

# RÉPONSES AUX QUESTIONS

DÉLÉGATION DE SERVICE PUBLIC POUR LA GESTION DES MARCHÉS D'APPROVISIONNEMENT DE PLEIN AIR  
DE LA VILLE DE SAINT-MAUR-DES-FOSSÉS

PHASE DE NÉGOCIATION

19.04.2024

DOCUMENT NON COMMUNICABLE  
CONTENU COUVERT PAR LE SECRET DES AFFAIRES





**COMMERCE**

**Question 1 :** Dans le cadre de la mise à disposition d'un stand pour les acteurs locaux ou associations, pouvez-vous détailler les conditions d'exploitation de ce stand, à savoir :

### 1. La sélection des demandes

- Toutes les demandes d'emplacement seront soumises à une validation administrative qui sera effectuée chez le délégataire
- Dans un 2ème temps seront analysés et priorisés les demandes, après envoi à la Ville pour validation
- Nous espérons pouvoir programmer ces demandes au semestre de façon à créer des "rendez-vous" périodiques

### 2. La temporalité, la récurrence

- 1 Semaine = 2 tenues = 1 Marché = 1 Association
- La présence de ces acteurs et leur récurrence va beaucoup varier en fonction de la nature de l'association
- Nous sommes prêts à accueillir sur 1 même marché la même association plusieurs fois par an

### 3. Le choix du marché

- En fonction du rayon d'action des acteurs locaux, nous les orienterons vers tel ou tel marché
- Les 6 marchés découverts de la Ville peuvent être l'objet d'une opération de ce type
- Nous orienterons les associations vers le marché/ la tenue de marché qui sera le plus en adéquation avec leurs besoins

### 4. La communication

- Il est nécessaire de prévenir la venue de ces acteurs locaux sur les réseaux de la Ville, mais également de relayer leurs publications sur @lesmarchésdeSaintMaur
- Il faut faire de la présence de ces acteurs un événement, ou au moins une actualité, qui doit être relayé et qui devienne récurrente, de façon à ce que les Saint-Mauriens s'y habituent.

**Question 2 :** Veuillez détailler l'identité commerciale de chaque marché

Marchés	Thématique dominante	Spécificité produits	Positionnement Prix	Répartition Alimentaire/ Non alimentaire	Horaires de marché	Promotion
<b>Vieux Saint-Maur</b>	Marché de Quartier	Tous commerces alimentaires	€€-€€€	95%/5%	Mercredi matin/ Samedi matin	Marché de bons produits à des prix raisonnables
<b>Champignol</b>	Marché de quartier	Tous commerces alimentaires	€€-€€€	95%/ 5%	Mercredi matin/ Samedi matin	Marché de quartier/ Sortie de RER
<b>Le Parc</b>	Authenticité & Diversité	Tous commerces alimentaires. Produits de Qualité à tous les prix	€€-€€€€	85%/15%	Mardi matin/ Vendredi matin	Marché des bons produits à des prix raisonnables
<b>Diderot</b>	Marché traditionnel de qualité	Produits frais qualitatif et de tradition	€€€-€€€€	100%	Jeudi matin/ Dimanche matin	Marché ambiance Village provençal
<b>Les Mûriers</b>	Marché de quartier/ Proximité de l'école	Produits frais essentiels	€€-€€€	100%	Mardi matin/ Vendredi matin	Marché de quartier à prix raisonnable
<b>La Pie</b>	Marché Bio	Bio/ Circuit Court/ Producteur	€€€	100%	Dimanche Matin	Marché de Destination. Promotion digitale via du contenu sur les commerçants



## STRATÉGIE COMMERCIALE

### MARCHÉ DU PARC

**« Un marché alimentaire riche et complet, attirant une clientèle fidèle en quête d'authenticité »**

- Typologie et qualité de produits recherchés
- Catégorie de commerçants
- Fréquence
- Horaires
- Ambiance
- Offres de produits non-alimentaires

Haute Qualité & Diversité  
Tous commerces alimentaires  
2 fois par semaine  
8h-13h  
Esprit Village authentique  
15% (textiles, bijoux, artisanat,...)



## STRATÉGIE COMMERCIALE

### MARCHÉS DIDEROT & VIEUX SAINT-MAUR

**« Des marchés de quartier, riches par leur offre et satisfaisant la diversité des besoins alimentaires de chacun des riverains usagers »**

- |   |   |
|---|---|
| • Typologie et qualité de produits recherchés | Produits frais de belle qualité, mais également à des prix + accessible   |
| • Catégorie de commerçants                    | Tous commerces alimentaires   |
| • Fréquence                                   | 2 fois par semaine  |
| • Horaires                                    | 8h-13h  |
| • Ambiance                                    | Authenticité des commerces  |
| • Offres de produits non-alimentaires         | 5%  |
| • Innovation                                  | Remplacement/ Succession des commerces cédants à des produits à + f valeur ajoutée (circuit court, producteurs, artisanat...) |



## STRATÉGIE COMMERCIALE

### MARCHÉS DES MÛRIERS ET DE CHAMPIGNOL

*« Des marchés de quartier, offrant une offre alimentaire répondant aux besoins essentiels »*

- Typologie et qualité de produits recherchés
- Catégorie de commerçants
- Fréquence
- Horaires
- Ambiance
- Offres de produits non-alimentaires

Produits frais essentiels  
Tous commerces alimentaires & fleuristes  
2 fois par semaine  
8h-13h  
Marchés de proximité  
5%



**DÉCHETS**



**Question 3 :** Le rétro planning indique une cessation de la collecte à partir de novembre 2025 pour tous les DIB, poly, coquillages, fer et biodéchets. Quelles solutions sont proposées pour pallier cette fin de collecte ?

