

à une politique de création ou de diffusion artistique ou culturelle ou dispensant un enseignement artistique spécialisé ont vocation à être invitées, en tant que de besoin, aux travaux du pôle.

Sans prétendre à l'exhaustivité, on peut néanmoins citer les institutions suivantes :

* Dans le domaine du spectacle vivant, un important réseau est concerné :

- les scènes nationales,
- les centres dramatiques nationaux et régionaux,
- les centres chorégraphiques nationaux,
- les orchestres en région,
- les opéras en région.

* Dans le domaine des enseignements artistiques :

- les écoles nationales de musique, de danse et de théâtre,
- les conservatoires nationaux de région.

* Dans le domaine des établissements d'enseignement supérieur :

- les centres de formation supérieure des enseignants de la musique et de la danse (CEFEDM),
- les écoles territoriales d'art et les établissements d'enseignement supérieur sous contrôle pédagogique du ministère de la culture dispensant des formations dans le domaine de l'art dramatique et des arts du cirque.

* Dans le domaine des arts plastiques ou du livre et de la lecture, des structures soutenues par l'Etat et les régions sont également concernées :

- les fonds régionaux d'art contemporain,
- les centres régionaux du livre.

* Dans le domaine des musées, du patrimoine, de l'architecture, de la culture scientifique et technique, des institutions telles que :

- les musées de France,
- la Fondation du patrimoine et ses antennes locales.

* Dans le domaine des archives :

- les directions départementales des archives.

4. La collaboration du pôle «culture» avec les autres services de l'Etat

Le pôle «culture» est appelé à poursuivre et développer sa collaboration avec les autres services de l'Etat, en particulier dans le cadre des orientations interministérielles qui sont celles des projets d'action stratégique de l'Etat en région (PASER). Plusieurs services concourent en effet avec les DRAC à la réalisation d'objectifs nationaux, que ce soit en

particulier avec les rectorats en matière d'éducation artistique et culturelle, avec les directions régionales de l'équipement et les directions régionales de l'environnement en matière de patrimoine, d'architecture et d'urbanisme ou encore avec les directions régionales du travail, de l'emploi et de la formation professionnelle en matière d'emplois dans le secteur culturel.

Sur plusieurs thèmes, le pôle «culture» a ainsi vocation à être le chef de file de plusieurs actions et doit être un acteur à part entière dans l'élaboration et la conduite des politiques régionales.

5. Les relations avec les collectivités territoriales

Enfin, le pôle «culture» doit s'affirmer comme un interlocuteur privilégié des collectivités territoriales. Il s'agit en l'occurrence de confirmer et renforcer le partenariat actif entre les collectivités territoriales et l'Etat dans le domaine culturel.

Le pôle «culture» pourrait ainsi proposer aux collectivités des concertations régulières, afin de définir de façon cohérente et coordonnée les stratégies territoriales en matière culturelle.

DIRECTION DE L'ADMINISTRATION GENERALE

Circulaire n° 2005/007 du 14 avril 2005 relative aux règles applicables aux marchés relevant des articles 28 et 30 du code des marchés publics issu du décret du 7 janvier 2004 modifié par le décret du 26 novembre 2004 et par l'arrêt du Conseil d'Etat du 23 février 2005 ; désignation des PRM.

Le ministre de la culture et de la communication
à

Mesdames et messieurs les directeurs, délégués et chefs de service à compétence nationale,
les directeurs régionaux des affaires culturelles,
les présidents d'établissement publics.

Le code des marchés issu du décret n° 2004-15 du 7 janvier 2004 s'est traduit pour l'essentiel par un assouplissement des procédures, dans la limite de compatibilité avec les directives communautaires. Son application a toutefois soulevé un certain nombre d'interrogations, qui n'ont pas toutes été réglées par la circulaire du 7 janvier 2004 portant manuel d'application du code des marchés publics.

S'agissant en particulier de la mise en œuvre des obligations de publicité et de mise en concurrence applicable aux marchés de l'article 28 (relevant de la procédure adaptée en fonction de leur montant) et aux marchés de services de l'article 30 (relevant du régime dit allégé), la DAG, sollicitée par certaines directions et établissements publics, a apporté des éléments de réponses ponctuels et provisoires, en l'attente :

- de la modification du CMP annoncée dès l'été 2004 d'une part ;
- de la décision du Conseil d'Etat sur les recours engagés dès février 2004 sur certaines dispositions du CMP issues du décret du 7 janvier 2004, d'autre part.

Le CMP ayant été modifié par le décret n° 2004-1298 du 26 novembre 2004, et le Conseil d'Etat ayant rendu le 23 février 2005, sa décision dans l'affaire *Association pour la transparence et la moralité des marchés publics et autres*⁽¹⁾, il paraît opportun de faire le point sur l'état du droit résultant de ces récentes modifications de la réglementation et de vous faire part des préconisations nécessaires à une application uniforme du code des marchés publics au sein du ministère (administrations centrales, SCN, services déconcentrés et établissements publics soumis au CMP)⁽²⁾, destinée à assurer la sécurité juridique optimale et le meilleur usage des deniers publics.

Vous trouverez ci-joint trois fiches respectivement consacrées :

- aux obligations de publicité et de mise en concurrence applicables aux marchés de l'article 28, relevant de la procédure adaptée, en fonction de leur montant ;
- aux règles applicables aux marchés de services relevant du régime dit allégé de l'article 30, en particulier s'agissant des marchés de services culturels ;
- aux modalités de désignation des personnes responsables des marchés (articles 20 et 5-II du CMP).

La sous-direction des affaires juridiques (mission pour la commande publique) se tient à votre disposition pour vous aider à résoudre les difficultés que vous pourriez rencontrer dans la mise en œuvre de ces dispositions.

Pour le ministre et par délégation :
La directrice de l'administration générale,
Martine Marigeaud

⁽¹⁾ N° 264712, 265248, 265281 et 265343.

⁽²⁾ Les problèmes spécifiques aux EPIC du MCC font l'objet d'une note distincte. En tant que «pouvoirs adjudicateurs» au sens communautaire, ils sont actuellement soumis à la loi du 3 janvier 1991, qui transpose les directives communautaires marchés publics pour les organismes non soumis au CMP, à laquelle sera prochainement substituée une ordonnance, applicable dès le 1^{er} septembre 2005, les deux textes prévoyant la possibilité de se soumettre volontairement au CMP.

Fiche 1

Obligations de publicité et de mise en concurrence applicables aux marchés de l'article 28 (procédure adaptée)

1. Rappels

Le décret n° 2001-210 du 7 mars 2001 a introduit dans le code des marchés publics une nouvelle catégorie, celle des marchés «sans formalités préalables». Pour ces marchés d'un montant inférieur à 90 000 EUR HT, n'était expressément prévue aucune procédure de publicité et de mise en concurrence. Le renvoi aux principes de l'article 1^{er}, applicables à tous les marchés (égalité d'accès, transparence etc.), bien que de nature à imposer une mise en concurrence informelle, ne créait pas *stricto sensu* d'obligation de publicité préalable. L'absence d'une telle publicité préalable ne pouvait donc être constitutive du délit de favoritisme.

En contrepartie du relèvement significatif des seuils de procédures formalisées (en particulier pour l'appel d'offres, alignés sur les seuils des directives communautaires) le décret n° 2004-15 du 7 janvier 2004 a introduit, innovation majeure, une obligation générale de publicité préalable, au premier euro⁽¹⁾, assortie toutefois d'une grande liberté quant au choix des modalités et du support de publicité pour les marchés d'un montant inférieur à 90 000 EUR HT⁽²⁾, pour lesquels l'expression de marchés «sans formalités préalables» a été remplacée par «passés selon une procédure adaptée».

Cette disposition a conduit à des difficultés d'interprétation, notamment en raison de la rédaction de l'article 1^{er}⁽³⁾, qui dispose que «*Quel que soit leur montant, les marchés publics respectent les principes de liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures. Ces principes permettent d'assurer l'efficacité de la commande publique et la bonne utilisation des deniers publics. Ils exigent une définition préalable des besoins de l'acheteur public, le respect des obligations de publicité et de mise en concurrence et le choix de l'offre économiquement la plus avantageuse. Ces obligations sont mises en œuvre conformément aux règles fixées par le présent code*». C'est en vue de résoudre ces difficultés qu'un certain nombre de dispositions du CMP annexées au

⁽¹⁾ Rédaction de janvier 2004 du I de l'article 40 du CMP «En dehors des cas prévus à l'article 30 et aux II et III de l'article 35, tout marché doit être précédé d'une publicité suffisante permettant une mise en concurrence effective (...).»

⁽²⁾ II de l'article 40 «Pour les marchés d'un montant inférieur à 90 000 EUR HT, la personne publique choisit librement les modalités de publicité adaptées au montant et à la nature des travaux, des fournitures ou des services en cause».

⁽³⁾ Article qui n'a pas été modifié.

décret du 7 janvier 2004 ont été modifiées par le décret n° 2004-1298 du 26 novembre 2004.

2. L'état du droit : les marchés d'un montant inférieur à certains seuils peuvent être passés «selon une procédure adaptée»

Les articles 26 et 40 du code des marchés publics résultant du décret du 7 janvier 2004 modifié par le décret n° 2004-1298 du 26 novembre 2004.

2.1. L'article 26 CMP prévoit que «*les marchés sont passés sur appel d'offre*», qu'ils peuvent toutefois être passés selon d'autres procédures (*négociée, dialogue compétitif, conception-réalisation, concours, marchés de définition*), ou encore «*selon les procédures particulières prévues aux articles 30, 31, 68 et 74*» ; il dispose que «*Les marchés peuvent aussi être passés selon une procédure adaptée lorsque le montant estimé du besoin est inférieur aux seuils*» fixés à l'article 28.

