



Informations

N° 73 - MARCHÉ N° 16

En ligne sur le site www.fntp.fr / extranet le 10 mai 2006

ISSN 1769-3993

FICHER DES FOURNISSEURS DANS LES MARCHES PUBLICS

ATTENTION

Des entreprises de la Profession ont été démarchées par un organisme leur proposant, contre rémunération, de se faire inscrire sur un Fichier des fournisseurs des marchés publics. Cette démarche « *pourrait laisser penser aux entreprises qu'elles obtiendront des marchés publics si elles s'inscrivent sur ce fichier...* ».

La FNTF, contactée à plusieurs reprises au sujet de ces publications, a saisi le Ministère de l'Economie pour obtenir son avis sur de telles pratiques.

Vous trouverez en annexe copie de la réponse conjointe de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes et de la Direction des Affaires Juridiques à ce sujet. Elles soulignent notamment que :

- le principe de liberté d'accès à la commande publique donne « *le droit pour toute entreprise de participer aux consultations des acheteurs publics dans le respect des règles fixées par le code* »
- il n'existe aucune obligation légale ou réglementaire de figurer sur un fichier pour soumissionner à un marché public
- « *il en résulte qu'aucune procédure gérée par des tiers, même pour faciliter l'accès à l'information, ne peut constituer une étape préalable et obligatoire à l'accès aux marchés publics* »
- enfin, de telles pratiques pourraient tomber sous le coup du code de la consommation relative à la publicité trompeuse et aux sanctions y afférentes.



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

DIRECTION GENERALE DE LA CONCURRENCE, DE LA
CONSUMMATION ET DE LA REPRESSION DES FRAUDES

SOUS-DIRECTION DE LA POLITIQUE DE LA CONSUMMATION
ET DE LA SECURITE

BUREAU PROTECTION ECONOMIQUE DU CONSOMMATEUR

59, BOULEVARD VINCENT AURIOL

TELEDOC 71

75703 PARIS CEDEX 13

Affaire suivie par M Patrice BESANCON

Téléphone : 01 44 97 32 33

N° :

06023510

DIRECTION DES AFFAIRES JURIDIQUES

SOUS-DIRECTION DE LA COMMANDE PUBLIQUE

BUREAU REGLEMENTATION GENERALE ET AFFAIRES INTERNATIONALES

6, RUE LOUISE WEISS

TELEDOC 353

75703 PARIS CEDEX 13

Affaire suivie par Mme Véronique VOGEL

Téléphone : 01 44 97 30 59

N° : 051a0352

GAB-N° 0529

Paris, le 5 AVR. 2006

F N T P	
72	20/04/06.
DIRECTION DES AFFAIRES JURIDIQUES	

Monsieur le Président
de la Fédération Nationale des Travaux Publics
Direction des Affaires Juridiques
3, rue Berri
75008 PARIS

Objet : « Fichiers des fournisseurs et candidats aux marchés publics »

Réf : Votre courriel en date du 3 octobre 2005.

Le 3 octobre dernier, vous avez attiré mon attention sur la démarche d'organismes invitant des entreprises à se faire inscrire dans un « fichier des fournisseurs et candidats aux marchés publics » dont les frais de traitement sont facturés. Selon les termes de votre courriel, la présentation de leur communication « pourrait laisser penser aux entreprises qu'elles obtiendront des marchés publics si elles s'inscrivent sur ce fichier, en contrepartie d'un coût annuel de traitement s'élevant à près de 200 euros TTC ».

Il semble indispensable de rappeler, en préambule, les principes fondamentaux de la commande publique.

Ces principes fondamentaux sont inscrits dans l'article 1^{er} du code des marchés publics annexé au décret n° 2004-15 du 7 janvier 2004 qui prévoit 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 ».

Le principe de liberté d'accès à la commande publique se traduit notamment par le droit pour toute entreprise de participer aux consultations des acheteurs publics dans le respect des règles fixées par le code.