Quelles solutions sont proposées pour pallier cette fin de collecte ?

1. Nous proposons de mettre en place un comité de pilotage "Déchets" avec les représentants de chaque partie prenante : ville, délégataire, commerçants. Ce COPIL permettra d'informer régulièrement, de proposer des solutions d'exutoires proches des commerçants et de prévenir le dépôt sauvage ou les répercussions sur d'autres marchés alentours et de mettre en place les suivis et analyses des chiffres des collectes.
2. Nous distribuerons un livret Eco-Acteur qui comportera un carnet des adresses d'exutoires alentours ainsi que les solutions pratiques et de financement pour limiter les déchets aux commerçants durant les sensibilisations. Les 15 mois entre les deux phases seront nécessaires à la bonne communication et afin que les commerçants puissent trouver des solutions. Par la suite, les COPIL feront état régulièrement de la situation afin de continuer à améliorer et à trouver ensemble des solutions.

**Question 4 :** Certaines animations effectuées par le candidat sont tarifées. Qui prend en charge ces frais ?

Notre offre annuelle d'animations pour les marchés découverts est composée de :

- 4 animations calendaires
- 1 animation « Mon Marché Engagé »
- Actions de communication menées dans le cadre du programme annuel d'animations.

Elles seront entièrement financées par le budget animation, constitué à partir des recettes perçues de la taxe d'animation : **13 821 € HT/an.**

**Question 5 :** Veuillez préciser dans quelle mesure la réduction des déchets est organisée de manière progressive.

- La phase 1 permet d'instaurer le geste de tri. Cette première étape donnera l'occasion aux commerçants de s'interroger sur leur production de déchets et de comprendre que d'autres solutions de logistique, valorisation et de réemploi sont possibles. En même temps des réunions d'informations seront organisées pour communiquer régulièrement et ne pas laisser les commerçants sans accompagnement.
- La phase 2 consiste pour les commerçants à repartir avec certains de leurs déchets. Cette étape cruciale incitera les commerçants à s'interroger durablement sur leurs pratiques :
  - Logistique
  - Emballage
  - Gaspillage alimentaire

En s'interrogeant et en trouvant des solutions qui permettent de réduire les déchets pour ne pas subir leurs reballes, les commerçants diminueront le poids global de leurs déchets.



**NETTOYAGE**

## Question 6 : Le ramassage doit être effectué conformément à l'annexe C.10.1

Nous nous conformons à cette demande.

## Question 7 : Les moyens humains et matériels proposés semblent insuffisants pour garantir que la prestation sera terminée à 16h sur chaque marché.

Nous vous confirmons que nous ne modifions pas les effectifs opérationnels actuels. La prestation sera assurée et terminée à 16h conformément à nos obligations.

## Question 8 : Votre offre prévoit le nettoyage des sols et murs, or il n'y a pas de murs et la Ville demande le curage des réseaux et le nettoyage des bouches d'égout.

- La prestation de nettoyage du sol et des murs précisés dans notre offre initiale correspond au local du marché du Parc.
- Nous vous confirmons que les prestations de curage des réseaux et de nettoyage des bouches d'égout sont prévues dans notre offre de services. Elles seront réalisées à fréquence mensuelle.

## Question 9 : Veuillez préciser votre offre en termes de sécurité des usagers.

La surveillance du marché sera assurée par deux agents :

- > Un contremaitre présent au marché à son ouverture de 5h à 7h30
- > Le placier présent de 7h jusqu'à la fermeture du marché.

En cas d'un plan Vigipirate, des mesures supplémentaires seront mises en place :

1. **Information & sensibilisation des usagers** : affichage du logo du niveau du plan Vigipirate aux entrées du marché
2. **Surveillance renforcée & Signalement par le placier** de tout objet ou comportement & agissement suspects au service de la police



# QUESTIONS FINANCIÈRES

**Question 10 :** Nous vous saurions gré de justifier la redevance fixe et la redevance variable par marché.

#### La redevance fixe:

- A la suite de votre demande de baisse des tarifs des droits de place, nous vous proposons de réduire les charges prévisionnelles et notamment la redevance fixe qui était de 4.000€ HT/an. Le nouveau montant de la redevance fixe est de 1.000€ HT.

#### La redevance variable :

- La part variable de la redevance que nous proposons correspond à **20% du CA au-delà du seuil de 462 245,90 € HT (ce plancher sera bien sûr indexé à l'augmentation des tarifs de droits de place voté au conseil municipal)** des recettes annuelles **des droits de place abonnés et volants** (des 6 marchés). Le seuil de déclenchement de la part variable par marché sera de :

Marché	Seuil de déclenchement de la part variable par marché
Parc	160 593,20 €
Champignol	103 496,95 €
Diderot	58 283,55 €
Mûriers	37 308,70 €
Vieux Saint-Maur	92 094,70 €
La Pie	10 468,80 €

**Question 11 :** Les tarifs sont trop élevés dans le cadre de votre offre et conformément à la réglementation, la ville ne pourra pas verser de subvention pour faire baisser les droits de place et la redevance des déchets. Il convient que les tarifs soient baissés en optimisant vos charges et vos marges.