2.2. L'article 28 CMP, relatif aux marchés passés selon une procédure adaptée est ainsi rédigé⁽⁴⁾ :

«I - Les marchés passés selon la procédure adaptée sont des marchés passés selon des modalités de publicité et de mise en concurrence déterminées par la personne responsable du marché en fonction de leur objet et de leurs caractéristiques.

Ces marchés sont soumis aux seules règles prévues par le titre I⁽⁵⁾, le titre II⁽⁶⁾ à l'exception du chapitre 5⁽⁷⁾, les I, II, III, IV, VI et VII de l'article 40⁽⁸⁾ et l'article 79⁽⁹⁾ du présent titre⁽¹⁰⁾ ainsi que les titres IV à VI⁽¹¹⁾.

Toutefois les marchés de travaux, de fournitures et de services d'un montant inférieur à 4 000 EUR HT peuvent être passés sans publicité ni mise en concurrence préalables.

II - Pour les marchés de fournitures et de services, les seuils en dessous desquels la procédure adaptée est possible sont de 150 000 EUR HT pour l'Etat et de 230 000 EUR HT pour les collectivités territoriales.

III - Pour les marchés de travaux, le seuil en dessous duquel la procédure adaptée est possible est de 230 000 EUR HT. (...)

⁽⁴⁾ Modifications issues du décret du 26 novembre en gras.

⁽⁵⁾ Titre I : Champ d'application et principes généraux

⁽⁶⁾ Titre II : Dispositions générales ; chapitre 1^{er} : Détermination des besoins à satisfaire (art.5) ; chapitre 2 : définition des prestations (art.6).

⁽⁷⁾ Documents constitutifs du marché.

⁽⁸⁾ Organisation de la publicité.

⁽⁹⁾ Notification des marchés

⁽¹⁰⁾ Titre III : Règles de passation des marchés.

⁽¹¹⁾ Titre IV : Exécution des marchés ; titre V : Dispositions relatives au contrôle ; titre VI : Dispositions diverses.

V. – Les marchés passés sans formalités préalables mentionnés dans le code des collectivités territoriales et le code de la santé publique sont les marchés d'un montant inférieur aux seuils fixés aux II, au 1^{er} alinéa du III et au IV du présent article.»

3. Passation des marchés «selon une procédure adaptée»

3.1. Les seuils de recours à la procédure adaptée (article 28, II et III)

Pour l'Etat, peuvent être passés selon une procédure «adaptée» :

- les marchés de services et de fournitures d'un montant inférieur à 150 000 EUR HT⁽¹²⁾ ;

- les marchés de travaux d'un montant inférieur à 230 000 EUR HT.

3.2. La règle : les marchés passés selon la procédure adaptée doivent être précédés d'une publicité préalable permettant une concurrence effective

L'article 40 CMP relatif aux règles de publicité résultant du décret du 26 novembre 2004 dispose que :

«I - En dehors des cas prévus au troisième alinéa du I de l'article 28⁽¹³⁾ et aux II et III de l'article 35⁽¹⁴⁾, tout marché doit être précédé d'une publicité suffisante permettant une mise en concurrence effective, dans les conditions définies ci-après.

II - Pour les marchés d'un montant compris entre 4 000 EUR HT et 90 000 EUR HT, la personne publique choisit librement les modalités de publicité adaptées au montant et à la nature des travaux, fournitures ou des services en cause (...).

3.2.1. Les avis de publicité des marchés passés selon la procédure adaptée peuvent être mis en ligne sur un site internet

La règle de publicité préalable est peu contraignante. L'obligation de publicité préalable «adaptée», qui ne peut se réduire à une simple mise en concurrence⁽¹⁵⁾, implique un acte de rendre public. Mais la publicité n'est pas synonyme de publication - souvent coûteuse - dans la presse écrite.

⁽¹²⁾ Pour les collectivités territoriales, 230 000 EUR HT, seuil applicable aux autorités «subcentrales», du fait de l'accord sur les marchés publics (AMP) conclu dans le cadre de l'OMC.

⁽¹³⁾ Ajout du décret du 26 novembre 2004.

⁽¹⁴⁾ Les mots : «à l'article 30» ont été annulés par la décision du Conseil d'Etat rendue le 23 février 2005 (voir fiche 2 sur les marchés de l'article 30).

⁽¹⁵⁾ Cette interprétation, qui figurait au point 8.2.1. de la circulaire du 7 janvier 2004 portant manuel d'application du code des marchés publics, ne figure plus dans sa nouvelle version consolidée, issue de sa modification du 16 décembre 2004, du fait de la dispense de publicité introduite pour les seuls marchés de montant inférieur à 4 000 EUR, par le décret du 26 novembre.

La finalité de la publicité - permettre «une mise en concurrence effective» - peut ainsi être atteinte par la mise en ligne de l'avis de publicité sur le site ou portail internet de l'acheteur public (site propre à un établissement public, ou site du ministère pour les administrations centrales et les services à compétence nationale)⁽¹⁶⁾. Il est toutefois recommandé, en vue d'assurer la mise en concurrence la plus large, de recourir au portail interministériel des marchés publics (<http://www.marches-publics.gouv.fr>), ou, pour les DRAC, sur le site de la préfecture de région.

Dans tous les cas, il paraît opportun, afin que cette démarche de publication sur le site internet soit parfaitement conforme aux obligations de transparence, de procéder, une fois par an, à la publication, dans un support écrit d'audience nationale, d'un avis indiquant les références du site où seront publiés les avis de marchés à passer selon la procédure adaptée pour l'année à venir.

3.2.2. La mise en concurrence doit respecter les principes de l'article 1^{er} CMP

Des principes de l'article 1^{er} du CMP, applicables à tous les marchés quel que soit leur montant, découlent un certain nombre d'exigences.

Ainsi, afin de garantir la liberté d'accès à la commande publique, l'égalité de traitement des candidats et la transparence des procédures, l'avis de publicité doit contenir les informations essentielles sur le ou les marchés que la personne responsable du marché (PRM) entend passer, de manière à permettre aux prestataires potentiels d'en prendre connaissance et de manifester leur intérêt.

A cette fin, l'avis doit notamment comporter les mentions suivantes :

- objet de la consultation ;
- cadre juridique ; procédure adaptée (article 28- I CMP) ;
- description sommaire de la procédure négociée ;
- critères de sélection des candidatures (expérience, références, moyens...) ;
- composition du dossier de candidature⁽¹⁷⁾ ;

⁽¹⁶⁾ Cela est moins évident si la publicité est faite par voie d'affichage, même si cela est admis au point 8.2.1 de la circulaire du MINEFI susmentionnée «L'acheteur a le choix entre trois catégories de supports écrits : la presse écrite, l'affichage et l'internet». Ladite circulaire indique d'ailleurs que l'affichage «concerne essentiellement les collectivités territoriales», sans préciser si cela vaut pour les seuls marchés de faible montant. S'agissant de la publicité hors presse, elle indique qu'on peut «prévoir l'insertion d'avis de publicité soit sur le site de l'acheteur ou tout autre portail ou site web adapté, susceptible d'élargir la publicité du marché»

⁽¹⁷⁾ Plaquette, catalogue, ou document mentionnant les prestations proposées et les principales références et clients.

- date limite de réception des dossiers de candidatures⁽¹⁸⁾ ;
- éventuellement, critères de choix de l'offre⁽¹⁹⁾, non nécessairement hiérarchisés.

La PRM est ensuite libre de consulter les entreprises de son choix, parmi celles qui ont ou non envoyé un dossier, dans le respect des principes d'égalité de traitement de transparence, et du souci d'une bonne utilisation des deniers publics. Elle peut aussi librement négocier les offres ou propositions des entreprises, dans le respect des mêmes principes.

Il convient enfin de noter que si les procédures de recours, notamment le référé précontractuel, ne sont pas ouvertes pour ces marchés passés selon la procédure adaptée⁽²⁰⁾, et que l'envoi d'un dossier ne donne aucun droit au prestataire d'être ultérieurement consulté par la PRM, une entreprise présentant des références adéquates pourrait à juste titre s'étonner de n'être jamais invitée par la PRM à remettre une offre et contester les effets discriminatoires de cette pratique.

3.2.3. Les risques encourus en cas de non respect des règles de publicité

Du fait de la combinaison des nouvelles dispositions du CMP, il apparaît que le non respect des obligations précitées, en particulier de publicité préalable, expose l'acheteur public à un risque pénal. Le délit de favoritisme est défini par l'article 432-14 du code pénal comme le fait «de procurer ou de tenter de procurer à autrui un avantage injustifié par un acte contraire aux dispositions législatives ou réglementaires ayant pour objet de garantir la liberté d'accès et l'égalité des candidats dans les marchés publics et les délégations de service public.», pour toute personne ayant le pouvoir d'intervenir dans la procédure d'attribution des contrats⁽²¹⁾. La règle de publicité préalable posée par l'article 40 étant de celles qui ont un tel objet, il est manifeste qu'en concluant un marché avec un prestataire, sans avoir préalablement procédé à une mise en concurrence précédée d'une publicité, un acheteur public procure à ce prestataire un «avantage injustifié»⁽²²⁾.

⁽¹⁸⁾ Le délai est fixé librement, mais raisonnablement, en fonction du délai incompressible entre l'envoi à la publication et la mise en ligne sur le site d'une part, et le temps de réponse des entreprises : un délai trop court peut être discriminatoire.

⁽¹⁹⁾ A défaut, ceux-ci doivent être indiqués dans la lettre d'invitation à remettre une proposition envoyée aux entreprises sélectionnées.