Les candidats à un marché public doivent être traités de la même façon par l'acheteur public tout au long de la procédure.

TP DE FRANCE	
000786	-7 AVR. 06
PRÉSIDENT	

MINISTÈRE DE L'ÉCONOMIE
DES FINANCES ET DE L'INDUSTRIE

Par ailleurs, il n'existe aucune obligation légale ou réglementaire de figurer sur un fichier pour soumissionner à un marché public.

J'attire votre attention sur la pratique qui consiste à proposer aux entreprises leur inscription sur des listes de diffusion d'avis de publicité des acheteurs publics. Cette pratique régulière ne doit pas être confondue avec un système de sélection des candidats à un marché public. Il s'agit juste d'une organisation interne de l'entreprise pour faciliter son accès à l'information.

De même, la réglementation prévoit dans le domaine des secteurs spéciaux (réseaux de distribution d'énergie, d'eau, réseaux de transport, des services postaux...), la possibilité pour les acheteurs d'établir des systèmes de qualification. Ces systèmes de qualification peuvent être utilisés comme moyen de mise en concurrence et de sélection. Cependant, ces systèmes de qualification ne peuvent être mis en place que par l'acheteur lui-même.

Il en résulte qu'aucune procédure gérée par des tiers, même pour faciliter l'accès à l'information, ne peut constituer une étape préalable et obligatoire à l'accès aux marchés publics. De même, le refus de participer à une organisation de ce type ne peut constituer un handicap pour l'accès aux marchés publics en raison des règles de publicité prévues par le code des marchés publics.

Indiquer le contraire, dans des documents publicitaires et commerciaux, constitue une publicité mensongère sanctionnable.

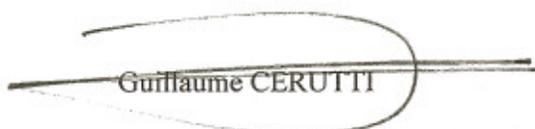
En effet, compte-tenu des principes impératifs d'accès à la commande publique mentionnés ci-dessus, tout opérateur proposant des référencements d'entreprises dans des annuaires ou des fichiers professionnels, qui ferait valoir ou laisserait entendre dans ses communications commerciales que de tels référencements seraient de nature à faciliter, voire à conditionner d'une manière ou d'une autre, l'obtention de commande(s) publique(s) tomberait sous le coup de l'article L-121-1 du Code de la consommation relatif à la publicité trompeuse ou de nature à induire en erreur (allégations trompeuses ou fausses, prix et conditions de vente, résultat qui peut être attendu du service proposé, procédé de la vente, portée des engagements de l'annonceur) et s'exposerait aux sanctions y afférentes. Une telle pratique commerciale pourrait aussi tomber sous le coup de la tromperie, voire de l'extorsion de fonds, dans la mesure où la facturation du service proposé serait sans rapport avec le prétendu intérêt dudit service et des avantages qui pourraient en être retirés.

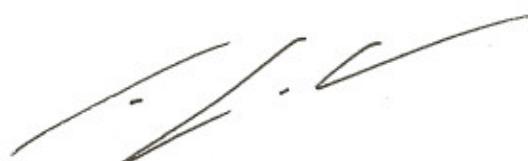
Au cas d'espèce, les documents publicitaires et contractuels ne prêtent guère à confusion ni ne présentent d'ambiguïté susceptible de les faire tomber dans le champ de l'article L-121-1 du Code de la consommation. Le message publicitaire délivré vise effectivement à attirer les entreprises mais il serait difficile de démontrer qu'il contient une quelconque forme d'allégations fausses ou de pression (la suggestion en publicité n'a jamais été retenue par les tribunaux comme condamnable).

Cela étant, compte tenu du nombre très élevé de régies publicitaires, il convient de rester vigilant à l'égard de ce type d'opérateurs.

Le directeur général de la concurrence,
de la consommation et de la répression des fraudes

Le directeur des affaires juridiques


Guillaume CERUTTI


Jérôme GRAND d'ESNON