**Question 12 :** Concernant la tarification, les tarifs produits sont difficilement compréhensibles. La ville a notamment peur qu'une grande partie des abonnés actuels deviennent uniquement des volants, en raison des tarifs plus faibles proposés pour les volants.

**Question 13 :** Nous vous demandons de justifier la différence de tarification entre les marchés, à partir de données objectives.

A la suite de vos différentes observations listées ci-dessus, nous avons décidé de revoir notre positionnement en matière de tarification des commerçants. Ainsi, nous vous proposons de :

1. Baisser les tarifs des droits de place abonnés **de 7 % pour les « marchés moyens » et de 7 % pour les « petits marchés » (notre nouvelle proposition de tarifs cf. p. suivante)**. Nous avons effectivement consenti un effort important sur notre résultat prévisionnel (-50%), et nous avons dû réduire la RODP fixe de 3.000€ HT.
2. **Maintenir le tarif différencié** entre les marchés que nous justifions par la différence de commercialité et de fréquentation constatées entre les marchés du Parc & Champignol & Vieux Saint-Maur (« marchés dits moyens ») et la Pie & Diderot & Mûriers (marchés de proximité) > CF. Note juridique p.21
3. **Augmenter légèrement le tarif volant** par rapport au tarif abonné afin d'éviter que les « commerçants abonnés deviennent les commerçants volants ». Ce dernier passerait alors **à 3,05€ HT (marchés du Parc, Champignol, et Vieux Saint-Maur) et à 2,20€ HT (marchés des Mûriers, de la Pie, et Diderot)**.
4. **Baisser la redevance animation de 0,01 €HT à 1,17€ HT** (même tarif que celui pratiqué sur les autres marchés de Saint-Maur) au lieu des 1,18 €HT proposés.

## Nouvelle grille tarifaire

Tarifs proposés (€ HT)	Tarifs Abonnés  Marchés du Parc, Champignol et Vieux Saint-Maur	Tarifs Abonnés  Marchés des Mûriers, de la Pie et Diderot	Tarifs Volants  Marchés du Parc, Champignol et Vieux Saint-Maur	Tarifs Volants  Marchés Des Muriers, de la Pie et Diderot
<u>Droits de place :</u> • Tarif pour 1 mètre de façade	2,95€	2,10€	3,05€	2,20€
Tarif pour 1 Angle	1,80 €	1,80€	1,80 €	1,80€
Taxe d'animation par jour de marché et commerçant	1,17 €	1,17€	1,17 €	1,17€
Redevance déchets	1,11€ (phase 1) 0,46€ (phase 2)	1,11€ (phase 1) 0,46€ (phase 2)	0,44€ (Phase 1) 0,18 (Phase 2)	0,44€ (Phase 1) 0,18€ (Phase 2)
Refacturation des fluides (eau, électricité)	Au réel			

# IMPACT TARIFAIRE POUR LES COMMERÇANTS ABONNÉS

## A- Impact de l'évolution tarifaire sur les commerçants abonnés des marchés découverts : PHASE 1

Marchés du Parc, Champignol et Vieux Saint-Maur			TARIFS ACTUELS (HT)		NOUVEAUX TARIFS (HT) – PHASE 1							
			Tarif abonnement HT/tenue, hors animation et électricité	soit tarif au ml/tenue	Tarif des droits de place	Angle (unité)	Soit à la tenue	Variation hors redevance déchets (en %)	Redevance déchets (au ml)	Total à la tenue	Variation avec redevance déchets (en €)	Variation avec redevance déchets (en %)
Activité	Métrage	Angle			<b>2,95 €</b>	<b>1,80 €</b>			<b>1,11 €</b>			
Volailles	8	1	10,90 €	1,36 €	23,60 €	1,80 €	<b>25,40 €</b>	133%	8,88 €	<b>34,28 €</b>	23,38 €	214%
Charcuterie	13	0	15,76 €	1,21 €	38,35 €	- €	<b>38,35 €</b>	143%	14,43 €	<b>52,78 €</b>	37,02 €	235%
Fruits et Légumes	26	4	43,22 €	1,66 €	76,70 €	7,20 €	<b>83,90 €</b>	94%	28,86 €	<b>112,76 €</b>	69,54 €	161%

