



PROGRAMME DE FORMATION

Les marchés publics de communication

Durée : 2 jours

Objectifs :

- Maîtriser le contexte réglementaire des marchés de communication
- Savoir rédiger un marché public de communication
- Identifier et définir les prestations visées
- Comprendre le lien entre CMP et le code de la propriété intellectuelle afin d'éviter les risques qui y sont liés.

Programme

Définition d'un marché de communication

Définition et nature des marchés de communication

Quelques exemples de marchés de communication (les différentes prestations couvertes par ces marchés)

Les principes fondamentaux gouvernant ces marchés

Le cadre réglementaire

Le Code des marchés publics

La législation applicable aux marchés de communication (Code de la propriété intellectuelle et loi Sapin)

Les dispositions des cahiers des clauses administratives générales (CCAG/FCS et CCAG/PI)

La jurisprudence administrative

La doctrine

Choisir la procédure de passation adéquate

Mise en œuvre de la définition du besoin

Marché à procédure adaptée

Marché négocié

Appel d'offres

Dialogue compétitif

Accord-cadre

L'allotissement

Les marchés à bons de commande

Les marchés à tranches

Les marchés complémentaires et similaires

Les avenants

La rédaction des clauses spécifiques aux prestations intellectuelles

Réglementation spécifique

l'application du Code de la propriété intellectuelle (CPI)

les droits d'auteur, les droits moraux, les droits patrimoniaux

la cession des droits

les catégories d'œuvres

la remise de maquettes ou d'échantillons

le versement de primes

Les clauses du CCAG/PI

CCAG/PI et le CPI

la jurisprudence

la loi Sapin et ses applications

Analyser les offres

Les critères de candidature

Les critères de sélection des offres

Les coefficients de pondération

Tableau d'analyse des offres

Le contenu du rapport de présentation

De la transmission au contrôle

La fin de la procédure

La procédure de réception de la prestation

L'exécution technique et financière d'un marché de communication

Cas pratique en alternance avec la théorie

- Préparation et rédaction d'un cahier des charges marché de communication
- Rédactions de clauses spécifiques à la propriété intellectuelle