globalement, le nouveau budget de ce poste semble moins cohérent que celui de l'offre initiale.

En termes d'animation et de communication, le candidat anticipe des charges annuelles de l'ordre de 222 K€ / an (en baisse par rapport à l'offre initiale) auxquelles il ajoute 125 K€ en années 1 et 2 (184 K€ en offre initiale) en frais d'études liées à la redynamisation des marchés (il a maintenu son budget « études de commercialité » à 95 K€ sur les 2 premières années). Le candidat a retiré les charges liées au site internet dans son offre finale et a diminué les études de fréquentation et de commercialité tout en allouant une enveloppe budgétaire sur la redynamisation des marchés le nécessitant. Ces nouvelles hypothèses semblent cohérentes.

Concernant la contribution déchets, le candidat a corrigé les erreurs relevées par les services de la Ville dans son offre initiale. Ainsi, la contribution s'élèverait à près de 471 K€ en 1ère année pleine d'activité puis fluctuerait entre 441 K€ / an et 447 K€ / an les années suivantes. Le candidat ne propose plus de plafonner le montant de la contribution déchet mais souhaite rencontrer annuellement la Ville, de manière à faire un bilan des tonnages de déchets réalisés, des responsabilités de chacun et des mesures à mettre en place, éventuellement par avenant, pour ne pas faire peser un effort financier sur le délégataire si celui-ci a respecté ses prérogatives.

Enfin, les autres charges d'exploitation, pour un montant de 833 K€ ont été revues à la baisse du fait d'une diminution des frais de siège, qui passent de 5% du CA en offre initiale à 4,75% en offre finale. Le candidat a précisé la répartition des frais de siège, qui sont cohérents.

Le candidat modélise des dotations aux amortissements pour un total de 591 K€, ce qui est cohérent avec le montant d'investissements prévus par le candidat.

IV. Rentabilité et emprunts financiers

Le candidat ne prévoit aucun intérêt financier, ce qui serait la conséquence d'un financement exclusivement en capitaux propres ou en comptes courants non rémunérés, sans crédit bancaire.

Au global, en termes de rentabilité, le plan d'affaires du candidat fait ressortir une marge nette de 6,2% (en hausse par rapport à l'offre initiale) sur la durée du contrat (en € courants), soit un niveau de rentabilité assez élevé pour une activité d'exploitation de marchés alimentaires.

Le candidat indique que les investissements seront financés uniquement par des fonds propres et fournit une lettre d'engagement de mise à disposition des moyens humains techniques et financiers de la part de la maison-mère. Cette lettre inclut le financement des investissements à hauteur de 591 K€, soit le montant prévu pour les investissements. Le plan de financement est donc sécurisant.

Pour la garantie demandée par la Ville relative au paiement des redevances et pénalités dues, le candidat fournit une lettre de la BRED pour une garantie à hauteur de 60 K€, qui serait largement supérieure au montant de la redevance forfaitaire proposée. Cette lettre est sécurisante pour la Ville.

Enfin, le candidat fournit dans son offre finale une lettre d'engagement signée de la société-mère pour la mise à disposition de ses moyens humains, techniques et financiers pour l'exécution du contrat, sécurisante pour la Ville.

Pour le lot 2 (secteur B) :
Paris Centre (1er, 2e, 3e, 4e) et les 8e, 9e,
10e, 11e, 12e, 18e, 19e, 20e arrondissements

DOSSIER UNIQUE : GROUPE BENSIDOUN

CONTENU DE L'OFFRE DU CANDIDAT

Critère 1 : LA QUALITE DU SERVICE ET LES ACTIONS ENTREPRISES POUR VALORISER L'ESPACE PUBLIC

A - La note d'intention générale

Le candidat a fourni une note d'intention générale mettant en avant son savoir-faire et son expérience à gérer les marchés communaux depuis plusieurs générations. Il fait aussi valoir

sa maîtrise complète des processus de fabrication et d'installation des équipements essentiels au bon fonctionnement des marchés. Son projet repose sur quatre axes : une gestion exemplaire du service public, une offre marchande renforcée, une transition écologique assumée et un engagement concret envers la citoyenneté et la solidarité.

Ces points sont repris dans ses notes détaillées.

B - Les 9 notes méthodologiques détaillées

I - Proposer une gestion optimisée de l'offre commerciale et du déroulement des tenues de marché

I.1 - Gestion des commerçants

Le délégataire s'engage à assurer la gestion des commerçants conformément au règlement des marchés découverts alimentaires et biologiques de la Ville de Paris ainsi qu'aux évolutions réglementaires applicables pendant la durée de la délégation.

Le candidat fait mention de MarketFlow, son outil de gestion, de facturation et de suivi en temps réel des marchés.

Le candidat s'engage à attribuer les demandes d'abonnement conformément au règlement des marchés de la Ville de Paris ainsi qu'aux décisions prises par la Ville en matière d'attribution des emplacements.

Les demandes d'abonnement seront centralisées et suivies au moyen de l'outil MarketFlow permettant :

- l'enregistrement des demandes ;
- le suivi des pièces administratives ;
- la gestion des listes d'attente ;
- le suivi des disponibilités par marché et par activité ;
- l'historique des attributions et mutations.

Le candidat précise que les abonnements seront attribués selon :

- les disponibilités d'emplacements ;
- les activités autorisées ;
- les règles de priorité définies par le règlement ;
- les équilibres commerciaux recherchés sur chaque marché.

Le suivi des présences des abonnés sera réalisé quotidiennement par les placiers via MarketFlow afin d'identifier :

- les absences ;
- les emplacements temporairement vacants ;
- les situations nécessitant un signalement à la Ville.

En cas d'absence d'un abonné, les emplacements disponibles pourront être réattribués à des commerçants volants dans les conditions prévues par le règlement des marchés.

Le placement des commerçants volants sera assuré quotidiennement par les régisseurs placiers en fonction :

- des disponibilités constatées ;
- des activités autorisées ;

- des règles de priorité applicables ;
- des besoins d'équilibre commercial du marché.

Le candidat indique également qu'un suivi des vacances commerciales sera réalisé afin d'identifier les secteurs nécessitant une action de prospection ou de recrutement de nouveaux commerçants.
Les procédures de mutation, de transfert ou de réattribution d'emplacements feront l'objet d'un suivi administratif en lien avec les services de la Ville.

Chaque régisseur placier sera formé :
- aux obligations liées à la destination des emplacements ;
- aux modalités de placement des abonnés et des commerçants volants ;
- au respect des périmètres des marchés ;
- aux règles de priorité d'abonnement et aux procédures de mutation ;
- au contrôle des autorisations et cartes délivrées par la Ville.

Les régisseurs placiers assureront :
- le placement des commerçants ;
- le contrôle des documents réglementaires ;
- l'encaissement des droits de place ;
- le suivi des opérations de montage et de démontage ;
- le signalement des anomalies et dysfonctionnements ;
- le respect des règles d'hygiène, de sécurité et de propreté.

Le candidat indique que la présence des placiers est maintenue jusqu'au contrôle contradictoire avec les services municipaux.

L'organisation prévoit une présence des placiers :
- de 7h00 à 14h30 en semaine ;
- de 7h00 à 15h00 le week-end.

Pour les placiers intervenant sur plusieurs marchés, le candidat prévoit une organisation sectorisée permettant une intervention sur site dans un délai maximal de 30 minutes.

Le candidat prévoit l'utilisation de l'outil MarketFlow pour :
- la gestion des placements ;
- la facturation ;
- l'encaissement ;
- le suivi des marchés en temps réel ;
- la saisie des anomalies ;
- le partage d'informations entre les placiers et le siège.