Marchés Diderot, de la Pie et des Mûriers			TARIFS ACTUELS (HT)		NOUVEAUX TARIFS (HT)- PHASE 1							
			Tarif abonnement HT/tenue, hors animation et électricité	soit tarif au ml/tenue	Tarif des droits de place	Angle (unité)	Soit à la tenue	Variation hors redevance déchets (en %)	Redevance déchets (au ml)	Total à la tenue	Variation avec redevance déchets (en €)	Variation avec redevance déchets (en %)
Activité	Métrage	Angle			<b>2,10 €</b>	<b>1,80 €</b>			<b>1,11 €</b>			
Volailles	8	1	<b>10,90 €</b>	<b>1,36 €</b>	16,80 €	1,80 €	<b>18,60 €</b>	71%	8,88 €	<b>27,48 €</b>	16,58 €	152%
Charcuterie	13	0	<b>15,76 €</b>	<b>1,21 €</b>	27,30 €	- €	<b>27,30 €</b>	73%	14,43 €	<b>41,73 €</b>	25,97 €	165%
Fruits et Légumes	26	4	<b>43,22 €</b>	<b>1,66 €</b>	54,60 €	7,20 €	<b>61,80 €</b>	43%	28,86 €	<b>90,66 €</b>	47,44 €	110%



# IMPACT TARIFAIRE POUR LES COMMERÇANTS ABONNÉS

## B- Impact de l'évolution tarifaire sur les commerçants abonnés des marchés découverts : PHASE 2

Marchés du Parc, Champignol et Vieux Saint-Maur			TARIFS ACTUELS (HT)		NOUVEAUX TARIFS (HT) – PHASE 2							
			Tarif abonnement HT/tenu, hors animation et électricité	soit tarif au ml/tenu	Tarif des droits de place	Angle (unité)	Soit à la tenue	Variation hors redevance déchets (en %)	Redevance déchets (au ml)	Total à la tenue	Variation avec redevance déchets (en €)	Variation avec redevance déchets (en %)
Activité	Métrage	Angle			<b>2,95 €</b>	<b>1,80 €</b>			<b>0,46 €</b>			
Volailles	8	1	10,90 €	1,36 €	23,60 €	1,80 €	<b>25,40 €</b>	133%	3,68 €	<b>29.08 €</b>	18.18 €	167 %
Charcuterie	13	0	15,76 €	1,21 €	38,35 €	- €	<b>38,35 €</b>	143%	5,98 €	<b>44.33 €</b>	28.57 €	181 %
Fruits et Légumes	26	4	43,22 €	1,66 €	76,70 €	7,20 €	<b>83,90 €</b>	94%	11,96 €	<b>95.86 €</b>	52.64 €	122 %

Marchés Diderot, de la Pie et des Mûriers			TARIFS ACTUELS (HT)		NOUVEAUX TARIFS (HT) – PHASE 2							
			Tarif abonnement HT/tenu, hors animation et électricité	soit tarif au ml/tenu	Tarif des droits de place	Angle (unité)	Soit à la tenue	Variation hors redevance déchets (en %)	Redevance déchets (au ml)	Total à la tenue	Variation avec redevance déchets (en €)	Variation avec redevance déchets (en %)
Activité	Métrage	Angle			<b>2,10 €</b>	<b>1,80 €</b>			<b>0,46 €</b>			
Volailles	8	1	10,90 €	1,36 €	16,80 €	1,80 €	<b>18,60 €</b>	71%	3,68 €	<b>22.28 €</b>	11.38 €	104 %
Charcuterie	13	0	15,76 €	1,21 €	27,30 €	- €	<b>27,30 €</b>	73%	5,98 €	<b>33.28 €</b>	17.52 €	111 %
Fruits et Légumes	26	4	43,22 €	1,66 €	54,60 €	7,20 €	<b>61,80 €</b>	43%	11,96 €	<b>73.76 €</b>	30.54 €	71 %

# IMPACT TARIFAIRE POUR LES COMMERÇANTS VOLANTS

## C- Impact de l'évolution tarifaire sur les commerçants volants des marchés découverts : PHASE 1

Marchés du Parc, Champignol et Vieux Saint-Maur		TARIFS ACTUELS (HT)		NOUVEAUX TARIFS (HT) – PHASE 1					
		Tarif abonnement HT/teneur, hors animation et électricité	soit tarif au ml/teneur	Tarif des droits de place	Variation hors redevance déchets (en %)	Redevance déchets (au ml)	Total à la teneur	Variation avec redevance déchets (en €)	Variation avec redevance déchets (en %)
Activité	Métrage			<b>3,05 €</b>		<b>0,44 €</b>			
Volant	8	<b>16,86 €</b>	<b>2,11 €</b>	24,40 €	45%	3,52 €	<b>27,92 €</b>	11,06 €	<b>66%</b>

Marchés Diderot, de la Pie et des Mûriers		TARIFS ACTUELS (HT)		NOUVEAUX TARIFS (HT) – PHASE 1					
		Tarif abonnement HT/teneur, hors animation et électricité	soit tarif au ml/teneur	Tarif des droits de place	Variation hors redevance déchets (en %)	Redevance déchets (au ml)	Total à la teneur	Variation avec redevance déchets (en €)	Variation avec redevance déchets (en %)
Activité	Métrage			<b>2,20 €</b>		<b>0,44 €</b>			
Volant	8	16,86 €	2,11 €	17,60 €	4%	3,52 €	21,12 €	4,26 €	<b>25 %</b>

