

SYNDICAT MIXTE HAUTS DE FRANCE MOBILITES

COMITE SYNDICAL DU 14 DECEMBRE 2020
DE 9 H 00 à 11 H 00

Délibération N° 2020 - 30

Objet : Relance du marché d'achats d'espaces publicitaires et achat d'objets publicitaires

Le Comité Syndical du Syndicat Mixte Hauts-de-France Mobilités réuni sous la présidence de son Président, Franck Dhersin, le 14 Décembre 2020,

Vu le Code Général des collectivités territoriales,

Vu les statuts du Syndicat Mixte Hauts-de-France Mobilités,

Vu le Budget Primitif voté le 27 janvier 2020,

Vu l'ensemble des décisions budgétaires de l'exercice 2020 adoptées jusqu'à ce jour,

Vu l'instruction budgétaire et comptable de la M14,

Vu la tenue du Débat d'Orientation Budgétaire de ce jour et le ROB présenté ce jour,

CONSIDERANT

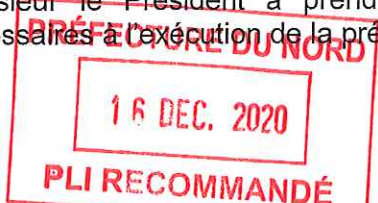
- La nécessité pour le syndicat de pouvoir communiquer pour faire connaître ses outils et la mise en œuvre de ses politiques, à l'attention des usagers ou publics spécifiques,
- La possibilité à ce titre de pouvoir procéder à l'achat d'espaces publicitaires, sur des medias traditionnels ou digitaux,
- La fin du marché d'achat d'espaces publicitaire actuellement en cours, prévue au 30 juin 2021.
- L'animation sur les réseaux sociaux qui passe notamment par la possibilité de gagner des objets publicitaires

DECIDE

- De relancer une consultation par le biais d'un appel d'offres ouvert en vue de pourvoir le syndicat HAUTS-DE-FRANCE-MOBILITES d'un prestataire en achats d'espaces publicitaires
- D'attribuer à cette consultation une enveloppe de 400 000€ pour une durée initiale de deux ans reconductibles, et d'inscrire cette dépense aux futurs budgets primitifs concernés
- De prévoir une enveloppe de 15 000€ HT par an pour l'achat d'objets publicitaires pour passpass.fr et passpasscovoiturage.fr
- D'imputer ces dépenses au chapitre 011.

AUTORISE

Monsieur le Président à prendre les engagements juridiques, financiers et comptables nécessaires à l'exécution de la présente délibération.



Le Président,

Franck DHERSIN

La loi SAPIN 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, entrée en vigueur le 31 mars de la même année a voulu d'une part assurer une plus grande transparence dans les transactions portant sur l'achat d'espaces publicitaires, d'autre part clarifier le rôle des intermédiaires, et enfin assurer une meilleure information de l'annonceur.

La loi sapin définit clairement les intérêts, les responsabilités, et les rémunérations de chacun (annonceurs-intermédiaires-supports) et instaure également une certaine transparence dans le système de rémunération des intervenants.

Cette loi a intégré en son article 25 un certain nombre de dispositions pénales, notamment elle punit d'une amende de 30 000 euros le fait pour un intermédiaire de ne pas travailler dans le cadre d'un contrat de mandat ou encore de se faire rémunérer par le support. En d'autres termes **en cas de non respect des dispositions énoncées aux articles 20 à 24** les intermédiaires sont passibles **d'une amende très importante, allant de 30 000 euros** pour les personnes physiques à **150 000 euros** pour les personnes morales.

Dans ce cadre, le Syndicat Hauts-de-France Mobilités doit donc se doter d'une agence d'achats d'espaces publicitaires afin de pouvoir communiquer au mieux sur la mise en œuvre de ses compétences et des décisions prises par ses membres.

A ce titre, et à ce jour, le Syndicat envisage de communiquer sur son projet de Centrale passpass.fr, mais également sur passpasscovoiturage.fr. Il s'agit ici non seulement de faire connaître et de développer la notoriété de l'outil Centrale passpass.fr mais également d'utiliser ce biais pour développer l'attractivité des Transports Publics.

Sont d'ores et déjà prévu pour l'année 2021, des spots tv ainsi que des tutoriels pour une diffusion sur les réseaux sociaux.

L'animation sur les réseaux sociaux est également envisagée au travers de jeu-concours, qui sont surtout attractifs pour les usagers et la cible publicitaire, qu'au travers d'objets publicitaires estampillés. Ces objets constituent également ensuite un support de publicité au vu du marquage publicitaire passpass.fr ou passpasscovoiturage.

Le bilan des campagnes précédentes est en effet positif et avait permis d'accroître la notoriété de passpass.fr, visible au travers de l'accroissement des visiteurs sur le site et d'une diminution du taux de rebond, ainsi que d'un accroissement de 1000 nouveaux inscrits sur passpasscovoiturage.