Chaque placier disposera d'un smartphone relié à l'application permettant notamment la vérification des cartes de commerçants et la transmission des informations. Le candidat précise également que la Ville pourra accéder aux reportings et aux données de suivi via un accès dédié.

Les encaissements seront réalisés via des terminaux électroniques sécurisés. Les commerçants seront incités à privilégier les paiements par carte bancaire, chèque ou prélèvement automatique afin de limiter l'usage des espèces.

Le candidat indique que les paiements en espèces feront l'objet :

- d'un enregistrement dans MarketFlow ;
- de l'édition d'une quittance ;
- d'un rapprochement quotidien des recettes ;
- d'une procédure sécurisée de remise des fonds.

Le candidat prévoit également un dispositif d'accompagnement des nouveaux commerçants comprenant :

- un kit d'installation ;
- un accompagnement administratif ;
- la mise à disposition temporaire de matériel ;

Enfin, le candidat s'engage à organiser les élections des commissions de marché et à assurer le suivi des réunions de commissions en lien avec les services de la Ville.

I.2 - Favoriser la diversité et la qualité de l'offre commerciale

Pour répondre à l'objectif de diversité et de qualité commerciale sur les marchés, le candidat s'engage à augmenter de 15% des commerces de bouche en 6 ans, soit 48 commerces détaillés par métier.
Pour ce faire, il propose la mise en place du programme "Market incubator" pour favoriser l'arrivée de nouveaux artisans en réinsertion professionnelle, en leur réservant un stand par marché et en leur appliquant une gratuité des droits de place pendant 2 mois. Il estime à 6 à 9 commerçants par an pouvant bénéficier de cette gratuité.
Dans la même optique, il indique qu'il fournira une aide à l'installation avec un kit et du prêt de matériel aux nouveaux commerçants le souhaitant. Il prévoit également un diagnostic annuel par métier, avec un soutien technique prioritaire et un appui administratif et sanitaire aux commerçants en fonction des résultats de l'étude.

Le candidat précise également ses moyens de prospection de nouveaux commerçants : site web, réseaux sociaux professionnels, plateformes spécialisées, participation à des salons...
Dans cette perspective, il s'engage à conclure des partenariats avec différents acteurs : la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, les fédérations, des centres de formation professionnelle, des Meilleurs Ouvriers de France...

Dans son compte prévisionnel d'exploitation, le candidat estime à un montant de 12 672 € annuels l'absence de recettes générée par les dispositifs de gratuité de droits de place. Cependant, le candidat ne précise pas si cette perte de recettes concerne la gratuité de 2 semaines accordée aux producteurs et secteurs en tension (conformément aux prescriptions du cahier des charges), ou la gratuité de 2 mois qu'il propose pour les artisans en réinsertion professionnelle, ou encore les deux.

Le candidat répond aux attendus du cahier des charges et propose notamment un accompagnement spécifique et engagé pour les nouveaux commerçants. Il n'a cependant pas détaillé avec précision l'absence de recettes pour le ou les dispositifs de gratuité.

I.3 - Redynamisation des marchés en difficulté après études

Conformément aux attendus du cahier des charges, le candidat propose un diagnostic complet d'attractivité sur l'ensemble des marchés, avec deux études de commercialité : une étude macro, à l'échelle du territoire, et une étude micro, sur des marchés tests.

Ce diagnostic se complète d'une liste des marchés classés par niveau d'attractivité, et d'un programme pluriannuel de redynamisation en faveur des 11 marchés listés par la Ville et pour 3 autres marchés complémentaires, soit 14 marchés.
Les prestataires retenus se nomment *CROCIS* et *Mall & Market*.

Des études de fréquentation font également partie de l'offre du candidat. Celles-ci sont prévues en 2027, 2029 et 2031 sur 5 marchés, par le prestataire CROCIS. Elles porteront sur cinq marchés différents en fonction de l'année de l'étude.

L'ensemble de ces études est chiffré à 59 601 € HT sur l'ensemble de la délégation.

En ce qui concerne les actions concrètes à mettre en place pour la redynamisation de ces marchés, le candidat indique plusieurs actions prévisionnelles : la création de micro-zones thématiques évolutives, l'installation de stands "éphémères test", la mise en place de rendez-vous récurrents identifiants, l'implication des commerces sédentaires de l'arrondissement, l'expérimentation de parcours clients incitatifs.

Le candidat propose un budget de 10 000 € dédié aux actions de redynamisation de chacun des 14 marchés en difficulté, soit un budget total estimé à 140 000 € et déployé en 2027 et 2028.

Le candidat répond aux attendus du cahier des charges, choisit d'ajouter 3 marchés supplémentaires à redynamiser et dégage un budget conséquent destiné aux actions de redynamisation.

II - Exercer des actions fortes en faveur du développement durable et solidaire

II.1 - Interdiction des sacs en matière plastique

Le Groupe Bensidoun propose une application stricte de l'interdiction des sacs plastiques à usage unique, en conformité avec la réglementation en vigueur. Le contrôle repose sur les placiers, formés à l'identification des emballages autorisés, avec des vérifications régulières et un signalement systématique des manquements à la Ville.

Le candidat prévoit également un accompagnement des commerçants vers des solutions alternatives. Il propose le référencement de fournisseurs d'emballages conformes (biosourcés, compostables, fabrication européenne) ainsi qu'un catalogue d'alternatives (papier, tissu, filets, etc.) à tarifs négociés. Des commandes groupées sont envisagées afin de réduire les coûts et faciliter l'approvisionnement. Un partenariat avec « Emballez mieux » permet un accès simplifié à ces produits, avec commande en ligne et livraison sur les marchés.

Un volet de sensibilisation est déployé à travers des campagnes de communication trimestrielles (affichage, signalétique, réseaux sociaux, contenus pédagogiques) visant à encourager commerçants et usagers à adopter des pratiques plus durables. Le candidat valorise également des engagements des commerçants (recours aux contenants réutilisables, tri, limitation des déchets) et s'appuie sur des retours d'expérience de marchés « zéro sac plastique ».
Enfin, un dispositif de suivi est prévu, avec des indicateurs intégrés au reporting à la Ville (contrôles réalisés, taux de conformité, actions menées). Aucun budget spécifique n'est dédié à cette action, celle-ci étant intégrée dans un budget global annuel de 15 000 € consacré à la communication et à la sensibilisation environnementale.

La proposition est claire, structurée et conforme aux attentes, avec un bon équilibre entre contrôle, accompagnement et sensibilisation.

II.2 - Développement de la vente directe par les producteurs et de la commercialisation de produits répondant aux critères d'une alimentation durable sur les marchés

Pour assurer le doublement du nombre de commerçants producteurs, biologiques et alimentation durable, le délégataire propose plusieurs dispositifs :

- La création d'une charte pour l'alimentation durable en vue d'engager les commerçants,
- La formation des placiers sur les critères d'alimentation durable,
- L'intégration d'un module de suivi "produits durables" dans l'application de gestion "Marketflow",
- La mise en place de partenariats, notamment avec la marque "Produits en Ile de France" (600 producteurs affiliés), le Groupement d'Agriculteurs Biologiques d'Ile de France et la FNAB pour le recrutement des commerçants.

Le candidat fournit une prévision chiffrée pour le doublement de commerçants, année par année. Il prévoit donc de passer de 176 producteurs en début de délégation à 350 producteurs en 2032, avec une augmentation annuelle d'environ 13%.

Pour la mise en place du carré producteurs à un rythme trimestriel, le candidat propose la mise en place de partenariats avec des structures identifiées, dont "Chapeau de pailles" (groupement de 10 cueillettes en Ile-de-France) ainsi que le groupement "Producteurs d'Ile-de-France" (430 producteurs) et la Coopérative bio d'Ile-de-France.