# IMPACT TARIFAIRE POUR LES COMMERÇANTS VOLANTS

## D- Impact de l'évolution tarifaire sur les commerçants volants des marchés découverts : PHASE 2

Marchés du Parc, Champignol et Vieux Saint-Maur		TARIFS ACTUELS (HT)		NOUVEAUX TARIFS (HT) – PHASE 2					
		Tarif abonnement HT/tenue, hors animation et électricité	soit tarif au ml/tenue	Tarif des droits de place	Variation hors redevance déchets (en %)	Redevance déchets (au ml)	Total à la tenue	Variation avec redevance déchets (en €)	Variation avec redevance déchets (en %)
Activité	Métrage			<b>3,05 €</b>		<b>0,44 €</b>			
Volant	8	16,86 €	2,11 €	24.40 €	<b>45 %</b>	1.44 €	25.84 €	8.98 €	<b>53%</b>

Marchés Diderot, de la Pie et des Mûriers		TARIFS ACTUELS (HT)		NOUVEAUX TARIFS (HT) – PHASE 2					
		Tarif abonnement HT/tenue, hors animation et électricité	soit tarif au ml/tenue	Tarif des droits de place	Variation hors redevance déchets (en %)	Redevance déchets (au ml)	Total à la tenue	Variation avec redevance déchets (en €)	Variation avec redevance déchets (en %)
Activité	Métrage			<b>2,20 €</b>		<b>0,18 €</b>			
Volant	8	16,86 €	2,11 €	17,60 €	<b>4%</b>	1,44 €	19,04 €	2,18 €	<b>13 %</b>

#### Question 14 : Nous vous demandons de justifier la différence du montant de la redevance des déchets dans le temps.

Conformément à l'article 18 du projet de contrat, nous vous proposons de mettre en place une redevance déchets correspondant aux charges de gestion des déchets des marchés découverts.

#### Justification des tarifs différentiels :

Dans le cadre de notre démarche zéro déchet, que nous avons composé en deux phases, nous proposons une baisse progressive du montant de la redevance déchets :

1. **En phase 1 (juillet 2024- novembre 2025)** : nous proposons **un tarif de 1,11€HT** pour les commerçants abonnés et de **0,44€ HT** pour les commerçants volants :
  - Pour rappel, cette « phase préparatoire » sera axée sur la sensibilisation et l'accompagnement des commerçants dans leur transition vers zéro déchet.
  - Durant cette période, l'ensemble des déchets (DIB, cartons et cagettes, biodéchets et glace) seront triés sur place et collectés. Les coûts de cette prestation (tri, collecte, valorisation) seront supportés par la DSP. Le tarif de la redevance déchets est, par conséquent, supérieur à celui proposé en phase 2 (décrite ci-dessous).
2. A partir du novembre 2025, on passera à **une phase de transition (phase 2)**, pendant laquelle les commerçants seront davantage responsabilisés.
  - Désormais, la collecte des DIB et des biodéchets sera à leur propre charge. En revanche, la gestion des cartons et cagettes (tri, collecte et valorisation) sera refacturée aux commerçants.
  - **Le tarif de la redevance déchets passera alors de 1,11€ HT à 0,46€ HT** pour les commerçants abonnés (de tous les marchés) et de **0,44€ HT à 0,18€ HT** pour les commerçants volants.

OBSERVATION : TOUS LES COMMERCE SERONT SOUMIS AU MÊME TARIF (PAS DE TARIFICATION 1 ET 2).

## Question 15 : Veuillez produire une note juridique sur la faisabilité, en droit, des tarifs différenciés selon les marchés.

Les droits de place étant des recettes fiscales (I.), toute différence tarifaire devra être conforme au principe d'égalité devant et devant les charges publiques (II.).

### I. La nature fiscale des droits de place perçus dans les halles et marchés

L'organisation des halles, marchés et poids publics est régie par les articles L. 2224-18 à L. 2224-19 du Code général des collectivités territoriales (CGCT).

L'article L. 2224-18 du CGCT dispose, notamment, que « *le régime des droits de place et de stationnement sur les halles et les marchés est défini conformément aux dispositions d'un cahier des charges ou d'un règlement établi par l'autorité municipale après consultation des organisations professionnelles intéressées.* »

Pour des raisons historiques tenant à leur assimilation par le passé aux anciens octrois, les droits de place sont qualifiés de recettes fiscales par l'article L. 2331-3 du CGCT.

Le caractère de recette fiscale des droits de place a été explicitement confirmé par le Conseil d'Etat et ce, « *bien qu'ils soient perçus à l'occasion d'un service rendu* »<sup>1</sup>.

Le Conseil d'Etat a également ajouté « *que ces recettes entrent par leur nature dans la catégorie des taxes assimilées aux contributions indirectes.* »<sup>2</sup>

La possibilité d'instaurer des droits de place d'un montant différencié en fonction de l'emplacement du marché va donc dépendre de ce régime fiscal.

### II. La légalité de la modulation des tarifs des droits de place en fonction des différences de situation

#### 2.1. L'exigence de respect de la règle d'égalité devant l'impôt

- i) *La modulation des tarifs des droits de place dans les halles et marchés en fonction des différences de situation est admise dans certaines limites.*

En raison de leur nature fiscale, leur montant doit être déterminé dans le respect du principe d'égalité devant l'impôt<sup>3</sup>.

Le principe d'égalité devant l'impôt comporte deux branches :

- d'une part, le principe d'égalité devant la loi fiscale<sup>4</sup> ;
- d'autre part, le principe d'égalité devant les charges publiques<sup>5</sup>.