⁽²⁰⁾ Du chapitre VI du titre III (achèvement de la procédure), seul l'article 79 est applicable aux marchés passés selon la procédure adaptée ; ce n'est pas le cas des articles 75, 76, 77, 78 et 80.

⁽²¹⁾ Pas seulement la PRM.

⁽²²⁾ La jurisprudence a précisé les différents éléments constitutifs de ce délit, lesquels ont été rappelés dans une circulaire du ministère de la justice du 4 mars 2002, consacrée à l'impact du nouveau code des marchés publics sur le champ d'application du délit de favoritisme (NOR : JUSDO230050C).

3.3. L'exception : les dispositions spécifiques aux marchés de montant inférieur à 4 000 EUR HT résultant du décret du 26 novembre 2004

3.3.1. Les marchés de montant inférieur à 4 000 EUR HT sont dispensés de toute obligation de publicité et de concurrence

Le troisième alinéa du I de l'article 28 CMP dans sa rédaction issue du décret du 26 novembre 2004 dispose que *«les marchés de travaux, de fournitures et de services d'un montant inférieur à 4 000 EUR HT peuvent être passés sans publicité ni mise en concurrence préalables»*. Le I de l'article 40 CMP confirme la dispense de publicité préalable : *«En dehors des cas prévus au troisième alinéa du I de l'article 28⁽²³⁾ et aux II et III de l'article 35⁽²⁴⁾, tout marché doit être précédé d'une publicité suffisante permettant une mise en concurrence effective, dans les conditions définies ci-après»*.

De ces dispositions, il résulte clairement que tous les marchés (de travaux, de fournitures et de services) d'un montant inférieur à 4 000 EUR HT peuvent être passés non seulement sans publicité préalable, mais également sans mise en concurrence informelle, et que l'acheteur public n'est alors pas exposé au risque pénal évoqué au point précédent, qui ne peut être constitué qu'en cas de violation d'une règle.

Il convient toutefois de noter que cette disposition n'a été introduite dans le CMP par le décret du 26 novembre que pour répondre à un certain nombre de situations, rencontrées essentiellement par les petites collectivités territoriales, pour des achats présentant un caractère d'urgence ou d'imprévisibilité, ou pour lesquels une mise en concurrence entraînerait des coûts disproportionnés au montant du marché.

3.3.2. Le recours à cette disposition devrait être résiduel

En effet, la détermination des besoins à satisfaire relève des principes fondamentaux du CMP, applicables aux marchés passés selon une procédure adaptée, l'article 5 disposant en particulier que :

«I - La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminés avec précision par la personne publique avant tout appel à la concurrence ou toute négociation non précédée d'un appel à la concurrence. Le marché conclu par la personne

publique doit avoir pour objet exclusif de répondre à ces besoins.

II - L'autorité compétente détermine le niveau auquel les besoins de fournitures et de services sont déterminés. Ce choix ne saurait avoir pour effet de soustraire les marchés aux règles qui leur sont applicables en vertu du présent code».

Par ailleurs, en ce qui concerne les fournitures et les services, l'article 27 CMP, relatif aux modalités de choix de la procédure applicable quand celle-ci est fonction d'un seuil (ce qui est le cas pour la procédure adaptée), dispose que pour évaluer le montant des besoins à comparer aux seuils, il est procédé, quel que soit le nombre de prestataires auquel il est fait appel, *«à une estimation de la valeur totale des fournitures ou des services qui peuvent être considérés comme homogènes soit en raison de leurs caractéristiques propres, soit parce qu'ils constituent une unité fonctionnelle»*, et que *«pour les marchés d'une durée inférieure ou égale à un an, la valeur totale (...) est celle qui correspond aux besoins d'une année»*.

Si l'acheteur public procède comme il y est tenu par l'article 5, à cette évaluation des besoins à satisfaire, dans les conditions fixées par l'article 27, les marchés qu'il conclut doivent lui permettre de satisfaire ses besoins récurrents en matière de fournitures et de services.

Par ailleurs, s'agissant des besoins non récurrents, l'article 71 CMP prévoit que *«lorsque, pour des raisons économiques, techniques ou financières, le rythme ou l'étendue des besoins à satisfaire ne peuvent être entièrement arrêtés dans le marché, l'acheteur public peut passer un marché fractionné sous la forme d'un marché à bons de commande»*.

Il en résulte que les situations justifiant d'une commande d'un montant inférieur à 4 000 EUR HT sont en réalité rares et que la nouvelle disposition, dont la vocation est résiduelle, ne devrait pas bouleverser les pratiques antérieures.

3.3.3. Il est toutefois recommandé de procéder à une mise en concurrence informelle

Bien qu'il ne s'agisse pas d'une obligation réglementaire, il est recommandé, pour ces marchés dispensés de publicité préalable, de procéder à une mise en concurrence informelle consistant à consulter au moins trois entreprises sur la base d'un devis. Cette mise en concurrence permet en effet de comparer les offres, et de choisir l'offre économiquement la plus avantageuse, dans une optique de bon usage des deniers publics.

(23) Ajout du décret du 26 novembre 2004.

(24) Les mots : «à l'article 30» ont été annulés par la décision du Conseil d'Etat rendue le 23 février 2005 (voir fiche 2 sur les marchés de l'article 30).

Fiche 2

Règles applicables aux marchés de services relevant du régime dit allégé de l'article 30, en particulier aux marchés de services culturels

La directive n° 92/50 du 18 juin 1992 portant coordination des procédures de passation des marchés publics de services distingue deux catégories de marchés de services, les marchés de services dont la passation est soumise à l'ensemble des règles de publicité et de concurrence (annexe IA) d'une part, et les marchés de services soumis à un régime dit allégé (annexe IB), d'autre part.

Le code des marchés publics issu du décret du 7 janvier 2004 a transposé ces dispositions respectivement :

- à l'article 29, relatif aux marchés de services soumis au régime de droit commun ;

- à l'article 30, relatif aux marchés de services relevant du régime dit «allégé», dont l'alinéa 1^{er} dispose que *«Quel que soit leur montant, les marchés publics de services qui ont pour objet des prestations de services ne figurant pas à l'article 29 sont soumis, en ce qui concerne leur passation, aux seules obligations relatives à la définition des prestations par référence à des normes, lorsqu'elles existent, ainsi qu'à l'envoi d'un avis d'attribution lorsque leur montant atteint 230 000 EUR HT»*.

Interrogée par les services sur la portée de cette disposition qui semblait dispenser les marchés de l'article 30 de toute obligation de publicité préalable et de mise en concurrence, la DAG a indiqué à plusieurs reprises en 2004 qu'il était, eu égard aux principes de l'article 1^{er} CMP, et de la jurisprudence convergente du Conseil d'Etat, du Conseil constitutionnel et de la Cour de justice des communautés européennes, *«hautement souhaitable de procéder à une mise en concurrence précédée d'une publicité pour ces marchés, sauf dans les cas où les conditions de l'article 35-III-4° sont réunies, pour les seuls marchés qui ne peuvent être confiés qu'à un prestataire déterminé pour des raisons techniques, artistiques ou tenant à la protection de droits d'exclusivité»*⁽¹⁾. Il ne s'agissait jusqu'ici que d'une règle de prudence et d'une recommandation de bonne pratique.

Suite à l'arrêt rendu par le Conseil d'Etat le 23 février 2005, dans l'affaire *Association pour la transparence et la moralité des marchés publics et autres*⁽²⁾,

l'obligation de procéder à une mise en concurrence précédée de publicité est désormais une règle de droit.

Il convient par conséquent, afin de préciser les obligations qui découlent de ladite décision pour les acheteurs publics, particulièrement s'agissant des marchés de services culturels⁽³⁾, de rappeler le cadre juridique communautaire et national qui la fonde.

1. Le cadre communautaire

1.1. La directive n° 92/50 du 18 juin 1992 portant coordination des procédures de passation des marchés publics de services, distingue deux catégories de marchés de services :

- les marchés de services visés à l'article 8 de la directive et listés en son annexe IA, dont la passation est soumise à l'ensemble des règles de publicité et de concurrence des titres III et IV de ladite directive ;

- les marchés de services dits «non prioritaires», visés à l'article 9 de la directive et listés en son annexe IB, qui ne sont soumis qu'à deux articles de la directive : l'article 14 (obligation de définition des spécificités techniques du marché par référence à des normes⁽⁴⁾) et l'article 16 (obligation d'envoi d'un avis d'attribution à l'OPOCE⁽⁵⁾), régime dénommé en France «allégé».

Les annexes IA et IB de ladite directive, qui listent les catégories de services relevant respectivement du régime plein et du régime allégé, renvoient à une nomenclature d'activités de l'ONU, la CPC provisoire, laquelle répertorie les services concernés.

⁽³⁾ Le MCC l'a anticipée pour les commandes d'œuvres dans le cadre du 1 % artistique, dans le décret n° 2005-90 du 4 février 2005 modifiant le décret n° 2002-677 du 29 avril 2002 relatif à l'obligation de décoration des constructions publiques et précisant les conditions de passation des marchés ayant pour objet de satisfaire à cette obligation, pris en application de l'article 31 CMP, en introduisant une obligation de publicité préalable pour ces marchés qui relèvent des services culturels de l'annexe IB de la directive 2004/18.

⁽⁴⁾ Article 14 - 1. Les spécifications techniques visées à l'annexe II figurent dans les documents généraux ou dans les documents contractuels propres à chaque marché. - 2. Sans préjudice des règles techniques nationales obligatoires, pour autant que celles-ci soient compatibles avec le droit communautaire, les spécifications techniques sont définies par les pouvoirs adjudicateurs par référence à des normes nationales transposant des normes européennes ou par référence à des agréments techniques européens ou par référence à des spécifications techniques communes.