Le candidat répond aux attendus du cahier des charges.
Il esquisse des partenariats pour la tenue trimestrielle du carré producteurs.

II.3 - Récupération et redistribution solidaire des invendus

Le candidat propose 2 associations complémentaires pour la collecte des invendus sur les marchés, associations qui exerceront dans le cadre d'une convention :
- Les Princes de la Rue : organise des maraudes hebdomadaires à Paris et distribue des repas préparés en amont par des bénévoles. Le candidat prévoit de lui mettre à disposition un petit véhicule utilitaire réfrigéré pour soutenir la collecte et redistribution des invendus alimentaires, cuisinés ou non transformés. La collecte se fera sur des marchés qui se tiennent essentiellement les samedis et dimanches.
- la Croix Rouge Appro 77 : plateforme logistique alimentaire dédiée à la transition alimentaire. Dotée de véhicules lourds réfrigérés, l'association est également intéressée pour collecter des denrées autres que les fruits et légumes, à savoir BOF, poissons et produits de la mer, viandes, volailles et charcuteries... La collecte pourrait être assurée du mardi au vendredi, ainsi que le dimanche. Les invendus transportés puis reconditionnés pourront être distribués à une vingtaine d'associations parisiennes. L'association dispose de 2 200 m2 de locaux avec les entrepôts et une flotte de 7 véhicules.

D'après le planning prévisionnel fourni, une collaboration avec ces 2 associations représenterait 15 marchés collectés sur 38, avec des collectes à presque chaque tenue (en semaine et le week-end, soit 27 collectes).
Les marchés concernés sont ceux avec le plus de linéaire dans le lot, à savoir : Bastille (11e), Charonne (11e), Belleville (11e), Cours de Vincennes (12e), Daumesnil (12e), Barbès (18e), Ney (18e), Ordener (18e), Ornano (18e), Jean-Jaurès (19e), Joinville (19e), Place des Fêtes (19e), Villette (19e), Davout (20e), Réunion (20e).

Si besoin, le candidat est par ailleurs prêt à réserver un espace fixe de 8 mètres linéaires minimum sur le marché, équivalent à deux emplacements, pour accueillir les associations collectrices qui gèrent l'acheminement des denrées vers les sites de redistribution.

Parallèlement, le candidat propose d'engager une démarche de récupération des invendus par le biais de l'association ANDES, et de son dispositif le Potager de Marianne, installé au MIN de Rungis, afin de collecter des fruits, légumes et produits d'épicerie pour les trier et les redistribuer à des prix solidaires.

Enfin, le candidat prévoit 2 agents (0,51 ETP x2) constituant une brigade pour accompagner la récupération et aider au tri.

Le budget consacré à l'ensemble de ces opérations couvrira la logistique, la participation financière aux opérateurs associatifs réalisant les collectes hebdomadaires, la mise à disposition de véhicules pour assurer le transport des denrées et la prise en charge des frais afférents, les partenariats avec des plateformes numériques, la communication, la sensibilisation et la formation des commerçants, 2 ambassadeurs chargés de sensibiliser les commerçants et de coordonner la logistique que demandent les opérations de récupération des invendus alimentaires.

Le budget annuel de 100 000 € est réparti comme suit :
- 41 110 € : charges de personnel pour les 2 ambassadeurs
- 58 890 € : dons versés aux associations Les Princes de la rue et Croix Rouge, à hauteur de 38 890 € pour la première et 20 000 € pour la seconde.

Le candidat présente une offre complète pour la collecte et la redistribution des invendus, avec un engagement social affirmé.

III - Proposer des mesures solidaires en faveur du pouvoir d'achat des usagers des marchés

Le candidat prévoit la mise en œuvre d'une série de mesures concrètes et pérennes pour soutenir le pouvoir d'achat des usagers tout en valorisant les commerçants engagés.
Ces mesures viseront à rendre l'achat sur les marchés plus accessible à tous, à encourager les comportements responsables (anti-gaspillage, réemploi des contenants, produits de saison), à renforcer la fidélité des clients et la fréquentation des marchés, et enfin à valoriser l'image sociale et citoyenne des marchés parisiens. Concrètement, le candidat incitera les commerçants à formaliser une "heure solidaire" en fin de marché (ex : dernière demi-heure avant fermeture) durant laquelle des promotions seront proposées, un "panier essentiel" de moins de 10 euros, composé de produits locaux, de saison et à prix coûtant en fin de marché, afin de soutenir le pouvoir d'achat des usagers tout en valorisant les circuits courts et les produits de qualité.
Des ateliers anti-gaspi sont également prévus dans l'offre du candidat, à hauteur de 10 ateliers par an minimum, avec le chef Cyril Rouquet-Prevost. Le budget annuel de ces ateliers est de 12 500 € HT, intégré dans le budget communication.

Une nouvelle mesure sera d'installer et gérer 3 étagères solidaires sur 13 marchés du secteur, choisies pour leur fréquentation et la diversité de leur offre alimentaire. Ces présentoirs accueilleront les produits de fin de marché encore consommables, mis à disposition gratuitement par les commerçants volontaires. Des frigos solidaires pour les denrées périssables nécessitant du froid seront aussi envisagés. En fonctionnement, le coût de cette opération est mutualisé avec celui nécessaire pour la gestion des espaces de convivialité ; il est estimé à 217 581 € HT annuels et comprend la rémunération de trois

chauffeurs, trois agents, du carburant et des équipements individuels de protection. En investissement, les étagères solidaires sont chiffrées à 14 000 € HT pour l'ensemble de la délégation.

Le candidat répond aux attendus du cahier des charges.

IV - Assurer la propreté des marchés, participer à la collecte et respecter l'obligation de dé/montage des marchés

IV.1 - Propreté des marchés

Le candidat confirme qu'il contribuera à la propreté des marchés conformément au cahier des charges et aux exigences règlementaires. Il prévoit de responsabiliser les commerçants en distribuant un guide du commerçant éco responsable et en faisant signer à l'installation de chaque commerçant une charte "marché propre". Un contrôle sera effectué par le placier et les agents de propreté, un compte rendu sera fait dans l'application numérique MarketFlow, un système de sanctions est prévu.

Le candidat répond aux attentes du cahier des charges, la coordination nécessaire avec la DPE est soulignée.

IV.2 - Mission des délégataires en matière de présentation des déchets à la collecte et de nettoyage

Le candidat précise qu'il va matérialiser sur chaque marché des zones de regroupement dédiées au tri des différents flux, identifiées par une signalétique au sol et des panneaux de tri. Le placier contrôle la bonne utilisation de ces zones et signale les manquements dans l'application numérique. Le marquage est réalisé annuellement et renouvelé en cas d'usure. Chaque zone est géolocalisée, cartographiée et validée par la Ville de Paris.

L'offre du candidat est conforme aux attentes de la ville sur ce point.

IV.3 - Mise à disposition de bennes par les délégataires

Le candidat prévoit un dispositif de pré-collecte sélective des cartons. Ce dispositif vise à maintenir la salubrité du marché pendant la tenue, favoriser la valorisation matière des cartons et papiers et réduire la charge logistique et les volumes de déchets collectés en fin de marché par la Ville.
Deux bennes sont dédiées exclusivement à la collecte du carton déployées sur les marchés selon un planning hebdomadaire.

Pour la mise à disposition des bennes de collecte, le coût total estimé est de 108 410 euros. Ce montant comprend le carburant (23 700 euros) et la tournée de 2 chauffeurs bom (28h par semaine chacun) et 4 ripeurs (28h par semaine chacun) et d'une autre d'1 chauffeur bom (10h par semaine) et 2 ripeurs (10h par semaine chacun).

