



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

budget

Question écrite n° 87405

Texte de la question

M. Alain Suguenot attire l'attention de M. le ministre d'État, ministre de l'intérieur et de l'aménagement du territoire, sur les dépenses de communication engagées par les collectivités territoriales en 2005, et plus particulièrement les régions et les départements. En effet, dans nombreuses de ces collectivités ont été observées, en 2005, une forte hausse des dépenses de communication et de relations publiques. Ainsi, en Bourgogne, l'augmentation a été de 176 % pour le seule année 2005, comme le relève M. Hervé Mariton, député de la Drôme, dans son rapport (n° 2436) au nom de la commission d'enquête de l'Assemblée nationale sur l'évolution de la fiscalité locale. Or, ces dépenses de communication sont difficiles à mesurer car elles sont rarement appréhendées comme telles dans les budgets des collectivités. Il lui demande de bien vouloir lui préciser les modalités qui pourraient permettre de définir précisément les dépenses liées à la communication des régions et départements de notre pays.

Texte de la réponse

Dans le souci légitime de maîtrise de la dépense publique, les dépenses de communication doivent pouvoir faire l'objet d'une évaluation de leur efficacité et de leur efficience. Comme le note l'honorable parlementaire, attirant l'attention du ministre sur ce point, ces dépenses ne sont pas appréhendées comme telles dans les budgets locaux. Le rapport de la Commission d'enquête parlementaire sur l'évolution de la fiscalité locale) présenté en 2005 par le député Hervé Mariton fait état des résultats d'un questionnaire spécifique de la commission auprès des régions sur le montant de leurs dépenses de représentation et de communication. Des 17 réponses recueillies, il ressort que ces dépenses représentent 0,38 % de la dépense réelle totale pour l'année 2005. Les rubriques ventilant les dépenses par fonction dans les instructions budgétaires et comptables ne font apparaître qu'imparfaitement ces dépenses, le plus souvent imputées aux services généraux des administrations publiques locales, mais qui peuvent relever par exemple de l'action économique (promotion du territoire) ou des interventions sociales et santé (information des bénéficiaires, prévention). De même, la nature des dépenses engagées est hétérogène puisqu'il peut s'agir de frais de personnels de la collectivité affectés - éventuellement partiellement - à ces fonctions, de frais d'impression ou d'achat d'espace, comme de rémunération de prestations extérieures plus ou moins complètes en matière de communication. Ainsi, si l'analyse dans les budgets locaux des dépenses exécutées au chapitre budgétaire « publicité, publications, relations publiques » permet d'identifier certaines dépenses de communication, elle ne permet toutefois qu'une analyse partielle de ces dépenses. Dans ces conditions, il n'existe pas de données centralisées permettant d'appréhender sur plusieurs années les dépenses consacrées à ces actions dans toutes leurs dimensions et pour toutes les collectivités territoriales.

Données clés

Auteur : [M. Alain Suguenot](#)

Circonscription : Côte-d'Or (5^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 87405

Rubrique : Collectivités territoriales

Ministère interrogé : intérieur et aménagement du territoire

Ministère attributaire : intérieur et aménagement du territoire

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 28 février 2006, page 2041

Réponse publiée le : 28 novembre 2006, page 12497