



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.