Le candidat propose sur ce point une offre conforme aux attentes de la ville.

IV.4 - Mise en place de compacteurs

Le candidat s'assure que les commerçants utilisent les compacteurs conformément aux consignes définies par la Ville de Paris. Il assure le balisage et la sécurisation de la zone du compacteur, la vérification du bon état du matériel avant et après usage, effectue un contrôle aléatoire du tri des déchets déposés (contrôles réalisés par l'ambassadeur du tri), et assure une remontée immédiate à la Direction de la propreté et de l'eau de tout dysfonctionnement. Une coordination quotidienne est prévue avec les services de propreté et le prestataire de maintenance.
Les commerçants seront sensibilisés aux consignes d'utilisation.

IV.5 - Montage, démontage, plan de prévention des risques et contrôles contradictoires

Le candidat assure les opérations de montage et démontage conformément aux exigences de la Ville de Paris. Pour les marchés du matin, le montage sera réalisé l'après-midi de la veille du marché et le démontage l'après-midi du jour du marché au plus tôt après le passage de la Ville. Pour les marchés du dimanche, le démontage complet sera réalisé le lundi matin. Les bâches seront roulées et sécurisées dès la fin de la tenue. Pour les marchés de l'après-midi, le montage sera effectué le matin même du jour du marché et le démontage au plus tôt à l'issue de la tenue du marché au plus tard le lendemain matin.
Le candidat prévoit une libération sans délai des emplacements pour permettre le nettoyage, une coordination avec la Ville sera mise en place dès le démarrage du contrat pour définir les modalités de coactivité.

Le candidat indique que les placiers seront présents jusqu'à la réalisation du contrôle contradictoire avec la Ville de Paris. Il assure la sécurisation des lieux (balisage, fermeture des coffrets électriques et bornes à eau, repli des câbles). Un plan de prévention sera mis en place avec la DPE dans les six mois suivant le démarrage du contrat et sera mis à jour annuellement. Le candidat s'engage à être présent lors des contrôles de sécurité, lors des constats contradictoires et lors des vérifications techniques. Un registre des opérations sera tenu pour chaque marché consignant les heures de montage et de démontage, les éventuels écarts, les remarques. Il sera transmis à la Ville de Paris chaque trimestre.

Le candidat prévoit des mesures conformes aux attentes de la ville en s'appuyant sur une collaboration étroite avec la DPE.

V - Proposer un programme de réduction des déchets et de tri (tri, valorisation des déchets, actions de sensibilisation, etc.)

V.1 - Réduction du volume de déchets

Le candidat confirme l'objectif de réduction de 30% des déchets et de 70% de valorisation ainsi que l'assurance d'un tri optimal par l'ensemble des commerçants sous un délai de trois ans.

Pour réduire les déchets de 30%, le candidat envisage plusieurs mesures : la diffusion d'un guide du tri, du zéro déchet et du commerçant éco-responsable, la création d'une charte "Marché propre" et la formation obligatoire des nouveaux commerçants ainsi que des placiers sur le tri.

Le candidat propose également la mise en place d'une "brigade du tri" avec 2 agents en charge de sensibiliser les commerçants. Le coût estimé est de 41 110 € HT annuels, mutualisé avec l'opération de collecte et redistribution des invendus. La « brigade du tri » fera deux passages par an minimum sur chaque marché pour des actions de sensibilisation collecte des commerçants au tri. En complément, une session par trimestre est organisée pour un suivi régulier.

Il souhaite la création du label "Marchand responsable" afin de valoriser les commerçants exemplaires, par le biais de signalétique et d'opérations de communication, notamment sur les réseaux sociaux.
Il assurera la création de zones de regroupement dédiées au tri en les matérialisant par un marquage au sol. Ce marquage sera effectué annuellement. La signalétique pour le regroupement des déchets est effectuée chaque année par 2 agents (0,05 ETP x2). Son coût est 3 613 euros.

Le candidat effectuera également la mise en place des bacs multi-matériaux, permettant le tri. La pose et dépose des bacs multi matériaux est estimée à 290 796 € HT par an, mutualisé avec la pose et dépose des bacs poissonniers. Ce coût comprend trois chauffeurs et trois agents.

Des animations à destination des usagers complètent ces mesures : mise en place d'un espace "réemploi et astuces" sur les grands marchés, organisation d'un week-end "Zéro déchet" par an sur un marché et d'une semaine anti-gaspillage en collaboration avec des associations locales, ou encore des ateliers de cuisine zéro déchet.

Le candidat développe un dispositif de sensibilisation des commerçants et des placiers conforme au cahier des charges.

V.2 - Contribution incitative au traitement des déchets

Le candidat a compris le mécanisme de la contribution annuelle calculée en fonction du volume réel de déchets collectés par la Direction de la Propreté et de l'Eau. Le calcul repose sur une tarification différenciée selon les flux (biodéchets, multimatériaux, ordures ménagères résiduelles), de manière à valoriser le tri et à renchérir le coût des déchets non triés.
Les projections annoncées par le candidat sont cohérentes.

V.3 - Participation des délégataires au tri des biodéchets

Le candidat s'engage à mettre à disposition, installer et retirer quotidiennement les bacs dédiés au tri des biodéchets et à élaborer avec la Ville pour chaque marché un plan de répartition des bacs. Le candidat s'engage à reprendre les bacs après chaque tenue, assurer leur lavage quotidien et leur désinfection hebdomadaire et d'assurer leur stockage sécurisé entre deux marchés.
Quatre campagnes annuelles de communication à destination des commerçants seront faites et l'ensemble des placiers seront formés à la règlementation en matière de tri. Tout nouveau commerçant recevra un kit d'accueil « Zéro déchet ». Un système de contrôle et de signalement des manquements au tri sera mis en place (registre numérique). Un rapport complet sera transmis chaque mois à la Ville comprenant les anomalies constatées et les actions correctives mises en place.

Pour la pose et la dépose des bacs biodéchets, le coût total estimé est de 202 176 euros. Ce montant comprend le carburant (30 278 euros), le coût de remplacement de bacs (2 360

euros), l'emploi de 2 chauffeurs (35h par semaine chacun) et 2 agents (35 h par semaine chacun).
2 camions plateau sont prévus.

La proposition est conforme aux attentes sur ce point.

V.4 - Mise en place de bacs pour d'autres types de déchets

Le candidat déploie à chaque tenue de marché les bacs nécessaires pour les déchets poissonniers ainsi que les bacs jaunes dédiés aux petits emballages et aux flux multi-matériaux. Un transport optimisé du matériel par empilement des bacs et adaptation de la flotte est prévu pour réduire les trajets et assurer une efficacité logistique.

Pour la pose et la dépose des bacs poissonniers et multimatériaux, le coût total estimé est de 290 796 euros. Ce montant comprend le carburant (30 278 euros), le coût de remplacement de bacs (7 960 euros) et l'emploi de 3 chauffeurs (35h par semaine chacun) et 3 agents (35 h par semaine chacun).
3 camions plateau 7T sont prévus.

La proposition est conforme aux attentes sur ce point.

V.5 - Valorisation et réemploi des cagettes (hors carton)

Le Groupe Bensidoun propose la mise en place d'un dispositif structuré de valorisation et de réemploi des cagettes en bois, reposant sur des partenariats avec des acteurs spécialisés de l'économie sociale et solidaire, du réemploi et de l'insertion. Dès le démarrage de la délégation, des conventions seraient conclues afin d'assurer une mise en œuvre rapide du dispositif.