⁽⁵⁾ Article 16 - 1. Les pouvoirs adjudicateurs qui ont passé un marché public ou organisé un concours envoient un avis concernant les résultats de la procédure d'attribution à l'Office des publications officielles des Communautés européennes. - 2. Les avis seront publiés : - pour les marchés publics de services énumérés à l'annexe IA, conformément aux articles 17 à 20, - pour les concours, conformément à l'article 17. - 3. Dans le cas des marchés publics de services énumérés à l'annexe IB, les pouvoirs adjudicateurs indiquent dans l'avis s'ils en acceptent la publication.

⁽¹⁾ Voir notamment notes à la DRAC Champagne-Ardenne du 02-06 ; à la DMF du 21-06 ; à la DAP du 25-06, au préfet de région Loire du 26-07, et à la BNF du 02-08.

⁽²⁾ N° 264712, 265248, 265281 et 265343.

1.2. La directive 2004/18 du 31 mars 2004 relative à la coordination des procédures de marchés de travaux, de fournitures et de services, qui a récemment modifié la directive n° 92/50 du 18 juin 1992 relative aux marchés publics de services, tout en reprenant à l'identique les dispositions de ses articles 8 et 9, prévoit que :

- la passation des marchés de services de l'article 20 figurant à l'annexe IIA est soumise aux règles de publicité et de concurrence des articles 23 à 55 ;
- la passation des marchés de services de l'article 21 figurant à l'annexe IIB, demeure soumise aux seules dispositions de l'article 23 (obligation de définition des spécificités techniques du marché par référence à des normes) et de l'article 35- §4 (obligation d'envoi d'un avis d'attribution à l'OPOCE), le régime «allégé» n'étant pas modifié par la nouvelle directive.

1.3. Les marchés de services relevant du régime «allégé» (annexe IB de la directive 92/50 et annexe IIB de la directive 2004/18) sont répertoriés en 10 catégories :

- 17 : services d'hôtellerie et de restauration
- 18 : services de transports ferroviaires
- 19 : services de transport par eau
- 20 : services annexes et auxiliaires de transport
- 21 : services juridiques
- 22 : services de placement et de fourniture de personnel
- 23 : services d'enquête et de sécurité, à l'exclusion des services de véhicules blindés
- 25 : services d'éducation et de formation professionnelle
- 26 : services récréatifs, culturels et sportifs
- 27 : autres services

1.4. Les annexes de la directive 2004/18 renvoient à une nouvelle nomenclature spécifique aux marchés publics, la nomenclature CPV (instaurée par le règlement du 5 novembre 2002 du Parlement européen et du Conseil modifié), qui, sans modifier la ligne de partage entre les services relevant des deux régimes, en donne une description plus détaillée de chaque catégorie⁽⁶⁾.

1.5. Bien que relevant d'un régime allégé de passation, les marchés de services de l'annexe IB (ou IIB) relèvent pleinement de la discipline des directives communautaires relatives aux marchés publics, en particulier des recours instaurés par la directive 89/665/CEE du Conseil, du 21 décembre 1989, portant coordination des dispositions législatives,

⁽⁶⁾ La CPV figure en tableau de correspondance dans les annexes de la nouvelle directive marchés publics 2004/18 du 31 mars 2004 ; son usage est obligatoire dans les avis de publicité au JOUE dès son entrée en vigueur. Voir tableau annexé à la présente fiche.

réglementaires et administratives relatives à l'application des procédures de recours en matière de passation des marchés publics de fournitures et de travaux⁽⁷⁾. Le référé précontractuel est donc ouvert pour ces marchés, dans les conditions fixées par l'arrêt de la CJCE dans l'affaire *Alcatel Austria* (C-81/98), qui impose un délai de 10 jours entre l'information des candidats évincés et la signature du marché.

1.6. Enfin, il convient de noter que la Commission européenne, dans le cadre du recours en manquement introduit en octobre 2004 devant la Cour de justice des communautés européennes, sur certaines dispositions du code des marchés publics de 2001, estime que les marchés de l'annexe IB sont soumis aux principes de transparence et d'égalité découlant du Traité⁽⁸⁾. La CJCE a en effet jugé, dans un arrêt rendu le 7 décembre 2000 dans l'affaire *Telaustria Verlags*, que les contrats non soumis aux règles des directives marchés publics doivent respecter les principes du Traité, et doivent faire l'objet d'une publicité permettant aux entreprises potentiellement concernées de manifester leur intérêt. Cette jurisprudence a été confirmée par l'arrêt rendu le 3 décembre 2001 dans l'affaire *Ben Moustien Vestergaard*, pour les marchés soumis aux directives mais de montant inférieur aux seuils communautaires. La Commission estime que cette jurisprudence est applicable aux marchés de services de l'annexe IB. La Cour sera également conduite à se prononcer sur ce point dans un recours en manquement introduit contre l'Irlande, à propos des services sanitaires et sociaux (affaire 507/03).

2. La transposition en droit interne dans le code des marchés publics de 2004

2.1. Le champ d'application de l'article 30

Les dispositions de la directive 92/50 relatives aux marchés de services de l'annexe IB ont été transposées de manière restrictive dans le code des marchés publics du 7 mars 2001. L'article 30 limitant le champ du régime allégé à quatre catégories de services⁽⁹⁾ (les services juridiques ; les services sociaux et sanitaires ; les services récréatifs, culturels et sportifs ; les services d'éducation ; les services de qualification et d'insertion professionnelles), les autres catégories de marchés de services étaient soumises au régime de droit commun.

⁽⁷⁾ Voir notamment arrêt du 18 juin 2002, *Krankenhaustechnik* (C-92/00).

⁽⁸⁾ Elle estime en particulier que la dispense de publicité prévue pour les marchés de services de l'article 30 est contraire au Traité tel qu'interprété par la CJCE.

⁽⁹⁾ L'article 30 renvoyait à un arrêté la liste des services concernés pour chacune des ces quatre catégories, liste qui, bien qu'inspirée de la nomenclature CPC précitée, était plus restreinte.

Inversant la méthode de transposition, le décret du 7 janvier 2004 a en revanche fixé à l'article 29 une liste limitative des marchés de services soumis au régime de droit commun, les services ne figurant pas à l'article 29⁽¹⁰⁾ étant réputés relever du régime allégué de l'article 30, sous réserve de vérification dans la nomenclature communautaire⁽¹¹⁾.

Il en résulte que tous les marchés de l'annexe IB relèvent du régime allégué de l'article 30⁽¹²⁾. Tel est notamment le cas des services de formation, de restauration, de gardiennage et de sécurité, et de certains services de transport (agences de voyage), qui relevaient du régime de droit commun sous l'empire du code de mars 2001.

2.2. Le régime juridique des marchés de l'article 30

L'alinéa 1^{er} de l'article 30 CMP issu du décret du 7 janvier 2004 est ainsi rédigé :

«Quel que soit leur montant, les marchés publics de services qui ont pour objet des prestations de services ne figurant pas à l'article 29 sont soumis, en ce qui concerne leur passation, aux seules obligations relatives à la définition des prestations par référence à des normes, lorsqu'elles existent, ainsi qu'à l'envoi d'un avis d'attribution lorsque leur montant atteint 230 000 EUR HT.

Ces marchés sont soumis aux règles prévues par le titre I^{er}⁽¹³⁾, les chapitres 1^{er} et 2 du titre II⁽¹⁴⁾, le présent article et les titres IV à VI⁽¹⁵⁾.»

⁽¹⁰⁾ 1. Services d'entretien et de réparation ; 2. Services de transports terrestres, y compris les services de véhicules blindés et les services de courrier ; 3. Services de transports aériens : transports de voyageurs et de marchandises ; 4. Services de transports de courrier par transport terrestre et par air ; 5. Services de télécommunications ; 6. Services financiers : services d'assurances, services bancaires et d'investissement, sous réserve des dispositions du 5^o de l'article 3 du présent code ; 7. Services informatiques et services connexes ; 8. Services de recherche-développement, sous réserve des dispositions du 6^o de l'article 3 du présent code ; 9. Services comptables et d'audit ; 10. Services d'études de marché et de sondages ; 11. Services de conseil en gestion et services connexes ; 12. Services d'architecture, services d'ingénierie et services intégrés d'ingénierie, services d'aménagement urbain et d'architecture paysagère, services connexes de consultations scientifiques et techniques, services d'essais et d'analyses techniques ; 13. Services de publicité ; 14. Services de nettoyage de bâtiments et services de gestion de propriétés ; 15. Services de publication et d'impression ; 16. Services de voirie et d'enlèvement des ordures, services d'assainissement et services analogues.

⁽¹¹⁾ Voir circulaire d'application du 7 janvier 2004 modifiée. Ainsi, les services de communication et d'organisation d'événements, bien que non explicitement visés à l'article 29, en relèvent au titre de la catégorie 13 des services de publicité. De même, les prestations de mandat de maîtrise d'ouvrage de la loi MOP, relèvent pour l'essentiel de la catégorie 12 des services d'ingénierie.

⁽¹²⁾ Ce choix résulte en partie de la prise en compte du poids du secteur associatif dans certains secteurs, en particulier les services sanitaires et sociaux.

⁽¹³⁾ Champ d'application et principes généraux

⁽¹⁴⁾ Détermination des besoins à satisfaire (art.5) ; définition des prestations (art.6).

⁽¹⁵⁾ Exécution des marchés ; Dispositions relatives au contrôle ; Dispositions diverses.

