



ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

réglementation

Question écrite n° 9624

Texte de la question

M. Jean-Pierre Le Roch attire l'attention de Mme la ministre de la réforme de l'État, de la décentralisation et de la fonction publique sur la publicité des marchés publics. L'article 40 du code des marchés publics précise les modalités de publicité s'appliquant aux marchés dont le montant est supérieur ou égal à certains seuils. Au-dessus de ces seuils, les avis d'appel public à la concurrence sont obligatoirement publiés au Bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP), au *Journal officiel* de l'Union européenne (JOUE) et sur le profil d'acheteur du pouvoir adjudicateur. Le pouvoir adjudicateur peut également utiliser s'il le juge nécessaire des supports de publicité complémentaires, comme des journaux ou revues spécialisées. En pratique, de nombreuses collectivités territoriales décident de publier des annonces complémentaires dans la seule crainte de voir leurs marchés invalidés. Ce principe de précaution engendre des surcoûts inutiles et particulièrement élevés, d'autant que les organes de presse visés par la publicité complémentaire sont sans réelle concurrence sur leurs marchés et territoires respectifs. Ces collectivités font valoir que les annonces publiées sur internet sont accessibles à tous, gratuitement, en tout temps et en tous lieux. Il lui demande d'indiquer s'il est dans ses intentions de clarifier les dispositions relatives à la publicité des marchés publics afin d'en retirer tout motif d'insécurité juridique générateur de dépenses inutiles d'argent public.

Texte de la réponse

La publicité constitue une étape essentielle de la phase de passation des marchés publics. L'obligation de publicité ne se limite pas à son existence même mais s'étend également aux règles qui la régissent. Celles-ci diffèrent selon le montant estimé du besoin à satisfaire, évalué conformément aux dispositions de l'article 27 du code des marchés publics. L'article 40-II du code des marchés publics dispose que, pour les achats compris entre 15 000 € HT et 90 000 € HT, le pouvoir adjudicateur choisit librement les modalités de publicité appropriées aux caractéristiques de ce marché et notamment à son objet, à son montant, à son degré de concurrence entre les entreprises concernées et aux conditions dans lesquelles il est passé (CE, 7 octobre 2005, Région Nord-Pas-de-Calais, n° 278732). Cette publicité peut prendre la forme d'une consultation (fax, courriel, ...) ou d'une publication. Lorsque la publication d'une annonce détaillée dans la presse apparaît d'un coût disproportionné au montant et aux circonstances de l'achat, d'autres moyens de publication existent : l'utilisation du profil d'acheteur (CE, 4 juillet 2012, Cabinet Froment-Meurice, n° 353305), du bulletin municipal ou l'affichage en mairie par exemple. Cependant, ces moyens ne s'avèrent suffisants que s'ils sont proportionnés aux enjeux et montant du marché. Dans le cas contraire, ce mode d'information ne peut être utilisé que comme un moyen de publicité complémentaire, venant appuyer une publication par voie de presse. Le Bulletin officiel des annonces des marchés publics (BOAMP), les journaux légaux et spécialisés offrent d'ailleurs des conditions tarifaires très avantageuses pour les marchés de ces montants. Pour les marchés compris entre 90 000 € HT et les seuils de procédure formalisée, les avis d'appel public à la concurrence (AAPC) doivent être publiés soit dans le BOAMP, soit dans un journal d'annonces légales (JAL) et, dans les deux cas, sur le profil d'acheteur. Le montant estimé du marché, sa complexité, ses caractéristiques techniques et les secteurs économiques concernés sont autant de critères qui devront guider l'acheteur dans le choix de la publicité. Ainsi, le code

impose aux acheteurs de compléter la publication de ces avis, s'ils estiment que cela est nécessaire pour garantir un degré de publicité adéquat, par une publication complémentaire dans un organe de presse spécialisée (CE, 29 octobre 2012, Groupe Le Monde, n° 353663). C'est à l'acheteur d'apprécier, compte tenu de la nature et du montant des prestations, la nécessité d'une telle publication complémentaire (article 40-III). Ces publications, souvent facturées au nombre de lignes, peuvent ne pas reprendre la totalité des informations qui figurent dans l'AAPC publié à titre principal, à condition qu'elles mentionnent les références précises de cet avis. Lorsque le montant du besoin est égal ou supérieur aux seuils de procédure formalisée définis à l'article 26, le pouvoir adjudicateur est tenu de publier un avis au BOAMP, au Journal officiel de l'Union européenne (JOUE) et sur son profil d'acheteur. Il peut, à titre facultatif, procéder à une publication complémentaire s'il le juge nécessaire, dans la presse quotidienne régionale ou spécialisée. En tout état de cause, qu'elle soit facultative ou imposée, la publicité complémentaire, en suscitant une plus grande diversité des offres, accroît pour les collectivités les chances d'obtenir l'offre économiquement la plus avantageuse et garantit un bon usage des deniers publics. En effet, la presse régionale ou spécialisée, sur support physique ou dématérialisé, constitue un important vecteur d'information pour les entreprises concernées, peu habituées à la lecture du BOAMP ou du JOUE. Cette publicité complémentaire ne constitue pas forcément un surcoût pour les collectivités et peut se faire à titre gratuit, en procédant par exemple à l'affichage des projets de marché sur des supports réservés à cet effet. Dans le cadre de la révision en cours des directives sur les marchés publics, les autorités françaises mettent tout en oeuvre, depuis le début des négociations, pour alléger les obligations pesant sur les acheteurs publics.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Pierre Le Roch](#)

Circonscription : Morbihan (3^e circonscription) - Socialiste, écologiste et républicain

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 9624

Rubrique : Marchés publics

Ministère interrogé : Réforme de l'État, décentralisation et fonction publique

Ministère attributaire : Économie et finances

Date(s) clé(s)

Question publiée au JO le : [13 novembre 2012](#), page 6438

Réponse publiée au JO le : [19 février 2013](#), page 1881