Le système prévoit une collecte ciblée en fin de marché, organisée autour de points de collecte identifiés, ainsi qu'un tri des cagettes (réemployables, réparables ou à valoriser). Les cagettes réutilisables seraient réparées et remises en circulation, tandis que les autres seraient orientées vers des filières de valorisation matière (panneaux de particules, compostage). Plusieurs opérateurs ont d'ores et déjà été identifiés (Lemon Tri, La Bonne Collecte, CHICI).

Un diagnostic initial, réalisé sur 2 à 3 semaines en lien avec le SIEL, permettrait de quantifier les volumes et de caractériser les types de bois afin d'adapter la filière. Le dispositif s'accompagne d'actions de sensibilisation des commerçants et du public (signalétique, information, mobilisation des principaux utilisateurs, intervention de la brigade de tri).

Aucun budget spécifique n'est dédié à cette action, le modèle reposant sur l'équilibre économique des opérateurs via la revente ou la valorisation des cagettes. Un budget global de communication de 15 000 € intègre des actions de sensibilisation au réemploi.

La proposition est structurée et opérationnelle, avec une mise en œuvre rapide et des partenaires déjà identifiés. Le dispositif est cohérent et s'inscrit dans une logique de filière, même si les modalités précises de déploiement et de suivi restent peu détaillées.

VI - Proposer un programme d'entretien, de réparation et de renouvellement du matériel de tentes-abris

VI.1 - L'entretien, la réparation et le renouvellement du matériel

Concernant la maintenance courante des bâches et structures, il prévoit d'affecter 2 agents d'entretien et de nettoyage pour un montant annuel de 60 116 € HT/an. Les bâches seront lessivées toutes les semaines en centre de lavage haute pression avec des produits biodégradable non abrasif, ou immédiatement en cas de salissures visibles. Les structures seront nettoyées à l'eau clair et dégraissées si nécessaires.

Le candidat prévoit également un budget annuel de 56 250 € HT pour remplacer 225 stands complets (structures métalliques et bâches) par an soit 15 % pour pallier les dégradations, vol et usures prématurées.

Le coût de maintenance des structures et bâches est donc estimé à 116 366 € HT/an, ce montant apparait bien dans son compte d'exploitation.

Le candidat a expliqué en complément que le renouvellement d'un stand complet est estimé à 250 € HT par stand alors que le coût d'une bâche neuve seule logotée ou non est supérieur car le renouvellement d'un stand complet est partiel, seuls les éléments usagés sont remplacés. 250 € HT constitue donc une moyenne et non un renouvellement complet à neuf, il concerne essentiellement les pièces des structures barnums et non les bâches.

Le candidat indique que dé/montage du matériel sera effectué avec 8 camions super-lourds (porteur long), 2 porteurs courts pouvant effectuer 7 tournées avec 16 chauffeurs, 20 monteurs, 8 remplaçants d'astreintes. Il propose un investissement sur deux camions porteurs courts 14 tonnes adaptés pour un montant total de 211 800 € HT amortis sur la délégation (35 300 € HT/an). L'entretien des véhicules apparait dans les autres charges de fonctionnement et est évalué à 87 995 € HT/an.

Le candidat indique que les douilles seront vérifiées toutes les semaines, qu'il prendra à sa charge exclusive le remplacement immédiat de toutes les douilles d'ancrage cassées ou manquantes et qu'il n'apportera aucune modification sans accord de la Ville. Il maintient un stock tampon pour permettre une intervention rapide et garantir leur remplacement en cas de casse, d'usure ou de travaux. Il prévoit un budget de 5 000,00 € HT/an dans son compte d'exploitation pour la maintenance des douilles et 7 500 HT € les 6 premier mois, il devra expliquer cette particularité.

Le candidat garantit la fourniture et pose des douilles dans les règles de l'art.

Le candidat indique également qu'il prendra à sa charge tout marquage au sol nécessaire à la bonne exploitation du marché. Il sera conçu pour être visible et durable et régulièrement entretenu et réalisé avec une peinture écologique garantissant une résistance aux intempéries.

VI.2 - Budget affecté à l'entretien, la réparation et le renouvellement du matériel

Le candidat a estimé le nombre de bâches de couverture nécessaires à la bonne exploitation des marchés du Lot B à 1 500 (1 050 bâches logotées + 450 bâches non logotées) conformes au cahier des charges. Compte tenu que le linéaire hebdomadaire maximum monté sur ces marchés est atteint les Jeudis après-midi avec 5 548 Mètres linéaires de structures montées

sur le Lot B, il estime le nombre de bâches minimum nécessaire à 1 387. Avec 1 500 bâches proposées, il permet d'avoir un stock suffisant avec une marge de plus de 8 %.

Il prévoit donc un renouvellement des bâches logotées en investissement pour un montant de 300 000 € HT soit 50 000 € HT/an et 135 000 € HT pour les bâches non logotées soit 22 500 € HT/an soit un total de 435 000 €. Son offre est de 285,71 € HT par bâche Logotée et 300 € HT par bâche non logotée.

Le candidat a confirmé qu'un stock de 1 500 bâches est suffisant pour exploiter l'ensemble du lot B.

Le candidat prévoit donc un investissement total de 435 000 € HT au renouvellement des bâches amorties sur 6 ans soit 72 500 € HT/an.

VII - Proposer une intervention efficace pour les moyens d'exploitation

VII.1 - Equipements mis à disposition par la Ville de Paris

Le candidat a fourni un projet de contrat d'entretien préventif des installations électriques avec la Société ENTRA basé sur un montant total estimatif annuel de 116 177 € HT, il comprend les visites de maintenance préventive annuelle pour 74 098 € HT et un budget de maintenance curative annuelle estimé à 42 679 € HT de l'ensemble des installations électriques du lot. Le candidat en complément a budgété le curage des fonds de cuves des bornes escamotables enterrées ainsi que leur réseau d'évacuation des eaux de pluie associé pour 52 706,00 HT/an € effectué par la société ENTRA pour être conforme au cahier des charges. Il prévoit deux visites préventives annuelles des installations de tous les marchés du lot et le candidat précise que la recherche et la réparation de défauts de câbles enterrés sont bien incluses dans la maintenance curative.

Conformément au cahier des charges, ce projet de contrat comprend les dépannages en urgence 7 jours sur 7, 24 heures sur 24 dans un délai d'une heure avec astreinte permanente. Le candidat a fourni les références et qualifications de l'entreprise ENTRA en justificatif. Elle possède la certification Qualifelec ME4-TN4 suffisante, le personnel habilité et les compétences nécessaires.

Les visites de contrôle annuelles des installations par un organisme agréé ont bien été pris en compte à hauteur de 7 985 € HT/an, un projet de contrat de la société DEKRA a bien été fourni en annexe pour justifier ce montant. Le budget de levée des réserves est estimé à 9 000 €/an, il est inclus dans le budget de maintenance curative.

L'ensemble de ces montants se retrouve dans son compte d'exploitation pour un budget entretien et maintenance global de 169 483 € HT/an avec des prestations conformes au cahier des charges.

Le candidat précise qu'il mettra en place un registre de maintenance numérique et transmettra les rapports tous les 6 mois à la Ville de Paris. Un bilan énergétique et technique consolidé sera intégré au rapport annuel sans plus de précisions.

Le candidat indique qu'il facilitera l'accès à l'électricité aux organisateurs d'événements sans toutefois préciser la forme, le périmètre ainsi que les conditions de mise à disposition.