Il découle de cette rédaction⁽¹⁶⁾, qui ne vise pas les règles de passation du titre III, que les marchés de l'article 30 ne sont pas soumis aux règles de publicité et de mise en concurrence, ce que confirme le I de l'article 40, lequel dispose que : *«En dehors des cas prévus au troisième alinéa du I de l'article 28⁽¹⁷⁾, à l'article 30 et aux II et III de l'article 35, tout marché doit être précédé d'une publicité suffisante permettant une mise en concurrence effective (...)*».

3. Conséquences pour les marchés de services de l'article 30 de l'arrêt rendu le 26 février 2005 par le Conseil d'Etat

Dans un arrêt rendu le 23 février 2005, dans l'affaire *Association pour la transparence et la moralité des marchés publics et autres*⁽¹⁸⁾, le Conseil d'Etat a annulé l'alinéa 1^{er} de l'article 30, ainsi que la référence à l'article 30 à l'alinéa I de l'article 40, au motif que la dispense générale de publicité préalable et de concurrence était contraire aux principes d'égalité d'accès à la commande publique⁽¹⁹⁾ consacrés par la décision n° 2003-473 DC du 26 juin 2003 du Conseil constitutionnel⁽²⁰⁾, visée dans l'arrêt, ainsi que le préambule de la Constitution⁽²¹⁾.

Seul le premier alinéa de l'article 30 ayant été annulé, les prestations relatives à la représentation d'une personne publique en vue du règlement d'un litige demeurent soustraits à toute obligation de publicité et de mise en concurrence, contrairement aux prestations de conseil juridique.

Le CE ayant estimé que l'absence de visa de l'article 76 à l'article 30, ne faisait pas obstacle à l'exercice des droits de recours, il est confirmé que le référé précontractuel est ouvert pour ces marchés, dans les conditions fixées par cet article (délai de 10 jours découlant de l'arrêt Alcatel précité).

⁽¹⁶⁾ Non modifiée sur ce point par rapport à celle de mars 2001.

⁽¹⁷⁾ Ajout de mise en cohérence opéré par le décret du 26 novembre 2004

⁽¹⁸⁾ N° 264712, 265248, 265281 et 265343.

⁽¹⁹⁾ «si certains marchés publics de services ayant pour objet des prestations ne figurant pas à l'article 29, peuvent être passés sans publicité préalable et même, éventuellement, sans mise en concurrence, en raison de leur objet ou de situations répondant à des motifs d'intérêt général, il ne saurait en résulter que tous ces marchés puissent être conclus sans respecter les principes rappelés par l'article 1^{er} du code ; que dès lors, le premier alinéa de l'article 30 ne pouvait, sans méconnaître les principes de liberté d'accès à la commande publique, d'égalité de traitement des candidats et de transparence des procédures, dispenser de façon générale la passation de tous ces contrats d'une procédure adéquate de publicité et de mise en concurrence.»

⁽²⁰⁾ Voir considérant 18 : «que, toutefois, la généralisation de telles dérogations au droit commun de la commande publique ou de la domanialité publique serait susceptible de priver de garanties légales les exigences constitutionnelles inhérentes à l'égalité devant la commande publique»

⁽²¹⁾ Confirmant ainsi la portée de son avis du 29 juillet 2002 (*société MAJ Blanchisserie de Pantin*).

Si le CMP n'était pas modifié suite à cet arrêt du CE, les marchés de services de l'article 30 seraient soumis aux règles de publicité s'imposant aux marchés relevant du droit commun, et fixées à l'article 40, en fonction des seuils. Afin d'éviter cet inconvénient, un projet de décret devrait être adopté dans les prochaines semaines.

L'article 30 en sera rédigé dans les termes suivants :
«Quel que soit leur montant, les marchés publics de services qui ont pour objet des prestations de services ne figurant pas à l'article 29 sont passés selon des modalités de publicité et de mise en concurrence déterminées par la personne responsable des marchés.

Toutefois, les marchés d'un montant inférieur à 4 000 EUR HT peuvent être passés sans publicité ni mise en concurrence préalables.

Ces marchés sont soumis aux règles prévues par le titre I^{er}, les chapitres 1^{er} et 2 du titre II, le présent article, l'article 80 et les titres IV à VI.

Lorsque leur montant est égal ou supérieur à 230 000 EUR HT, ces marchés sont soumis à l'obligation de définir les prestations selon les règles fixées à l'article 6 et d'envoyer un avis d'attribution dans les conditions prévues à l'article 80.»

Cette rédaction aurait pour effet :

- d'étendre aux marchés de l'article 30 l'obligation de mise en concurrence précédée d'une publicité, sauf pour les marchés de montant inférieur à 4 000 EUR HT ;
- de maintenir la liberté de choix du support de publicité, quel que soit le montant du marché (en évitant de généraliser à ces marchés les seuils de publicité préalables de 90 000 EUR (BOAMP ou JAL) et 150 000 EUR (JOUE) ;
- de maintenir la liberté de choix de la procédure, quel que soit le montant du marché.

4. La mise en œuvre des nouvelles dispositions au sein du MCC

4.1. Champ de l'obligation de mise en concurrence précédée d'une publicité

L'obligation de mise en concurrence précédée d'une publicité pour les marchés de l'article 30 ne souffre que deux exceptions :

- marchés de montant inférieur à 4 000 EUR HT,
- marchés *«qui ne peuvent être confiés qu'à un prestataire déterminé pour des raisons techniques, artistiques ou tenant à la protection de droits d'exclusivité»*, sur le fondement de l'article 35-III-4, dont les conditions sont difficiles à réunir, la jurisprudence administrative étant en ce domaine très restrictive.

4.2. Mise en œuvre de l'obligation de publicité

Si les modalités de mise en concurrence sont librement choisies par la personne publique, elles doivent respecter les principes de l'article 1^{er} du code, comme pour la «procédure adaptée» des marchés de l'article 28.

Les marchés de l'article 30 concernant des services très hétérogènes, les modalités de publicité et de mise en concurrence peuvent varier d'une catégorie à une autre, voire au sein d'une même catégorie, ainsi qu'en fonction du montant du marché.

La finalité de la publicité - permettre *«une mise en concurrence effective»* - peut ainsi être atteinte par la mise en ligne de l'avis de publicité sur le site ou portail internet de l'acheteur public (site propre à un établissement public, ou site du ministère pour les administrations centrales et les services à compétence nationale)⁽²²⁾. Il est toutefois recommandé, comme pour les marchés passés selon la procédure adaptée de l'article 28 (voir fiche 1), de recourir au portail interministériel des marchés publics (<http://www.marches-publics.gouv.fr>) ou, pour les DRAC, au site ou plate-forme de la préfecture de région.

Plus une prestation de service relève du secteur concurrentiel, et plus son montant est élevé, plus il est opportun de publier un avis de publicité dans la presse écrite et de formaliser la procédure de mise en concurrence, ce qui n'exclut jamais la possibilité de négocier le marché, éventuellement avec plusieurs concurrents. Tel est notamment le cas des services de formation, de restauration, de gardiennage et de sécurité, qui relevaient du régime de droit commun sous l'empire du code de mars 2001. Tel est également le cas, dans le domaine des services culturels, des services ouverts de longue date à la concurrence (par exemple les services de production de films et de vidéo).

Les services culturels présentant une forte hétérogénéité, il convient d'adapter les modalités de publicité et de mise en concurrence à chaque cas particulier. Ainsi, les services de restauration de mobilier, dont les prestataires sont des PME artisanales, requièrent le choix de supports de publicité appropriés.

⁽²²⁾ Cela est moins évident si la publicité est faite par voie d'affichage, même si cela est admis au point 8.2.1 de la circulaire du MINEFI susmentionnée «L'acheteur a le choix entre trois catégories de supports écrits : la presse écrite, l'affichage et l'internet». Ladite circulaire indique d'ailleurs que l'affichage «concerne essentiellement les collectivités territoriales», sans préciser si cela vaut pour les seuls marchés de faible montant. S'agissant de la publicité hors presse, elle indique qu'on peut «prévoir l'insertion d'avis de publicité soit sur le site de l'acheteur ou tout autre portail ou site web adapté, susceptible d'élargir la publicité du marché»

La publicité des commandes artistiques, qui relèvent des marchés de services culturels de l'annexe IIB de la directive 2004/18⁽²³⁾, doit privilégier les supports connus des artistes, la procédure de mise en concurrence doit bien entendu tenir compte des spécificités de ce type de commande.

On peut en ce domaine s'inspirer de ce qui est d'ores et déjà prévu dans le décret n° 2002-677 du 29 avril 2002 modifié par le décret n° 2005-90 du 4 février 2005, relatif à l'obligation de décoration des constructions publiques et précisant les conditions de passation des marchés ayant pour objet de satisfaire à cette obligation, qui prévoit une publicité préalable et organise une procédure collégiale, transparente et non discriminatoire⁽²⁴⁾ pour le choix des projets d'œuvres artistiques.

S'agissant des prestations de conseil juridique, l'obligation de publicité et de concurrence, radicalement nouvelle, doit être mise en œuvre dans des conditions compatibles avec le caractère confidentiel des dossiers et avec les règles déontologiques de la profession.

4.3. Contenu de l'avis de publicité et procédure adaptée aux marchés de l'article 30

Afin de garantir la liberté d'accès à la commande publique, l'égalité de traitement des candidats et la transparence des procédures, l'avis de publicité doit contenir les informations essentielles sur le ou les marchés que la personne responsable du marché (PRM) entend passer, de manière à permettre aux prestataires potentiels d'en prendre connaissance et de manifester leur intérêt.

