



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

budget

Question écrite n° 88351

Texte de la question

M. Lionnel Luca appelle 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. Récemment, le rapport Mariton a souligné qu'il y a une véritable dérive des dépenses de communication dans de nombreuses collectivités. Ces dépenses sont difficiles à mesurer par les contribuables, car elles ne sont pas appréhendées comme telles dans les budgets locaux. Il serait logique, par souci de transparence, que les dépenses du personnel affecté à la communication soient comprises dans le budget de communication global de chaque collectivité. Il lui demande de bien vouloir lui préciser l'évolution des dépenses de communication, année par année, depuis 2001, pour chaque région et chaque département et, globalement, pour les structures de coopération intercommunale.

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. Lionnel Luca](#)

Circonscription : Alpes-Maritimes (6^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 88351

Rubrique : Collectivités territoriales

Ministère interrogé : intérieur et aménagement du territoire

Ministère attributaire : intérieur et aménagement du territoire

Date(s) clé(e)s

Question publiée le : 14 mars 2006, page 2691

Réponse publiée le : 28 novembre 2006, page 12497