VII.2 - Utilisation et entretien des bornes d'eau potable

Le candidat s'engage à ce que chaque marché du lot possède un nombre suffisant de bornes d'eau fonctionnelles. Il prévoit un nettoyage et une désinfection des nourrices, une gestion du stock et leur remplacement si besoin. Il indique que le placier s'assurera que les commerçants utilisent des tuyaux réglementaires conformes et signalera tout dysfonctionnement notamment à Eau de Paris. Il centralisera le suivi dans un registre « eau potable de marché ».

VIII - Mettre en œuvre une politique d'animation et de communication des marchés

VIII.1 - Communication

Le Groupe Bensidoun propose une stratégie de communication globale visant à renforcer l'attractivité et la fréquentation des marchés, tout en valorisant les commerçants, les produits et l'image des « Marchés de Paris », dans le respect de la charte graphique de la Ville et avec validation préalable des contenus.

Le dispositif repose principalement sur une communication digitale structurée. Le candidat prévoit l'animation de plusieurs réseaux sociaux (Facebook, Instagram, TikTok, X, LinkedIn) avec une fréquence minimale de 7 publications par semaine. Les contenus seraient répartis entre formats visuels (60 %), éditoriaux (30 %) et pédagogiques (10 %), avec un objectif de +20 % d'engagement annuel. Ils visent à valoriser les commerçants, les produits, les circuits courts et les actions en matière de développement durable.

La stratégie éditoriale s'articule autour de thématiques variées : recettes, anti-gaspillage, portraits de commerçants, valorisation des savoir-faire et éducation à l'alimentation. Elle vise également à attirer de nouveaux publics, notamment les 18-35 ans, et à renforcer l'expérience client.

En complément, une communication institutionnelle est prévue (relations presse, médias spécialisés, relais via les mairies, contenus pour les supports de la Ville). Le dispositif intègre aussi la production de supports visuels (affiches, flyers, signalétique) renouvelés selon les saisons et priorités.

La proposition conforme aux attentes du DCE, avec une stratégie digitale détaillée et des actions diversifiées.

VIII.2 - Animations

Le Groupe Bensidoun propose une stratégie d'animation annuelle reposant sur la valorisation et la sensibilisation.

Le programme s'articule autour de quatre temps forts : « La soupe des chefs » (lutte contre le gaspillage), « la Semaine du goût » (démonstrations culinaires), « les Produits stars de l'été » (mise en avant de produits de saison) et les « ateliers anti-gaspi » (consommation responsable). Ces animations créent des temps de convivialité, valorisent les commerçants et renforcent le lien avec les usagers.

Ces dispositifs contribuent à dynamiser les marchés avec des contenus pédagogiques, festifs et accessibles.

En complément, une programmation spécifique est prévue pour la « Fête des marchés » (animations ludiques, paniers garnis et solidaires, animations musicales, dispositif Baz'n Camp).

Le candidat fait le choix de concentrer ces actions sur 22 marchés afin d'en maximiser l'impact et la visibilité. Les animations ont vocation à tourner progressivement sur l'ensemble des marchés.

La proposition est riche et cohérente, combinant dimensions pédagogique, festive et commerciale. Le choix de concentration est pertinent, même s'il limite le nombre de marchés concernés à court terme.

VIII.3 - Budget et moyens humains affectés à la politique de promotion des marchés

a) Budget

Budget global annuel (hors Fête des marchés) : 125 000 € HT

Communication : 52 000 €
- Communication digitale : 18 000 €
- Communication institutionnelle : 26 000 €
- Supports visuels : 8 000 €

Animation : 73 000 €
- « Soupe des chefs et défi des saveurs » : 23 000 €
- « Semaine du goût » : 22 500 €
- « Produits stars de l'été » : 15 000 €
- Ateliers anti-gaspi : 12 500 €

Fête des marchés : 50 000 €

Le budget conforme aux attentes du DCE. À noter toutefois l'absence d'enveloppe dédiée à des animations complémentaires à la demande de la Ville, ce qui limite la souplesse du dispositif.

b) Moyens humains

L'équipe dédiée se compose de trois profils :
- Une responsable communication/animation (40 % de son temps), chargée du pilotage et de la coordination ;
- Un community manager (100 %), en charge des contenus et des réseaux sociaux ;
- Le directeur opérationnel (1 %), assurant un rôle d'interface.

Le dispositif est complété par un appui ponctuel d'alternants lors des temps forts.

L'équipe est structurée mais apparaît très limitée au regard du périmètre à couvrir, ce qui interroge sur la capacité à déployer efficacement l'ensemble des actions prévues.

IX - Promouvoir des services en faveur de la clientèle

IX.1 - Livraisons à domicile pour les seniors ou personnes à mobilité réduite

Le candidat propose un service de livraison à domicile à destination des seniors, des personnes à mobilité réduite et des publics empêchés, en partenariat avec la Croix-Rouge Appro 77. Le dispositif est déployé sur trois marchés, les vendredis, samedis et dimanches, et permet soit le dépôt des courses sur un point dédié, soit la commande directe auprès des commerçants volontaires.

Les livraisons sont assurées de 14h à 16h dans un périmètre d'environ 1 km autour du marché, avec un volume estimé de 5 à 10 livraisons par tenue. Le candidat prévoit la mise à disposition d'un véhicule utilitaire réfrigéré, représentant un coût de 7 000 € par an, afin d'assurer les conditions logistiques du service.

La proposition est conforme au DCE. À noter que le candidat ne prévoit pas, à ce stade, d'extension du service au-delà de trois marchés, ce qui pourra constituer un point d'attention en cas de succès. Par ailleurs, le périmètre de livraison (1 km) apparaît relativement restreint, ce qui pourrait limiter la portée du dispositif.

IX.2 - Espaces de convivialité

Le Groupe Bensidoun propose l'installation d'espaces de convivialité sur 13 marchés, afin de renforcer l'attractivité et la qualité d'accueil. Ces espaces, en accès libre, seront équipés de mobilier (tables, chaises, éclairage, signalétique) et pourront accueillir ponctuellement des animations ou associations.

Le dispositif repose sur une organisation mutualisée (3 véhicules, agents dédiés à l'installation/repli). Le coût est estimé à environ 17 000 € par espace et par an, soit un total de 217 000 € annuels. À cela s'ajoute un investissement initial en mobilier d'environ 35 283 € HT sur la durée de la délégation.

La proposition est structurée et pertinente, avec un dispositif opérationnel. Le candidat se positionne au-dessus des attentes du DCE en proposant 13 espaces (contre 10 attendus), ce qui constitue un point positif.

IX.3 - Accueil sur les places de volant

Le candidat propose d'ouvrir les places de volants à des acteurs locaux (associations, artisans, acteurs du développement durable, réparateurs), via une planification et une coordination centralisée. Le dispositif repose sur des occupations ponctuelles, facilitées par les placiers et accompagnées d'une communication dédiée. Une phase pilote sur quelques marchés est prévue avant un éventuel déploiement élargi. Le candidat propose également d'accueillir ponctuellement des commerçants de toute la France pour valoriser leurs produits.

La proposition est pertinente et conforme au DCE, avec une ouverture intéressante à des acteurs variés et une approche progressive via une phase pilote.

C - Personnels affectés aux marchés découverts alimentaires et biologiques

Afin d'assurer les missions de gestion des marchés découverts du secteur B, le candidat met à disposition les effectifs suivants (62,25 ETP) : 10,17 placiers à temps plein, 16 monteurs chauffeurs, 19,71 monteurs, 7,62 monteurs remplaçants, 8,75 ETP dans l'équipe administrative. L'ensemble de ce personnel est employé par la société Groupe BENSIDOUN.

Le candidat précise que 1,29 placiers ETP seront dépêchés de la SEMACO pour faire les remplacements des placiers.