A cette fin, l'avis doit notamment - sous réserve des adaptations à chaque type de prestation - comporter les mentions suivantes :

- objet de la consultation ;
- cadre juridique (article 30 CMP) ;
- description sommaire de la procédure négociée ;

⁽²³⁾ La nomenclature CPV fait notamment apparaître, sous la rubrique 26 «services culturels et artistiques» (voir annexe 2 de la présente fiche) les références suivantes : «services de création et d'interprétation d'œuvres artistiques et littéraires» ; «œuvres d'art» ; «services artistiques» ; «services prestés par les auteurs» ; «services prestés par les compositeurs» ; «services prestés par les sculpteurs» ; «services prestés par les artistes» ; «services prestés par les artistes indépendants».

⁽²⁴⁾ Article 8 du décret modifié : Le programme de la commande artistique fait l'objet de la part du maître de l'ouvrage d'une publicité adaptée permettant une information suffisante des artistes, en fonction de la nature et du montant de la commande. Le maître de l'ouvrage indique le nombre d'artistes qu'il consultera. Peut être négociée sans publicité préalable toute commande qui ne peut être confiée qu'à un prestataire déterminé pour des raisons techniques, artistiques ou tenant à la protection des droits d'exclusivité.

- critères de sélection des candidatures (expérience, références, moyens...) ;
- composition du dossier de candidature⁽²⁵⁾ ;
- date limite de réception des dossiers de candidatures⁽²⁶⁾ ;
- éventuellement, critères de choix de l'offre⁽²⁷⁾, non nécessairement hiérarchisés ;
- définition des caractéristiques techniques par références à des normes, si elles existent.

La PRM est ensuite libre de consulter les entreprises de son choix, parmi celles qui ont ou non envoyé un dossier, dans le respect des principes d'égalité de traitement de transparence, et du souci d'une bonne utilisation des deniers publics.

Elle peut aussi librement négocier les offres ou propositions des entreprises, dans le respect des mêmes principes.

Une fois choisi le prestataire, la PRM doit respecter les règles d'information des candidats fixées aux articles 76 et 77 du CMP, en vue de garantir les droits de recours, notamment le délai minimum de 10 jours entre la notification aux candidats non retenus, et la signature du marché, qui permet le recours précontractuel⁽²⁸⁾ (jurisprudence *Alcatel Austria* (C-81/98)⁽²⁹⁾).

Enfin, pour les marchés de montant supérieur à 230 000 EUR HT, un avis d'attribution doit être envoyé à l'OPOUE, éventuellement assorti d'une demande de non publication au JOUE, si une telle publication n'est pas opportune (ex. des marchés de services juridiques).

(Annexes pages suivantes)

⁽²⁵⁾ Plaquette, catalogue, ou document mentionnant les prestations proposées et les principales références et clients.

⁽²⁶⁾ Le délai est fixé librement, mais raisonnablement, en fonction du délai incompressible entre l'envoi à la publication et la mise en ligne sur le site d'une part, et le temps de réponse des entreprises : un délai trop court peut être discriminatoire.

⁽²⁷⁾ A défaut, ceux-ci peuvent être indiqués dans la lettre d'invitation à remettre une proposition envoyée aux entreprises sélectionnées.

⁽²⁸⁾ Dans l'arrêt précité, le CE a d'ailleurs estimé que l'absence de référence à l'article 76 pour les marchés de l'article 30 ne faisait pas obstacle à l'exercice du droit de recours.

⁽²⁹⁾ Cette disposition figure à l'article 12 du décret "1% artistique" du 29 avril 2002 modifié : «Le maître de l'ouvrage arrête son choix, après avis du comité artistique et, le cas échéant, de la commission artistique nationale, par une décision motivée. Il en informe l'ensemble des candidats. Le maître de l'ouvrage signe la ou les commandes artistiques, au plus tôt dix jours après avoir procédé à cette information».

Annexe 1 : services relevant du régime allégé de l'article 30 (annexe IB de la directive 92/50, annexe IIB de la directive 2004/18)

Catégories	Désignation des services	Numéros de Référence CPC 2	Numéros de référence CPV
17	Services d'hôtellerie et de restauration	64	De 55000000-0 à 55524000-9, et De 93400000-2 à 93411000-2
18	Services de transports ferroviaires	711	60111000-9, et de 60121000-2 à 60121600-8
19	Services de transport par eau	72	De 61000000-5 à 61530000-9, et De 63370000-3 à 63372000-7
20	Services annexes et auxiliaires des transports	74	62400000-6, 62440000-8, 62441000-5, 62450000-1, De 63000000-9 à 63600000-5 (sauf 63370000-3, 63371000-0, 63372000-7), et 74322000-2, 93610000-7
21	Services juridiques	861	De 74110000-3 à 74114000-1
22	Services de placement et de fourniture de personnel ~	872	De 74500000-4 à 74540000-6 (sauf 74511000-4), et de 95000000-2 à 95140000-5
23	Services d'enquête et de sécurité, à l'exclusion des services des véhicules blindés	873 (sauf 87304)	De 74600000-5 à 74620000-1
24	Services d'éducation et de formation professionnelle	92	De 80100000-5 à 80430000-7
25	Services sociaux et sanitaires	93	74511000-4, et de 85000000 à 85323000 (sauf 85321000-5 et 85322000-2)
26	Services récréatifs, culturels et sportifs	96	De 74875000-3 à 74875200-5, et De 92000000-1 à 92622000-7 (sauf 92230000-2)
27	Autres services	~	

Annexe 2 : rubrique 26 de l'annexe IB/IIB de la directive 2004/18 : services récréatifs, culturels et sportifs

Source : annexe III du règlement CE n° 2151/2003 de la commission du 16 décembre 2003 portant modification du règlement (CE) n° 2195/2002 relatif au vocabulaire commun pour les marchés publics (CPV)

Désignation des services /Numéro de référence CPC	CPC Prov. Code CPC (*)	CPV Code CPV	Description
Services récréatifs, culturels et sportifs ⁽⁷⁾			
96	96311, 96312 96312 96312 75300, 96111-96499 96111-96122 96111-96122	74875000-3 74875100-4 74875200-5 92000000-1	Services de gestion de bibliothèque Services d'archivage Services de catalogage Services récréatifs, culturels et sportifs
	96111-96122	92100000-2 92110000-5	Services cinématographiques et services vidéo Services de production de films cinématographiques et de vidéos et services connexes
	96111-96122	92111000-2	Services de production cinématographique et vidéo Production de films et de vidéos à usage pédagogique
	96112	92111100-3	Production de films et de vidéos publicitaires, de propagande et d'information
	96112	92111200-4	Production de films publicitaires Production de vidéos publicitaires
	96112	92111210-7	Production de films de propagande
	96112	92111220-0	Production de vidéos de propagande
	96112	92111230-3	Production de films d'information
	96112	92111240-6	Production de vidéos d'information
	96112	92111240-6	Production de films et de vidéos de divertissement
	96112	92111250-9	Production de films de divertissement
	96112	92111260-2	Production de vidéos de divertissement
	96112	92111300-5	Services liés à la production de films cinématographiques ou de vidéos
	96112	92111310-8	Services de distribution de films cinématographiques et de vidéos
	96112	92111320-1	Services de distribution de vidéos
	96114	92112000-9	Services de distribution de films cinématographiques
	96113, 96114	92120000-8	Services de projection de films cinématographiques Services de projection de vidéos Services de radio et de télévision ⁽⁷⁾
	96113, 96114	92121000-5	Services de radio ⁽⁷⁾
	96113, 96114	92122000-2	Services de radiodiffusion ⁽⁷⁾
	96121	92130000-1	Services de télévision ⁽⁷⁾
	96121	92130000-1	Services de télédiffusion ⁽⁷⁾
	96122	92140000-4	Services de divertissement
	75300, 96131-96133	92200000-3 ⁽⁷⁾	
	96131	92210000-6 ⁽⁷⁾	
	96131	92211000-3 ⁽⁷⁾	Services de création et d'interprétation d'œuvres artistiques et littéraires
	96132, 96133	92220000-9 ⁽⁷⁾	Œuvres d'art
	96132, 96133	92221000-6 ⁽⁷⁾	Services artistiques
	96121, 96122, 96191-96199, 96491, 96492, 96499	92300000-4	Services de divertissement prestés par les metteurs en scène de théâtre, les chœurs, les ensemble musicaux et les orchestres
	96191-96193	92310000-7	Services de divertissement prestés par les metteurs en scène de théâtre
	96191-96193	92311000-4	
	96191-96193	92312000-1	
	96191	92312100-2	
	96191	92312110-5	