Concrètement, ce principe d'égalité « *ne s'oppose ni à ce que le législateur règle de façon différente des situations différentes, ni à ce qu'il déroge à l'égalité pour des raisons d'intérêt général, pourvu que, dans l'un et l'autre cas, la différence de traitement qui en résulte soit en rapport direct avec l'objet de la loi qui l'établit* »<sup>6</sup>.

Étant précisé que « *pour assurer le respect du principe d'égalité, le législateur doit fonder son appréciation sur des critères objectifs et rationnels en fonction des buts qu'il se propose. Cette appréciation ne doit cependant pas entraîner de rupture caractérisée de l'égalité devant les charges publiques* »<sup>7</sup>.

<sup>1</sup> CE, 22 novembre 1985, *Commune de la Courneuve*, req. n° 60459 ; également CE, 9 mai 2011, *Société les fils de Madame Géraud*, req. n° 341118.

<sup>2</sup> CE, 26 mars 1990, *SA Comptoir lyonnais des viandes*, req. n° 72481 ; CE, 24 juin 2013, *SARL Eldorado*, req. n° 348207.

<sup>3</sup> Cour des comptes, *L'organisation et la gestion des marchés forains d'Ile-de-France*, 2003 : <https://www.ccomptes.fr/sites/default/files/EzPublish/MarchesForains.pdf>

<sup>4</sup> Article 6 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789.

<sup>5</sup> Article 13 de la Déclaration des droits de l'homme et du citoyen de 1789.

<sup>6</sup> CE, 20 avril 2011, *Société Auchan France*, req. n° 346206.

<sup>7</sup> CE, 10 mars 2020, *Fédération des entreprises du commerce et de la distribution*, req. n° 436879.

## Question 15 : Veuillez produire une note juridique sur la faisabilité, en droit, des tarifs différenciés selon les marchés.

Ainsi, le principe d'égalité de traitement devant l'impôt ne s'oppose pas, par principe, à ce qu'un taux ou barème fiscal soit appliqué différemment aux contribuables, **pour autant que cette différence de traitement soit justifiée par une différence de situation objective et justifiée.**

- ii) La jurisprudence fournit très peu d'exemples d'application du principe d'égalité devant l'impôt à des droits de place dans les halles et marchés.

Tout au plus, peut-on relever que le Conseil d'État a explicitement admis en 1933<sup>8</sup> des droits de place dont le montant serait fonction de la superficie des emplacements utilisés ou du montant du chiffre d'affaires réalisé par les commerçants.

Par ailleurs, dans un rapport de 2003 consacré aux marchés d'approvisionnement d'Ile-de-France, la Cour des comptes a abordé la question de la modulation des droits de place.

Elle admet d'abord que les marchés peuvent présenter une attractivité et donc une « valeur économique » différente en fonction du montant de recettes que les commerçants peuvent en attendre, ce qui peut dépendre du jour lors duquel le marché se déroule (« Les marchés ouverts en fin de semaine ont une activité plus importante que ceux des jours travaillés »).

Ensuite, la Cour des comptes admet, certes avec prudence, la possibilité d'instaurer des droits de place d'un montant différent en considération de ces éléments, compte tenu du nécessaire respect du principe d'égalité devant l'impôt :

« Or, le caractère fiscal du droit de place impose de ne moduler son montant que dans la mesure où le principe d'égalité des contribuables devant l'impôt le permet, ce principe étant lui-même difficile à interpréter. »

L'absence de précédent jurisprudentiel contribuant à éclairer l'application de cette règle en matière de droits de place a vraisemblablement justifié les précautions prises par la Cour des Comptes.

Quant à la doctrine universitaire, elle se prononce en faveur de la possibilité d'instaurer des droits de place d'un montant différent en fonction, par exemple, de l'emplacement d'un stand sur un même marché<sup>9</sup>.

Enfin, la pratique montre l'usage répandu de la différenciation des tarifs des droits de place selon les marchés, les emplacements ou les commerces<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> CE, 3 février 1933, *Syndicats des patrons et marins pêcheurs du Tréport*, req. n° 15857.

<sup>9</sup> Encyclopédie des collectivités locales, *Domaine des collectivités locales : biens du domaine public communal affectés à l'usage du public*, §. 248.

<sup>10</sup> En ce sens, voir notamment le rapport d'observations définitives de la CRC d'Ile-de-France du 7 janvier 2021 sur la gestion de la commune de Mantes-la-Jolie sur les exercices 2014 et suivants, cahier n°3 - « Marchés forains » : <https://www.ccomptes.fr/sites/default/files/2023-10/DR2021-17.pdf#page15>

### 2.2. L'analogie avec le régime des redevances d'occupation du domaine public

Les considérations qui précèdent paraissent confirmées par analogie, quoiqu'en matière non fiscale, par le régime des redevances d'occupation du domaine public, dans la mesure où elles sont également soumises au principe d'égalité<sup>11</sup>.

Ce d'autant plus qu'en raison de leur objet, les droits de place sont souvent rapprochés des redevances d'occupation domaniale<sup>12</sup>.