Critère 2 : LES CONDITIONS FINANCIERES DE L'OFFRE

I. Redevance

Le candidat propose une redevance forfaitaire de 5 000€ par an (très inférieure aux 100 K€ / an de son offre initiale). Par ailleurs, il propose désormais une indexation de la redevance forfaitaire basée sur un panier de 3 indices pondérés : 30% sur l'IPC (prix à la conso) + 50% sur l'ICT (coût du travail) + 20% sur l'IPPS (Prix de Prod des Services). Ce panier proposé est cohérent au regard de sa structure de charges.

Le candidat, qui proposait en offre initiale une redevance variable égale à 0,5% de la tranche du CA HT supérieure à 7,6 M€ si le CA est supérieur à 7,6 M€ et de 1% sur la tranche du CA HT supérieure à 8 M€ si le CA est supérieur à 8 M€ propose désormais un taux unique de 0,5% pour la tranche du CA HT supérieure à 7,5 M€, comme pour le lot A.

Sur la durée du contrat (6 ans), et sur la base des projections de chiffres d'affaires du candidat, le montant total de redevance versé à la Ville est estimé à 129 K€ en euros courants, dont 32 K€ de redevance forfaitaire.

La part de redevance forfaitaire représente ainsi 24,6% de la projection de redevance totale, ce qui est très peu sécurisant pour la Ville. En valeur absolue, le montant de la redevance forfaitaire est d'un niveau très faible. Le taux de redevance moyen sur chiffre d'affaires sur le contrat ressort à 0,3%, ce qui est très faible et ne permet pas à la Ville d'être associée raisonnablement aux résultats de la concession.

II. Investissements de la délégation

Le candidat prévoit un montant d'investissement total de 1 119 K€ (en très légère hausse par rapport à l'offre initiale) sur la durée du contrat, avec un programme d'investissement réalisé intégralement en année 1.

Les investissements sont ventilés de la manière suivante :

- 568 K€ pour le programme d'investissements imposés par la Ville dont les principaux postes sont le renouvellement des bâches avec logo, le renouvellement d'autres bâches et deux bennes de collecte ;
- 551 K€ d'autres investissements dont deux porteurs de 14 tonnes, trois fourgons, deux camions de 7 tonnes et de nouvelles plaques d'identification des commerçants.

III. Compte d'exploitation prévisionnel

Sur la durée de la concession, le chiffre d'affaires (CA) estimé par le candidat est inchangé par rapport à l'offre initiale et s'établit au total à près de 39,4 M€ en euros constants sur les 6 années de contrat, la seule différence émanant de la prise en compte d'un manque à gagner relatif à la gratuité des premières semaines pour les nouveaux entrants.

Les hypothèses de recettes du candidat étaient déjà cohérentes avec son projet d'exploitation en offre initiale et le demeurent, d'autant que le candidat a apporté des justifications dans son mémoire financier.

Sur la durée de la concession, les charges d'exploitation (hors dotations aux amortissements, charges financières et redevances) estimées par le candidat s'établissent au total à 39,35 M€ en euros constants (très proches de l'offre initiale).

Le candidat n'a pas modifié ses hypothèses en termes de nombre d'ETP, de salaires bruts ni de taux de charges sociales patronales. Ses hypothèses, restent ainsi globalement cohérentes, même si le nombre de placiers semble un peu sous-estimé. Le candidat confirme qu'il a inséré d'autres charges de personnel au sein d'autres postes de charges (entretien maintenance, propreté), de manière à obtenir des produits et des charges analytiques, et à simplifier l'analyse par poste de coûts. Cette méthode est cohérente et les charges de personnel globales prévues par le candidat sont cohérentes et réalistes.

Le candidat prévoit toujours un budget de 705 K€ par an en propreté et développement durable comprenant la pose, la dépose et le nettoyage des 145 bacs poissonniers et multi-matériaux et des 106 bacs biodéchets. Le candidat a précisé les sous rubriques de charges dans son offre qui semblent toujours un peu élevées en valeur absolue mais deviennent cohérentes lorsqu'on les ramène au nombre important de bacs poissonniers qu'il compte utiliser pour que les marchés demeurent propres.

Le candidat prévoit 586 K€ par an d'entretien, maintenance et fluides, faisant ressortir pour chaque poste des montants cohérents avec ceux actuellement payés. Le cout d'entretien des installions électriques a été légèrement revu à la hausse que le candidat justifie par la mise en place d'un curage, qui n'avait pas été prévu en offre initiale et qui est sécurisant pour la Ville.

En termes d'animation et de communication, le candidat n'a pas modifié ses hypothèses (qui semblent toujours un peu élevées mais qu'il a su, en partie, justifier lors des phases de négociations) et a ajouté 140 K€ (répartis en années 2 et 3) pour la redynamisation des marchés et qui n'étaient pas prévus en offre initiale. Cet ajout respecte la volonté de la Ville de dynamiser ses marchés.

Concernant la contribution déchets, le candidat a corrigé les erreurs relevées par les services de la Ville et respecte les prérogatives imposées au DCE.

Enfin, les autres charges d'exploitation, pour un montant de 779 K€ n'ont pas été modifiées et le candidat a précisé dans son mémoire financier la répartition des frais de siège entre les différents postes et fonctions. Ces frais de siège, modélisés à 6% du CA, demeurent dans la fourchette haute des taux généralement constatés sur ce secteur d'activité (4 à 6%).

Le candidat modélise des dotations aux amortissements pour un total de 1 119 K€, ce qui est cohérent avec le montant d'investissements prévus par le candidat.

IV. Rentabilité et emprunts financiers

Le candidat prévoit des intérêts financiers d'un montant total de 168 K€ sur la durée du contrat. Sur la base du plan de financement envisagé par le candidat, ce montant d'intérêts, lié à la rémunération de l'emprunt bancaire, est cohérent.

Au global, en termes de rentabilité, le plan d'affaires du candidat fait ressortir une marge nette de 2,1% sur la durée du contrat (en € courants), niveau cohérent pour une activité d'exploitation de marchés alimentaires.

Le candidat détaille dans son offre le plan de financement de son projet. Le montant total des besoins de financement s'élève à 1 M€ alors que les investissements dépassent ce besoin sur la durée du contrat (1 119 K€).

Le candidat indique que ses besoins de financement seront financés par un emprunt bancaire d'un montant de 1 M€, rémunéré à un taux d'intérêt annuel de 4,11% / an et remboursé sur la durée du contrat. Alors que le candidat ne fournissait aucun document bancaire à l'appui de son plan de financement, il fournit désormais une lettre d'intérêt de la part de la BRED pour le financement envisagé. Il a précisé lors des phases de négociations que le solde sera financé par des fonds propres non rémunérés et a, par ailleurs, fourni une lettre d'engagement de la maison-mère, le Groupe Bensidoun, pour la mise à disposition de ses moyens financiers, en indiquant précisément que les investissements seront couverts par cet engagement. Le plan de financement est très sécurisant pour la Ville.

Pour la garantie demandée par la Ville relative au paiement des redevances et pénalités dues, le candidat précise désormais qu'il aura recours à une garantie maison-mère à hauteur de 5 K€, soit le montant de redevance forfaitaire qu'il propose et fournit une lettre d'engagement signée de la maison-mère allant en ce sens. Une telle garantie maison-mère ne répond pas entièrement aux demandes formulées par la Ville mais demeure relativement sécurisante.

Enfin, le candidat fournit une lettre d'engagement signée de la société-mère pour la mise à disposition de ses moyens humains, techniques et financiers pour l'exécution du contrat, sécurisante pour la Ville.