Désignation des services /Numéro de référence CPC	CPC Prov. Code CPC (*)	CPV Code CPV	Description
	96191	92312120-8	Services de divertissement prestés par les chœurs
	96191	92312130-1	Services de divertissement prestés par les ensembles musicaux
	96191	92312140-4	Services de divertissement prestés par les orchestres
	96192	92312200-3	Services prestés par les auteurs, les compositeurs, les sculpteurs et les artistes
	96192	92312210-6	Services prestés par les auteurs
	96192	92312211-3	Services des agences de rédaction
	96192	92312212-0	Services relatifs à la préparation de manuels de formation
	96192	92312213-7	Services prestés par les rédacteurs techniques
	96192	92312220-9	Services prestés par les compositeurs
	96192	92312230-2	Services prestés par les sculpteurs
	96192	92312240-5	Services prestés par les artistes
	96192, 96122,	92312250-8	Services prestés par les artistes indépendants
	96191-96195	92320000-0	Services d'exploitation des salles de spectacles
	96194, 96491	92330000-3	Services de zones récréatives
	96194	92331000-0	Services des fêtes foraines et des parcs d'attractions
	96194	92331100-1	Services des fêtes foraines
	96194	92331200-2	Services des parcs d'attractions
	96491	92332000-7	Services des plages
	96191-96199	92340000-6	Services relatifs à la danse et aux divertissements
	96194	92341000-3	Services des cirques
	96195	92342000-0	Services des écoles de danse
	96195	92342100-1	Services des écoles de danse de salon
	96195	92342200-2	Services des écoles de danse de discothèque
	96492	92350000-9	Services des jeux et des paris
	96492	92351000-6	Services des jeux
	96492	92351100-7	Services d'exploitation de la loterie
	96492	92351200-8	Services d'exploitation de casinos
	96492	92352000-3	Services des paris
	96492	92352100-4	Services d'exploitation de machines pour les paris mutuels
	96492	92352200-5	Services prestés par les bookmakers
	96499	92360000-2	Services pyrotechniques
	96211-96290	92400000-5	Services des agences de presse
	96311-96332	92500000-6	Services des bibliothèques, archives, musées et autres services culturels
	96311, 96312	92510000-9	Services des bibliothèques et archives
	96311	92511000-6	Services des bibliothèques
	96312	92512000-3	Services des archives
	96321, 96322	92520000-2	Services des musées et de préservation des sites historiques et services connexes
	96321	92521000-9	Services des musées
	96321	92521100-0	Services d'exposition dans les musées
	96321	92521200-1	Services de conservation des objets exposés et des spécimens
	96321	92521210-4	Services de conservation des objets exposés
	96321	92521220-7	Services de conservation des spécimens
	96322	92522000-6	Services de conservation des sites et monuments historiques
			Services de conservation des sites historiques
			Services de conservation des monuments historiques
			Services des jardins botaniques et zoologiques et des réserves naturelles
			Services des jardins botaniques
			Services des jardins zoologiques
			Services des réserves naturelles
			Services de préservation de la vie sauvage

	CPC Prov.	CPV	
Désignation des services /Numéro de référence CPC	Code CPC (*)	Code CPV	Description
	96322	92522100-7	Services sportifs
	96322	92522200-8	Services d'exploitation d'installations sportives
	96331, 96332	92530000-5	
	96331	92531000-2	
	96331	92532000-9	
	96332	92533000-6	
	96332	92534000-3	
	96411-96419	92600000-7	
	96413	92610000-0	
	96411-96419	92620000-3	Services liés au sport
	96411	92621000-0	Services de promotion de manifestations sportives
	96412	92622000-7	Services d'organisation de manifestations sportives

(*) Les catégories de services indiquées dans la première colonne et leurs codes CPC prov. correspondants sont établis sur la base des Annexes IA et IB de la directive 92/50/CEE. La troisième et la quatrième colonne mettent en regard, à titre indicatif, les codes CPC prov. et les codes CPV correspondants.

(1) Directive 92/50/CEE : à l'exclusion des services des transports ferroviaires couverts par la catégorie 18 de la CPC prov. Directive 93/38/CEE : à l'exclusion des services de transport ferroviaire couverts par la catégorie 18 de la CPC prov.

(2) Directive 92/50/CEE : à l'exclusion des services de téléphonie vocale, de télex, de radiotéléphonie, de radiomessagerie et de transmission par satellite. Directive 93/38/CEE : à l'exclusion des services de téléphonie vocale, de télex, de radiotéléphonie mobile, de radiomessagerie et de télécommunications par satellite. [Dans les propositions de la Commission COM(2000) 275 et COM(2000) 276, cette note a été supprimée].

(3) Directive 92/50/CEE : à l'exclusion des marchés des services financiers relatifs à l'émission, à l'achat, à la vente et au transfert de titres ou d'autres instruments financiers, ainsi que des services prestés par des banques centrales. Sont également exclus les marchés qui ont pour objet l'acquisition ou la location, quelles qu'en soient les modalités financières, de terrains, de bâtiments existants ou d'autres biens immeubles ou qui concernent des droits sur ces biens ; toutefois, les contrats de services financiers conclus parallèlement, préalablement ou consécutivement au contrat d'acquisition ou de location, sous quelque forme que ce soit, sont soumis à la présente directive. Directive 93/38/CEE : à l'exclusion des marchés relatifs à l'émission, à l'achat, à la vente et au transfert de titres ou d'autres instruments financiers. Sont également exclus les marchés qui ont pour objet l'acquisition ou la location, quelles qu'en soient les modalités financières, de terrains, de bâtiments existants ou d'autres biens immeubles ou qui concernent des droits sur ces biens ; toutefois, les contrats de services financiers conclus parallèlement, préalablement ou consécutivement au contrat d'acquisition ou de location, sous quelque forme que ce soit, sont soumis à la présente directive.

(4) Directive 92/50/CEE : à l'exclusion des marchés des services de recherche et de développement autres que ceux dont les fruits appartiennent exclusivement au pouvoir adjudicateur pour son usage dans l'exercice de sa propre activité pour autant que la prestation du service soit entièrement rémunérée par le pouvoir adjudicateur. Directive 93/38/CEE : à l'exclusion des marchés des services de recherche et de développement autres que ceux dont les fruits appartiennent exclusivement à l'entité adjudicatrice pour son usage dans l'exercice de sa propre activité, pour autant que la prestation du service soit entièrement rémunérée par l'entité adjudicatrice.

(5) Directive 92/50/CEE : à l'exclusion des services d'arbitrage et de conciliation. Directive 93/38/CEE : à l'exclusion des services d'arbitrage et de conciliation.

(6) Directive 92/50/CEE : à l'exclusion des marchés de l'emploi. Directive 93/38/CEE : à l'exclusion des marchés de l'emploi.

(7) Directive 92/50/CEE : à l'exclusion des marchés visant l'achat, le développement, la production ou la coproduction de programmes par des organismes de radiodiffusion et des marchés concernant les temps de diffusion.

Fiche 3

Désignation des personnes responsables des marchés (articles 20 et 5-II du code des marchés publics)

Le code des marchés publics issu du décret du 7 janvier 2004, tout en laissant subsister la notion de personne responsable des marchés (PRM) a modifié tant le rôle qui est conféré aux PRM que leur mode de désignation.

Afin de bénéficier des souplesses de gestion introduites par les nouvelles dispositions, un nouvel arrêté du ministre de la culture et de la communication, portant désignation des personnes responsables des marchés en administration centrale (en cours de publication), se substitue à l'arrêté du 20 août 2002.

I- Rappel du dispositif du code des marchés publics de mars 2001

1. Dans le code des marchés publics issu du décret du 7 mars 2001, la personne responsable des marchés (PRM) avait un rôle majeur : c'est à son niveau qu'étaient déterminés les besoins et computed les seuils déclenchant les procédures (article 27)⁽¹⁾.

2. Ce modèle s'articulait à un régime spécifique de délégation de pouvoir qu'on peut ainsi résumer :

a) Au niveau central :

- le ministre délègue sa compétence aux directeurs d'administration centrale et aux chefs de services à compétence nationale (SCN) ;
- les directeurs d'administration centrale et chefs de services à compétence nationale délèguent leur signature à leurs collaborateurs.

b) Au niveau déconcentré :

- le ministre délègue sa compétence aux préfets de région et de département, qui sont PRM au niveau déconcentré ;
- le préfet ne peut, en raison des décrets relatifs à la déconcentration, déléguer sa compétence : il reste l'unique PRM⁽²⁾ ;

⁽¹⁾ Art 27 CMP issu du décret du 7 mars 2001 :

II. - En ce qui concerne les fournitures, est prise en compte, quel que soit le nombre de fournisseurs auxquels la personne responsable du marché fait appel :

- a) Si les besoins de la personne publique donnent lieu à un ensemble unique de livraisons de fournitures homogènes, la valeur de l'ensemble de ces fournitures ;
- b) Si les besoins de la personne publique donnent lieu à des livraisons récurrentes de fournitures homogènes, la valeur de l'ensemble des fournitures correspondant aux besoins d'une année.

⁽²⁾ Décret n° 82-389 du 10 mai 1982 relatif aux pouvoirs des préfets et à l'action des services et organismes de l'Etat dans les départements et décret n° 82-390 du 10 mai 1982 relatif aux pouvoirs des préfets de région, à l'action des services de l'Etat et organismes publics de l'Etat dans la région et aux décisions de l'Etat en matière d'investissement public.

- le préfet délègue sa signature par arrêté aux chefs de services déconcentrés, mais ces derniers ne sont pas *stricto sensu* PRM ;

- les chefs de services déconcentrés ne pouvant subdéléguer leur signature à leurs collaborateurs, ceux-ci doivent la recevoir du préfet, dans le même arrêté.

3. La mise en œuvre de ce dispositif au niveau de l'Etat déconcentré a suscité des difficultés, liées à l'incohérence entre le décret CMP et les décrets de déconcentration de mai 1982, qui font du préfet le point de passage obligé entre échelons central et déconcentré.

a) Le CMP 2001

- s'agissant des PRM-Etat, le code 2001 (comme ses versions antérieures), ne mentionne en son article 20 que les ministres ;

- du fait de son silence sur la désignation des PRM déconcentrées, la lettre de l'article 20⁽³⁾ impliquait que le préfet soit désigné PRM par les ministres (ce qui était le cas dans l'arrêté MCC de 2002), alors que le préfet ne relève pas d'un département ministériel.

b) Les décrets n°s 82-389 et 390 du 10 mai 1982⁽⁴⁾

- les décrets posent la règle selon laquelle seuls les préfets peuvent recevoir des délégations des ministres à l'échelon déconcentré ;

- il était donc impossible aux préfets de désigner des directeurs départementaux ou régionaux comme PRM, la désignation de PRM étant considérée comme une délégation de compétence d'une part, et le préfet ne pouvant consentir que des délégations de signature aux chefs de services déconcentrés placés sous leur autorité, d'autre part.

4. Il en résultait en théorie, que chaque préfet, unique PRM au niveau déconcentré, aurait dû, en vertu de l'article 27 CMP, agréer tous les besoins des services placés sous son autorité pour déterminer les procédures applicables, ce qui n'était guère praticable⁽⁵⁾.