Ainsi, en matière de terrasses de café, une différence de tarification a pu être admise entre les terrasses situées sur une place, « un espace vaste et aéré, situé à proximité du bord de mer », et celles situées dans la vieille ville, impactée par « l'étroitesse des rues piétonnes de la vieille ville ainsi que des impératifs de sécurité publique ».<sup>13</sup>

Cet exemple démontre que la localisation géographique de l'emplacement occupé peut être prise en considération pour caractériser une différence de situation justifiant un traitement différent, a fortiori si y est associée une différence du niveau de commercialité.

De même, en matière d'occupation du domaine public fluvial, il a été jugé que des redevances d'un montant différent peuvent se justifier selon que l'emplacement se situe dans les « quartiers non valorisés des grandes villes » ou dans « les sites exceptionnels de centre-ville »<sup>14</sup>.

**En conclusion**, sous réserve de l'interprétation souveraine du Conseil d'État en la matière, la fixation de tarifs différents pour les droits de place, selon la localisation, la taille, l'achalandage ou la commercialité des marchés d'approvisionnement paraît conforme au principe d'égalité devant l'impôt.



**IV**

# **DOSSIER JURIDIQUE**

Thème	Proposition initiale	Proposition de modification (offre initiale)	Analyse de la Ville & Notre réponse
Définition des « Causes Légitimes »	<p>« <b>Causes Légitimes</b> » désigne les seuls événements suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La survenance d'un Cas de Force Majeure ;</li> <li>• Les actes de terrorisme, les émeutes et les pandémies ;</li> <li>• La faute exclusive de la Ville au titre de l'exécution du Contrat.</li> </ul>	<p>Le candidat propose de supprimer le terme « exclusive » lorsque la Cause légitime désigne la faute de la ville au titre de l'exécution du contrat.</p> <p>Il propose également de compléter la liste des « Causes Légitimes » par :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• « Les grèves, y compris celle du personnel du concessionnaire, au moins lorsqu'elles trouvent leurs causes pour des questions extérieures à l'entreprise »</li> <li>• « Modification unilatérale du contrat par la Ville et le Fait du Prince »</li> </ul>	<p>La suppression de la notion de faute « exclusive » de l'Autorité concédante pour qualifier une Cause légitime n'est pas acceptable. Le candidat doit revoir sa position.</p> <p>Concernant la désignation des Causes légitimes, le candidat devra également revoir sa proposition : la modification unilatérale du contrat par la Ville ne peut être intégrée dans le périmètre des Causes légitimes (le pouvoir de modification unilatérale est traité à part, et ne peut s'exercer que dans certaines limites et réserves avec le droit pour le titulaire à compensation financière).</p> <p>L'ajout sur le cas des grèves est défavorable à la continuité du service et en opposition avec l'article 35.3 du projet de Contrat selon lequel :</p> <p>« En aucun cas, une grève du personnel du Concessionnaire ne peut être considérée comme un cas de force majeure ou comme une Cause Légitime, sauf dans l'hypothèse elle résulte d'un mouvement de grève nationale »</p> <p><b>Notre réponse : Nous intégrons les modifications jugées non-acceptable pour la Ville.</b></p>



Thème	Proposition initiale	Proposition de modification	Analyse de la Ville & Notre réponse
<p><b>Article 40 généraux – procédure des tarifs</b> /40.1 Principes de révision</p>	<p>« Afin de tenir compte de l'évolution des conditions techniques et économiques d'exécution du Contrat, les conditions financières du Contrat seront revues, à l'initiative de l'une ou de l'autre Partie, sur justificatifs du Concessionnaire, dans les cas suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• en cas de modifications des conditions d'exploitation non prévues au contrat d'origine et entraînant un manque à gagner supérieur à 30 % au regard des recettes prévisionnelles ;</li> <li>• si l'Autorité concédante décide d'imposer au Concessionnaire de nouvelles contraintes de fonctionnement de nature à modifier significativement l'économie générale du Contrat et entraînant un manque à gagner supérieur à 30 % au regard des recettes prévisionnelles;</li> <li>• si le montant des impôts et redevances à la charge du Concessionnaire varie de plus de 50% par rapport aux conditions initiales du contrat ou de la dernière révision »</li> </ul>	<p>Le candidat modifie les seuils de déclenchement de la procédure de révision :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En cas de modifications des conditions d'exploitation non prévues au contrat d'origine et entraînant un manque à gagner supérieur à <u>30 % au regard du résultat d'exploitation</u>;</li> <li>• En cas de nouvelles contraintes de fonctionnement de nature à modifier significativement l'économie générale du Contrat et entraînant un manque à gagner supérieur à <u>15 %</u> et au regard du résultat d'exploitation à la place des recettes prévisionnelles;</li> <li>• Si le montant des impôts et redevances à la charge du Concessionnaire varie de plus de <u>25%</u> par rapport aux conditions initiales du contrat ou de la dernière révision.</li> </ul>	<p>Ces modifications sont acceptables dès lors que la procédure de révision n'implique pas un réexamen de plein droit du Contrat et que la Ville peut refuser de le réviser.</p> <p><b>Notre réponse : OK pour nous.</b></p>

