



## **PROGRAMME DE FORMATION**

### **La publicité dans les marchés publics**

**Durée :** 1 jour

**Objectifs :**

- Maîtriser le choix et les supports de publication ;
- Savoir rédiger les avis de publicité conformes quel que soit le type de marché ou la procédure ;
- Anticiper les litiges et les contentieux liés à la rédaction d'un avis de publicité.

**Programme**

**Cadre réglementaire**

Un principe fondamental de la commande publique  
Les objectifs et les enjeux de la publicité  
Les dispositions du Code des marchés publics  
Le décret recours et ses impacts sur la publicité  
L'apport jurisprudentiel  
Connaître les différents avis (AAPC, avis d'attribution, avis de pré-information)

**La mise en œuvre de la publicité**

Les seuils de publicité  
Les délais à respecter  
Les formulaires types  
La classification CPV  
Les supports de publication  
Connaître les mentions obligatoires des avis (illustrations jurisprudentielle)  
Le profil de l'acheteur

**Les procédures formalisées**

Les appels d'offres  
Les mentions dans le cadre d'un Dialogue compétitif, d'une procédure négociée, d'un concours, d'un SAD  
Les avis de publicité et les procédures adaptées

**Intégrer les formes et les types de marchés à passer**

Les marchés à bons de commande et les accords-cadres

Les marchés à tranches et à phase  
Les variantes et les prestations supplémentaires éventuelles

### **Les MAPA (art.28 et 30 du CMP)**

#### **Finaliser ses obligations de publicité en phase d'attribution**

L'avis ex antes volontaire

L'avis d'attribution

Les obligations liées à l'art. 551-15 du Code de la justice administrative

#### **Approche jurisprudentielle de la publicité**

#### **Cas pratique en alternance avec la théorie**

- Rédaction et correction de deux avis (appel d'offres et avis de MAPA)

- Détection d'erreurs dans un avis de publicité.