⁽³⁾ «La personne responsable du marché est la personne habilitée à signer le marché au nom de la personne publique.

Pour l'Etat, la liste de ces personnes est établie dans chaque département ministériel par arrêté du ministre. Cet arrêté précise, le cas échéant, les catégories de marchés qui, en raison de leur nature ou de leur montant, sont soumis à la signature du ministre.

Pour les établissements publics de santé et médico-sociaux, la personne responsable du marché est le directeur de l'établissement.»

⁽⁴⁾ Ces décrets ont été remplacés par le décret 2004-374 du 29 avril 2004, qui reprend les mêmes dispositions (voir III)

⁽⁵⁾ D'où la solution pragmatique appliquée par les ministères, dont le MCC : un arrêté désignant comme PRM les préfets d'une part, et un arrêté du préfet accordant délégation de signature aux chefs de services déconcentrés d'autre part, les besoins - et les procédures en résultant - se comptant en pratique à ce niveau.

II – Les dispositions du code des marchés publics issu du décret du 7 janvier 2004 (articles 5 et 20)

5. C'est en vue de résoudre ces difficultés que le nouveau code des marchés publics a modifié le régime de désignation des PRM et leur rôle dans les procédures de marchés publics.

La PRM est désormais simplement «chargée de mettre en œuvre les procédures de passation et d'exécution des marchés» et de signer les marchés. Le CMP assouplit de ce fait le mode de désignation des PRM, en autorisant «l'autorité compétente pour conclure les marchés» à désigner «d'autres personnes responsables des marchés».

L'article 20 CMP dispose en effet que «la personne responsable du marché est chargée de mettre en œuvre les procédures de passation et d'exécution des marchés. Elle signe les marchés.

La personne responsable du marché peut se faire représenter dans l'exercice de ses fonctions, sauf pour le choix de l'attributaire et la signature du marché.

L'autorité compétente pour conclure les marchés désigne, le cas échéant, d'autres personnes responsables des marchés en tenant compte du choix opéré en application du II de l'article 5. Les délégations de compétence ou de signature qu'elle donne à cette fin précisent les catégories et les montants des marchés pour lesquels elles sont attribuées.

L'autorité compétente mentionnée à l'alinéa précédent est le ministre pour les administrations centrales, les services déconcentrés directement placés sous son autorité et les services à compétence nationale et le préfet pour les services déconcentrés de l'Etat placés sous son autorité.»

6. Plusieurs PRM peuvent donc être désignées, dans les limites fixées par l'article 5, lequel dispose que :

I. - La nature et l'étendue des besoins à satisfaire sont déterminées avec précision par la personne publique avant tout appel à la concurrence ou toute négociation non précédée d'un appel à la concurrence. Le marché conclu par la personne publique doit avoir pour objet exclusif de répondre à ces besoins.

II. - L'autorité compétente détermine le niveau auquel les besoins de fournitures et de services sont évalués. Ce choix ne doit pas avoir pour effet de soustraire des marchés aux règles qui leur sont normalement applicables en vertu du présent code.

7. De l'articulation de ces dispositions, il résulte que le nombre de PRM est sans incidence sur le niveau d'évaluation des besoins et les procédures en résultant.

La désignation de plusieurs PRM ne peut avoir pour objet ni effet de «passer en dessous d'un seuil de publicité ou de procédure», la PRM n'étant pas l'autorité compétente pour déterminer le niveau auquel les besoins doivent être appréciés.

En administration centrale, peuvent donc être désignées comme PRM d'autres agents que les directeurs et délégués. Toutefois, les besoins restent évalués et les seuils calculés, au niveau du ministère (sauf dans le cas des services à compétence nationale, dont l'organisation et le fonctionnement justifient une évaluation des besoins par service). Il en va de même pour les établissements publics.

III - Les modalités de mise en œuvre des articles 5 et 20 du nouveau CMP

8. En adoptant une solution commune aux administrations centrales, aux établissements publics et aux services déconcentrés, le CMP 2004 a fait apparaître de nouvelles difficultés liées à l'organisation des délégations de compétence et de signature.

En effet, l'article 20 prévoit que, pour désigner d'autres PRM, l'autorité compétente procède à «des délégations de compétence ou de signature» précisant «les catégories et les montants des marchés pour lesquels elles sont attribuées». Mais il dispose également que la PRM «peut se faire représenter dans l'exercice de ses fonctions, sauf pour le choix de l'attributaire et la signature du marché».

Les règles de désignation des PRM varient désormais entre administrations centrales, niveau déconcentré et établissements publics.

9. Pour les administrations centrales et les SCN

Le ministre, qui est à la fois l'autorité compétente pour fixer le niveau auquel les besoins doivent être appréciés et la PRM «originaire» (du fait du CMP) :

- détermine le niveau auquel les besoins sont évalués ;
- désigne comme PRM les directeurs d'administration centrale et autres agents, ainsi que les chefs de SCN ;
- conserve sa compétence pour signer des marchés en tant que PRM pour les matières ne relevant de la compétence d'aucun des directeurs, délégués et chefs de service à compétence nationale, ou encore pour des marchés particulièrement emblématiques.

Il en résulte que si le ministre, autorité compétente, a désigné une PRM, cette PRM ne peut déléguer sa signature pour les marchés, l'art. 20 disposant que la PRM «peut se faire représenter dans l'exercice de ses fonctions, sauf pour le choix de l'attributaire et la signature du marché».

Cette impossibilité, résultant de la rédaction de l'article 20, et de la volonté de responsabiliser les acheteurs publics, paraît à la fois contradictoire avec le principe général des délégations de signature, qui sont justement consenties «en cas d'absence ou d'empêchement». Mais le CMP ne paraît pas autoriser une autre lecture.

Toutes les PRM des directions d'administration centrale et des SCN doivent donc être désignées dans l'arrêté du MCC.

Toutefois, comme l'indique la circulaire du 7 janvier 2004 portant manuel d'application du code des marchés publics modifiée par le 16 décembre 2004, les marchés publics passés selon procédure adaptée «peuvent être signés par une personne dûment habilitée en vertu des délégations propres à chaque organisme. En effet, dans le cadre de cette procédure, aucune règle n'impose que ce soit la PRM qui signe elle-même le marché».

10. Au niveau déconcentré

Le préfet, qui est à la fois l'autorité compétente pour fixer le niveau auquel les besoins doivent être appréciés au niveau du département ou de la région, et la PRM «originaire» (du fait du CMP) :

- peut rester unique PRM ;
- ou désigner comme PRM les chefs de services déconcentrés et autres agents, en fixant éventuellement des seuils au-delà desquels il demeure PRM.

La difficulté rencontrée au niveau central (impossibilité pour la PRM de se «faire représenter» pour la signature du marché) est ici redoublée par les contraintes issues des décrets de déconcentration, en vertu desquels l'autorité compétente (préfet) ne peut consentir que des délégations de signature⁽⁶⁾.

Ainsi, si le préfet de région désigne le DRAC comme PRM, par délégation de signature, la PRM-DRAC, ne peut se «faire représenter» pour la signature du marché ; dans ce cas, le DRAC, qui ne dispose que d'une délégation de signature, ne peut pas déléguer sa signature pour les marchés, la délégation de signature ne pouvant être subdéléguée.

Le préfet doit donc désigner toutes les PRM dans l'arrêté, à savoir le DRAC, le DRAC adjoint, et le cas échéant, d'autres chefs de services.

11. Les établissements publics

Pour les établissements publics, le CMP ne fixe aucune règle, leur laissant le soin de déterminer dans leurs

statuts, l'autorité compétente, ainsi que la ou les PRM.

Si les besoins doivent être évalués et les seuils de procédure déterminés, au niveau de chaque établissement⁽⁷⁾, plusieurs PRM peuvent donc être désignées. Il en va de même pour les établissements publics.

Selon leur rédaction actuelle, les décrets statutaires des EP sont susceptibles d'être modifiés à cette fin, trois choix étant ouverts :

- le conseil d'administration est l'autorité compétente pour déterminer les niveaux d'analyse des besoins et nommer les PRM ;
- le CA est l'autorité compétente pour déterminer les niveaux d'analyse des besoins et le président est la PRM, qui nomme d'autres PRM ;
- le président est l'autorité compétente pour déterminer les niveaux d'analyse des besoins et nommer d'autres personnes responsables de marché.

Les PRM ne pouvant déléguer leur signature pour un marché, elles doivent dans tous les cas être désignées par une décision précisant les marchés concernés, la désignation pouvant emporter délégation de compétence ou de signature.

DIRECTION DE L'ARCHITECTURE ET DU PATRIMOINE

Circulaire n° 2005/004 du 21 mars 2005 relative aux Journées européennes du patrimoine 2005.

Le ministre de la culture et de la communication
à

Madame et messieurs les préfets de région (directions régionales des affaires culturelles)

Mesdames et messieurs les préfets de département (services départementaux de l'architecture et du patrimoine)

I. Thème national et orientations

Pour leur vingt-deuxième édition, j'ai décidé de placer les Journées européennes du patrimoine sous l'intitulé :

J'aime mon patrimoine.

Deux jours pour manifester son attachement au patrimoine (Sous-titre)

⁽⁶⁾ Les deux décrets de 1982 (voir note 2) ont été abrogés et remplacés par le décret n° 2004-374 du 29 avril 2004 relatif aux pouvoirs des préfets, à l'organisation et à l'action des services de l'Etat dans les régions et départements, qui maintient cette règle.

⁽⁷⁾ Sauf exception, comme dans le cas du CMN, où les besoins pourraient être évalués par groupe de monuments.