Thème	Proposition initiale	Proposition de modification	Analyse de la Ville & Notre Réponse
<p>Article 51.1 - Conséquence de la survenance d'une Cause Légitime</p>	<p><i>« Le Concessionnaire n'encourt aucune responsabilité pour n'avoir pas accompli, ou avoir accompli avec retard, une obligation au titre du Contrat, dès lors qu'un tel manquement ou retard résulte directement d'un événement qui présente les caractéristiques d'une Cause Légitime.</i></p> <p><i>Par suite, sous réserve que le Concessionnaire justifie qu'il a pris, conformément aux usages de la profession, toutes les mesures requises pour éviter ou limiter les effets d'un cas de Cause Légitime, la survenance d'un de ces cas emporte les conséquences qui suivent :</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>le Concessionnaire ne se voit pas appliquer les pénalités prévues à l'Article 54;</i></li> <li>• <i>le Concessionnaire supporte tous les coûts liés à la survenance d'une Cause Légitime, sauf les pertes subies directement imputables à l'évènement »</i></li> </ul>	<p>Le candidat ajoute : « Tous les préjudices sont indemnisables, gain manqué et pertes subies, pour le cas du fait de la Ville (fautif ou non, modification unilatérale ou Fait du Prince) »</p>	<p>Cette modification est préjudiciable financièrement à la Ville qui y est défavorable.</p> <p><b>Notre réponse : Ce potentiel préjudice financier pour la Ville est limité à l'équilibre économique de la DSP, défini par la CEP. Il ne s'agit pas pour le concessionnaire de tirer profit de l'évènement, mais d'en supporter le coût à hauteur de son pouvoir consenti par la délégation.</b></p>

Thème	Proposition initiale	Proposition de modification par DPF	Analyse de la Ville
Article 51.2.- Procédure à suivre par le Concessionnaire (Cause légitime)	« Lorsque le Concessionnaire invoque la survenance d'une Cause Légitime, il le notifie, dans un délai de cinq (5) jours à compter de sa découverte ou, en cas d'urgence impérieuse mettant en péril la continuité du service public, dans un délai de vingt-quatre (24) heures à compter de sa découverte, et ce par tout moyen, doublé d'une lettre recommandée avec accusé de réception, à l'autre Partie ».	Le candidat modifie le délai de notification à la Ville de la survenance d'une Cause Légitime en le fixant à dix (10) au lieu de cinq (5) jours.	Le candidat est invité à revenir sur sa position, le délai de 10 jours paraissant excessif.  <b>Notre réponse : nous vous proposons 7 jours ouvrables.</b>
Article 54.2 - Pénalités et cas d'application	« Le montant des pénalités est plafonné chaque année à 30% des droits de place annuels perçu par le Concessionnaire selon le CEP figurant en Annexe du Contrat ».	Le candidat modifie le plafonnement en indiquant que le cumul des pénalités ne peut pas excéder 50% du résultat d'exploitation prévisionnel annuel.  Non-respect du taux de [33] % de commerçants abonnés par séance de marché.	La modification du plafond de pénalités paraît défavorable à la Ville. Le candidat doit être invité à justifier et revoir sa proposition de modification.  Le candidat devra justifier le taux de 33% proposé.  <b>Notre réponse : Le plafond du montant des pénalités ne peut être indexé sur une recette (CA). C'est incohérent dans une DSP. D'où notre proposition d'indexation sur un résultat d'exploitation. 50% du résultat constitue déjà un montant de pénalité substantiel.</b>  <b>Le taux de commerçants abonnés par séance peut être discuté. Pour autant, nous tenons à souligner nos limites de compétences. C'est l'autorité concédante qui a le pouvoir de police, permettant de contraindre un commerçant à d'avantage d'assiduité. Les procédures disciplinaires sont initiées par le délégataire sous l'autorité du Maire.</b>
Article 60 - Résiliation pour motif d'intérêt général	En cas de résiliation pour motif d'intérêt général, la Ville indemnise le délégataire de la façon suivante:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Indemnité et frais liés à la rupture des contrats</u> conclus par le Concessionnaire avec les prestataires, en vue d'assurer l'exécution de ses obligations au titre du présent Contrat <u>plafonnée à 10.000 € HT</u>;</li> <li>• <u>Manque à gagner</u> du Concessionnaire : bénéfice net anticipé dans le compte d'exploitation prévisionnel pour les années restant à courir et <u>dans la limite de 1 année.</u></li> </ul>	Le candidat propose de modifier les plafonds d'indemnisation :  <ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Indemnité et frais liés à la rupture des contrats</u> conclus par le Concessionnaire avec les prestataires, en vue d'assurer l'exécution de ses obligations au titre du présent Contrat <u>plafonnée à 30.000 € HT</u>;</li> <li>• <u>Manque à gagner</u> du Concessionnaire : bénéfice net anticipé dans le compte d'exploitation prévisionnel pour les années restant à courir et <u>dans la limite de 2 années.</u></li> </ul>	Les modifications apportées ont pour effet d'étendre le montant de l'indemnité devant être versée au délégataire s'agissant des frais de rupture des contrats et du manque à gagner.  Une telle modification est sensiblement préjudiciable pour les intérêts de la commune qui y est défavorable.  <b>Notre réponse : Nous ne partageons pas la même lecture. L'indemnité évoquée est un plafond, et pas un montant à verser au délégataire. Par ailleurs, s'agissant d'une DSP couvrant des charges annuelles de plus de 500K, il ne nous semble déraisonnable d'envisager un plafond de 30K.</b>