



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

passation

Question écrite n° 31564

Texte de la question

M. Michel Pajon attire l'attention de M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie sur les nouvelles dispositions envisagées pour les marchés publics. Le projet de décret de réforme du code des marchés publics prévoit une importante modification du mode de passation des marchés qui n'excèdent pas le seuil de 90 000 euros (HT), appelés dorénavant marchés passés en procédure adaptée. Il imposera aux acheteurs publics de procéder systématiquement à une publicité, dès le premier euro dépensé. Par ailleurs, ces marchés seront soumis à notification avant tout commencement d'exécution (combinaison de l'article 28 et de l'article 79), ce qui peut rendre la situation absurde quand il concerne des sommes dérisoires. Cette mesure aura des répercussions importantes sur le fonctionnement quotidien de la commande publique. Elle va à l'encontre du souci affiché par le gouvernement de simplifier les procédures de marchés publics, en augmentant les délais de passation des commandes de faibles montants qui s'avèrent les plus nombreuses. Certes, l'article 40 prévoit que la personne publique choisit librement les modalités de publicité de ces marchés. Néanmoins, il ne fixe pas, pour les marchés de très faible montant, de seuil en deçà duquel la mise en concurrence constitue en elle-même un élément de publicité suffisant. L'obligation d'adapter les supports de publicité au montant et à la nature des prestations, sans pour autant prévoir de cadre précis, engagera la responsabilité des acheteurs publics et va accroître les risques de contentieux. Cette mesure grèvera également le budget des administrations, et en particulier celui des collectivités locales. Certes, le projet de manuel d'application du code prévoit, à côté d'Internet et de la presse écrite, l'affichage comme support possible de publicité. Cependant on peut s'interroger sur l'efficacité de ce support au regard du peu d'entreprises qui prendront le temps de consulter périodiquement les panneaux d'affichage des multiples acheteurs publics. Aussi, il lui demande quelles mesures il envisage pour simplifier la procédure, réduire les risques juridiques qui pèseront sur les acheteurs publics, et réduire les coûts financiers induits par ce sujet. Sur ce dernier point, le Gouvernement prévoit-il d'offrir aux acheteurs publics la possibilité de publier gratuitement des avis de marchés sur un site internet national, pour les marchés n'excédant pas 90 000 euros (HT), à l'instar du Journal officiel de l'Union européenne.

Texte de la réponse

Au préalable, il convient de bien distinguer, d'une part, le seuil de 90 000 euros hors taxes, qui constitue un seuil de publicité au-delà duquel l'acheteur public est tenu de passer un avis d'appel public à la concurrence formalisé mais demeure sous le régime des marchés passés selon une procédure adaptée et, d'autre part, les seuils qui déclenchent les procédures obligatoires. Il s'agit pour les fournitures et services des seuils de 150 000 euros hors taxes pour l'État et 230 000 euros hors taxes pour les collectivités locales, et en matière de travaux du seuil unique de 230 000 euros hors taxes. L'article 40 du code, qui fixe précisément les modalités de publicité, prévoit que, pour les marchés dont le montant n'excède pas 90 000 euros hors taxes, le choix des modalités de publicité relève de la seule responsabilité de l'acheteur. En dessous de ce seuil, l'acheteur public mettra en oeuvre des mesures de publicité adaptées et suffisantes pour permettre une mise en concurrence effective et la transparence du processus d'achat. L'exigence de transparence va se traduire notamment par le choix de supports de publicité pertinents assurant une véritable mise en concurrence. La diffusion réelle de ces supports

et le profil de leur lectorat sont des critères de choix importants. Toutefois, pour les marchés de très faible montant, on peut considérer que la mise en concurrence de plusieurs prestataires ou fournisseurs constitue en elle-même un élément de publicité suffisant. Il n'est en effet pas nécessaire de recourir dans tous les cas à une publication pour satisfaire à l'obligation de transparence. L'auteur de la question regrette l'absence de fixation d'un seuil au-dessous duquel les marchés seraient considérés comme de faible montant. Ni le code des marchés publics ni la circulaire du 7 janvier 2004 portant manuel d'application du code ne précisent un montant de référence, considérant que celui-ci varie en fonction de la personne publique concernée, et notamment de sa taille. Ainsi, par exemple, ce qui représente un achat de très faible montant pour un conseil général peut figurer pour une petite commune parmi ses marchés les plus onéreux. De plus, le bilan du code 2001 a bien montré que la multiplication des seuils, surtout quand leur montant est peu élevé, est une des principales sources de complexité administrative et d'insécurité juridique pour les acheteurs. Il aurait donc été totalement contre-productif d'introduire de nouveaux seuils en dessous de 90 000 euros. Bien sur, les collectivités publiques peuvent, si elles le souhaitent, s'imposer des seuils spécifiques, qu'elles seraient alors tenues de respecter, mais cela ne leur est pas particulièrement conseillé si elles souhaitent vraiment simplifier leurs procédures d'achat. La solution la plus raisonnable consiste sans doute à apprécier les modalités de publicité et de mise en concurrence au cas par cas, en fonction de critères généraux. Ainsi, le caractère disproportionné du coût d'une publication par rapport au montant de l'achat à réaliser peut être un des éléments d'appréciation. Si ce travail est mené de façon sérieuse et honnête, il n'y a aucune raison valable de craindre une prétendue insécurité juridique ou une recrudescence des contentieux. L'auteur de la question s'interroge également sur la portée réelle de l'affichage en matière de publicité et sur l'opportunité de mettre en place un site internet national compilant l'ensemble des marchés qui ne dépassent pas le seuil de 90 000 euros hors taxes. Si l'affichage n'est pas toujours adapté à l'organisation d'une mise en concurrence efficace, il est possible pour les collectivités d'habituer les fournisseurs au recours à ce support en les informant dans un premier temps de son utilisation par le biais d'une publication préalable d'annonces notamment dans l'organe d'information de la collectivité, et/ou dans la presse écrite locale. En ce qui concerne le recours à internet, bien que la dématérialisation des procédures soit en voie de généralisation au fur et à mesure du développement et de la diffusion des nouvelles technologies, il convient dans un premier temps, pour s'assurer de l'égalité de traitement entre tous les candidats potentiels, de ne considérer ce mode d'information que comme un moyen de publicité complémentaire venant appuyer une publication par voie de presse, même succincte mais qui renverrait pour les détails à l'annonce mise en ligne.

Données clés

Auteur : [M. Michel Pajon](#)

Circonscription : Seine-Saint-Denis (13^e circonscription) - Socialiste

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 31564

Rubrique : Marchés publics

Ministère interrogé : économie

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 13 janvier 2004, page 207

Réponse publiée le : 30 mars 2004, page 2587