AVIS N° 005/12/ARMP/CRD DU 03 AVRIL 2012
DU COMITE DE REGLEMENT DES DIFFERENDS STATUANT EN COMMISSION LITIGES SUR LA SAISINE DE L'AUTORITE DE REGULATION DES TELECOMMUNICATIONS ET DES POSTES CONCERNANT LA SOUMISSION D'UN CONTRAT DE SPONSORING AU CODE DES MARCHES PUBLICS

LE COMITE DE REGLEMENT DES DIFFERENDS STATUANT EN COMMISSION LITIGES,

Vu le Code des Obligations de l'Administration modifié par la loi n° 2006-16 du 30 juin 2006, notamment en son article 30 ;

Vu le décret n° 2011-1048 du 27 juillet 2011 portant Code des Marchés publics modifié, notamment en ses articles 86, 87 et 88 ;

Vu le décret n° 2007-546 du 25 avril 2007 portant organisation et fonctionnement de l'Autorité de Régulation des Marchés publics (ARMP), notamment en ses articles 20 et 21 ;

Vu la décision n° 0005/ARMP/CRMP du 19 mai 2008 portant règlement intérieur du Conseil de Régulation des Marchés publics ;

Vu la lettre en date du 26 mars 2012 de l'Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes (ARTP) ;

Après avoir entendu le rapport de M. Ely Manel FALL, Chef de la Division de la Règlementation, rapporteur, présentant la requête du demandeur ;

En présence de Monsieur Abdoulaye SYLLA, Président, assisté de MM. Abd El Kader NDIAYE, Ndiacé DIOP et Mamadou DEME, membres du Comité de Règlement des Différends ;

De M. Saër NIANG, Directeur Général de l'ARMP, secrétaire rapporteur du CRD, Mme Takia Nafissatou FALL CARVALHO, Conseillère chargée de la Coordination et du Suivi, MM. René Pascal DIOUF, Coordonnateur de la Cellule d'enquête sur les procédures de passation et d'exécution des marchés publics et délégations de service public, Cheikh Saad Bou SAMBE, Directeur de la Réglementation et des Affaires juridiques, observateurs ;

Après en avoir délibéré conformément à la loi,

Adopte la présente délibération fondée sur la régularité de la saisine, les faits et moyens exposés ci après :

Par lettre en date du 26 mars 2012, enregistrée le même jour au secrétariat du Comité de Règlement des Différends sous le numéro 269/12, le Directeur général de l'Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes a saisi le CRD d'une demande d'avis sur le sponsoring qu'il envisage d'effectuer avec la chaîne de télévision Origine SA, à travers l'émission « D'un village à l'Autre ».

En effet, l'ARTP souhaite accompagner, sur le plan logistique et financier, la télévision 2STV pour lui permettre d'atteindre à travers l'émission « D'un village à l'Autre », l'objectif de participer à l'éveil, à la conscientisation et la sensibilisation des populations par rapport aux aspects clés de la politique étatique de réduction de la fracture numérique.

L'institution de régulation justifie son implication au projet par son obligation d'assurer la promotion des technologies de l'information et de la communication en vertu des dispositions de l'article 126 de la loi n°2011-01 du 24 février 2011 portant Code des télécommunications.

L'imagination du concept par la 2STV qui associe l'ARTP dans un partenariat, sous la forme d'un sponsoring, peut permettre à cette dernière d'atteindre cet objectif susmentionné.

Aussi, l'ARTP voudrait-elle savoir si elle peut directement conclure un contrat de sponsoring avec un partenaire et si ledit contrat est exclu du Code des marchés publics ?

L'OBJET DE LA DEMANDE :

Il résulte de la saisine et des faits qui la soutiennent que la demande d'avis porte sur la question de savoir si un contrat de sponsoring est un marché public.

EXAMEN DE LA DEMANDE

Considérant que l'article 4.21 du Code des marchés publics définit le marché public comme un contrat conclu à titre onéreux par une autorité contractante pour répondre à ses besoins en matière de travaux, de fournitures ou de services ; que vu ainsi, le marché public est caractérisé par un besoin propre, exprimé par l'autorité contractante, auquel répondent des prestataires pour sa satisfaction ;

Considérant que le sponsoring se définit comme un contrat par lequel une structure publique ou privée finance une activité culturelle, sportive, artistique ou scientifique en échange d'une promotion et d'une publicité ; que de ce fait, la convention de sponsoring porte sur un projet élaboré en dehors de toute demande émanant de l'autorité contractante et dont la direction ainsi que la responsabilité sont totalement détenues par le cocontractant ;

Qu'ainsi, la notion d'initiative du projet permet de distinguer les marchés publics et les conventions de sponsoring induisant l'exclusion de ces dernières du champ d'application du Code des marchés publics ;

Considérant, toutefois, que si les clauses de la convention font apparaître l'existence d'une contrepartie directe et proportionnée à la valeur sur le marché de la prestation, celle-ci se révèle être tout simplement une commande publique de prestation de service et comme telle, elle est susceptible d'être requalifiée en marché public ;

Que dès lors, l'autorité contractante qui souscrit un contrat de sponsoring doit veiller à ce que l'examen du montant total des frais engagés ne permette pas de conclure à une prestation de service inavouée.

EMET L'AVIS QUI SUIT :

1) Dit que la convention de sponsoring n'est pas, de prime abord, un marché public ;

2) Déclare qu'elle peut être passée en dehors des règles fixées par le Code des marchés publics ;

3) Dit toutefois que l'autorité contractante qui souscrit un contrat de sponsoring doit veiller à ce qu'elle ne serve pas à couvrir une prestation de service inavouée ; ce qui entrainerait sa requalification ;

4) Dit que le Directeur général de l'Autorité de Régulation des Marchés publics est chargé de notifier à l'Autorité de Régulation des Télécommunications et des Postes et à la DCMP, le présent avis qui sera publié.

Le Président

Abdoulaye SYLLA

<u>Les membres du CRD</u>

Abd'El Kader NDIAYE **Mamadou DEME** **Ndiacé DIOP**

Le Directeur Général
Rapporteur

Saër NIANG