TITRE IV - CONCLUSIONS ET PROPOSITION D'ATTRIBUTION

1. Pour le lot 1 (secteur A)

A. Le candidat n°1 : la société Groupe BENSIDOUN

1/ Concernant la qualité du service et les actions envisagées pour la valorisation des marchés

La société Groupe BENSIDOUN apporte de manière générale des réponses adaptées aux exigences du cahier des charges, notamment concernant la gestion des commerçants, les missions de propreté et également la maintenance des équipements.

Au cours des séances de négociation, le candidat a précisé les moyens mis en œuvre pour la redynamisation des marchés en difficulté, la répartition du budget pour la collecte des invendus, la planification des campagnes de sensibilisation au tri, le budget alloué pour l'expérimentation de la valorisation des cagettes, le détail du renouvellement du matériel bâches et structures et le budget pour le fonctionnement des espaces de convivialité.

Les projections pour la contribution incitative au traitement des déchets sont cohérentes.

Sur le critère de la qualité de service, l'offre initiale de la société Groupe BENSIDOUN est jugée satisfaisante.

2/ Concernant les conditions financières de la délégation

Le mécanisme de redevance proposé par le candidat repose sur une redevance forfaitaire d'un montant raisonnable et d'un taux de redevance variable faible. Cette proposition

génère une baisse de redevance par rapport au contrat actuel qui est cohérente au regard des investissements prévus et de l'évolution des conditions d'exploitation induite par les nouveaux services attendus du futur délégataire.

Les projections de recettes et charges sont bien justifiées et cohérentes avec le projet d'exploitation du candidat. Par ailleurs, la rentabilité attendue par le candidat est contenue et cohérente avec la moyenne des ratios du secteur. En termes de financement, le candidat a crédibilisé et sécurisé son plan de financement par une lettre d'intérêt bancaire ainsi qu'une lettre d'engagement de la maison-mère à financer les investissements. En termes de garantie, le candidat remet une garantie maison-mère pour le paiement de la redevance qui demeure relativement sécurisante pour la Ville bien que ne répondant pas complètement à ses attentes. Enfin, il fournit une lettre d'engagement de sa maison-mère pour la mise à disposition de ses moyens humains, techniques et financiers pour l'exécution du contrat qui répond aux attentes de la Ville.

Ainsi, sur le critère financier, l'offre du candidat est jugée satisfaisante.

B. Le candidat n°2 : la société Groupe DADOUN Père et Fils

1/ Concernant la qualité du service et les actions envisagées pour la valorisation des marchés

La société Groupe DADOUN Père et Fils a globalement une bonne compréhension des missions classiques du futur délégataire.

Au fur et à mesure des négociations, le candidat a réussi à corriger les erreurs d'interprétation du cahier des charges en proposant une offre finale régulière.

Le candidat a redimensionné les différents budgets alloués et a précisé les moyens concrets mis en œuvre pour la redynamisation des marchés en difficulté, le programme de développement des producteurs sur les marchés et les services en faveur de la clientèle.

Les montants des projections pour la contribution incitative au traitement des déchets sont cohérents.

Sur le critère de la qualité de service, l'offre initiale de la société Groupe DADOUN Père et Fils est jugée satisfaisante.

2/ Concernant les conditions financières de la délégation

Le montant de la redevance forfaitaire demeure d'un montant très faible et sa part dans la redevance totale projetée est très peu sécurisante pour la Ville. Le mécanisme de redevance variable proposé repose sur un taux unique faible de 0,05% du CA complété par une redevance variable applicable au cas où les recettes abonnés et volants dépasseraient les prévisions ce qui n'est pas très satisfaisant.

Le candidat a détaillé ses hypothèses de construction des produits et celles-ci sont globalement cohérentes avec le projet d'exploitation (à l'exception des taux de croissance des droits de place pour les abonnés qui diffèrent légèrement de l'augmentation de 3,8% / an mentionnée au cahier des charges). Les charges demeurent globalement cohérentes et le candidat a justifié ses hypothèses dans son mémoire financier. Néanmoins, certains postes de charges demeurent un peu élevés, sans justifications de la part du candidat. La rentabilité attendue par le candidat est dans le haut de la fourchette des ratios observés sur ce secteur d'activité. En termes de financement, le candidat a précisé qu'il financerait les

investissements par fonds propres et a produit une lettre d'engagement de la maison-mère allant en ce sens et sécurisante pour la Ville. Concernant la garantie relative au paiement des redevances et pénalités dues, le candidat fournit une lettre de la BRED dont le montant garanti est cohérent avec sa proposition de redevance forfaitaire et qui est donc sécurisante. Enfin, il fournit une lettre d'engagement signée de sa maison-mère pour la mise à disposition de ses moyens humains, techniques et financiers pour l'exécution du contrat. Ces lettres sont sécurisantes pour la Ville.

Ainsi, sur le critère financier, l'offre initiale du candidat est jugée très peu satisfaisante.

2. **Pour le lot 2 (secteur B)**

Au terme du troisième tour de négociation, la société Groupe DADOUN n'a pas remis d'offre finale pour le lot 2.

Le candidat unique : la société Groupe BENSIDOUN

1/ Concernant la qualité du service et les actions envisagées pour la valorisation des marchés

La société Groupe BENSIDOUN propose une offre en adéquation avec les attentes de la Ville, notamment concernant la réduction des déchets, les objectifs de développement durable et les missions de propreté.

À la suite des négociations, le candidat a précisé les moyens concrets mis en œuvre pour la redynamisation des marchés en difficulté, la répartition du budget pour la collecte des invendus, la planification des campagnes de sensibilisation au tri, le budget alloué pour l'expérimentation de la valorisation des cagettes et le budget pour le fonctionnement des espaces de convivialité.

Les montants des projections pour la contribution incitative au traitement des déchets sont cohérents.

Sur le critère de la qualité de service, l'offre de la société Groupe BENSIDOUN est jugée satisfaisante.

2/ Concernant les conditions financières de la délégation

Le mécanisme de redevance proposé par le candidat repose sur une redevance forfaitaire d'un montant faible et d'un taux de redevance variable faible. Cette proposition génère une baisse de redevance par rapport au contrat actuel est cohérente au regard des investissements prévus et de l'évolution des conditions d'exploitation induite par les nouveaux services attendus du futur délégataire.

Les projections de recettes et charges sont bien justifiées et cohérentes avec le projet d'exploitation du candidat. Par ailleurs, la rentabilité attendue par le candidat est contenue et cohérente avec la moyenne des ratios du secteur. En termes de financement, le candidat a crédibilisé et sécurisé son plan de financement par une lettre d'intérêt bancaire ainsi qu'une lettre d'engagement de la maison-mère à financer les investissements. En termes de garantie, le candidat remet une garantie maison-mère pour le paiement de la redevance qui demeure relativement sécurisante pour la Ville bien que ne répondant pas complètement à ses attentes. Enfin, il fournit une lettre d'engagement de sa maison-mère pour la mise à

disposition de ses moyens humains, techniques et financiers pour l'exécution du contrat qui répond aux attentes de la Ville.

Ainsi, sur le critère financier, l'offre initiale du candidat est jugée satisfaisant.

Proposition d'attribution

Pour rappel, l'article 4 du règlement de consultation du DCE dispose qu'un seul lot pourra être attribué par délégataire.

En tenant compte de cette disposition et dans le souci de garantir l'exécution du service public pour la collectivité parisienne dans des conditions satisfaisantes, il est proposé d'attribuer

- à la société Groupe BENSIDOUN, candidat unique, le lot 2 (secteur B),
- à la société Groupe DADOUN Père et fils, le lot 1 (secteur A).

Dominique FRENTZ
Directeur de l'attractivité et de l'emploi