

Les marchés publics de mobilier urbain

Lorsque l'administration veut acheter du mobilier urbain, plusieurs questions fondamentales et spécifiques à cet achat doivent être posées et notamment :

- Est-il plus opportun d'effectuer un achat ou une location ?
- Mon besoin porte-t-il seulement sur l'achat ou la location de mobilier ou porte-t-il aussi sur son entretien et/ou son renouvellement ?
- Mon besoin est-il seulement d'acheter du mobilier urbain ou d'acheter du mobilier urbain pour en faire un support publicitaire ?
- Mon achat porte-t-il sur du mobilier urbain «lambda» et existant déjà dans le commerce ou mon besoin est-il d'acheter un mobilier urbain spécifique à ma collectivité publique ?

Suivant les réponses qui sont données aux questions précédentes, le ou les marchés à mettre en œuvre sont très différents.

A notre sens, dans les questions sus citées, deux ont une importance fondamentale et nécessitent des explications complémentaires.

Fournitures courantes ou fournitures industrielles ?

En premier lieu, l'administration peut décider d'acheter du mobilier «lambda» ou d'acheter du mobilier spécifique. Dans le premier cas, le marché public est un marché public habituel d'achat de fournitures «courantes» sans réelle spécificité liée au mobilier urbain et visant le plus souvent le «CCAG fournitures et services courants». Au contraire, si l'administration veut acheter un mobilier urbain spécifique pour sa collectivité, elle doit plutôt viser le «CCAG fournitures industrielles» et se poser deux questions fondamentales :

- Quid de la propriété intellectuelle ou du droit des brevets ?
- Quid de la ou des procédures à mettre en œuvre ?

Lorsque l'administration achète un mobilier urbain spécifique et reconnaissable, elle n'a bien sûr pas envie que d'autres collectivités publiques puissent avoir un mobilier similaire. Il est donc indispensable que le marché définisse la durée pendant laquelle le concepteur du mobilier n'aura pas le droit d'utiliser son droit de propriété intellectuelle pour concevoir un mobilier urbain similaire. Bien entendu, la notion de «similaire» devra aussi être définie de manière contractuelle pour éviter tout litige. Pour respecter les règles du Code de la propriété intellectuelle, il sera aussi nécessaire de définir dans quelle zone géographique l'interdiction sera effective. Pour notre part, et toujours pour la partie conception, nous préférons que les marchés précisent :

- Un prix forfaitaire pour le travail de conception générale ;
- Un prix unitaire pour chaque reproduction matérielle du mobilier ;

- Un prix spécifique pour couvrir l'interdiction qui est donnée au concepteur d'utiliser son droit de propriété pour d'autres clients.

Pour ce qui est de la procédure de passation, l'administration a semble-t-il deux grandes possibilités :

- Soit conclure un marché de fournitures industrielles au terme duquel un prestataire conçoit le mobilier urbain, réalise un ou plusieurs prototypes et, après acceptation du prototype, fait réaliser le mobilier dans le nombre d'exemplaires qui correspond à son besoin.
- Soit conclure deux marchés distincts. Un marché de conception de mobilier urbain avec un designer puis, par la suite, un marché de réalisation du même mobilier. Bien entendu, le premier marché devra définir de manière précise les droits d'utilisation de l'administration.

Mobilier urbain, support de publicité

En second lieu, la deuxième question d'importance dans l'achat de mobilier urbain est l'utilisation même dudit mobilier. Le besoin est-il seulement d'acheter du mobilier ou d'acheter du mobilier et d'utiliser ce dernier, en tout ou partie, comme support publicitaire ? Dans le second cas, deux grandes solutions sont possibles :

- Conclure un marché public d'achat ou de location de mobilier urbain et, dans le même temps, mettre en concurrence pour rechercher un opérateur qui voudra utiliser ce mobilier urbain comme support publicitaire en contrepartie d'une redevance.
- Conclure un seul marché comprenant l'achat et/ou la location de mobilier urbain et son utilisation comme support publicitaire.

Dans ce second cas, le contrat est juridiquement un contrat mixte intégrant deux obligations juridiques distinctes :

- Un marché public d'achat ou de location en contrepartie d'un prix versé au titulaire du marché ;
- Un contrat d'occupation privative du domaine public (pour faire de la publicité) en contrepartie d'une redevance.

Nous pensons que, lorsque le contrat est unique, il est préférable de bien distinguer deux prix :

- Le prix que versera l'administration en contrepartie de la location ou de l'achat du mobilier urbain ;
- Le prix mensuel, trimestriel ou annuel que devra verser l'occupant du domaine public pour utiliser ce dernier à titre privatif.

Les deux sommes d'argent provenant d'un même contrat, il sera ensuite juridiquement possible de faire une compensation entre les sommes dues par l'administration et les sommes dues par le titulaire du contrat. En effet, le principe est que la compensation est interdite en droit public sauf si les sommes proviennent d'un même contrat. Il est parfois nécessaire de le rappeler aux comptables publics.

Les marchés de mobilier urbain sont souvent des achats stratégiques aux données politiques et économiques complexes. Par ailleurs, la concurrence dans ce domaine est quelques fois extrêmement limitée. Dans ces conditions, il est indispensable que l'administration se pose au préalable ces questions stratégiques et y apporte des réponses claires. ■

Patrice COSSALTER,
Avocat au Barreau de Lyon,
Société d'Avocats LEGITIMA