

# La publicité nationale

Références Code des Marchés Publics : article 40

## L'ESSENTIEL

### Champ d'application de l'obligation de publicité nationale

- Sont concernés par cette publicité, les marchés publics :
  - de fournitures ou de services dont le montant est inférieur à 133.000 € HT pour l'Etat ou 206.000€ HT pour les collectivités territoriales ;
  - de travaux dont le montant est inférieur à 5.150.000 € HT.

### Règle applicable

En dessous de ces seuils, la publicité est dite « adaptée ».

### Obligation de l'acheteur public

Pour les marchés dont le montant est supérieur ou égal à 90 000 euros HT, l'acheteur public doit publier un avis d'appel public à la concurrence (AAPC) sur les supports suivants :

- soit dans le Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics (le BOAMP) ;
- soit dans un Journal d'Annonces Légales (un JAL).

En outre, le CMP invite les acheteurs publics une publicité supplémentaire dans un organe de presse spécialisé (publicité non obligatoire).

Les acheteurs publics peuvent aussi procéder à toute publicité complémentaire de leur choix.

A partir du 1er janvier 2010, les acheteurs publics devront également publier l'AAPC sur leur profil d'acheteur.

### Modèles obligatoires

L'AAPC imposé par le CMP doit être conforme à l'arrêté du 28 août 2006 pris en application du CMP et fixant les modèles d'avis pour la passation et l'attribution des marchés publics et accords-cadres.

## BONNES PRATIQUES

### Les mentions obligatoires selon la publicité utilisée

#### BOAMP

L'avis doit être établi conformément aux modèles obligatoires fixés par arrêté du Ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie.

#### JAL

Il convient de choisir un JAL diffusé en un nombre d'exemplaires suffisant pour assurer une adaptée au marché.

La liste des journaux habilités à recevoir des annonces légales au sens du II de l'article 40 est fixé chaque année pour chaque préfecture par arrêté préfectoral.

Il n'y a pas lieu de mettre en concurrence les publications d'annonces légales.

## Presse spécialisée

- aucune mention obligatoire n'est prévue.
- l'obligation de réaliser une publicité adaptée nécessite de choisir un journal :
  - lu par la profession concernée ;
  - lu par des professionnels qui pourront raisonnablement être intéressés par le marché

## Publicité complémentaire

- Aucune mention obligatoire n'est prévue.
- l'acheteur public peut toujours utiliser des supports de publicité supplémentaires pour satisfaire l'obligation d'une publicité efficace :
  - internet, en veillant à ce que le site choisi soit susceptible d'être consulté par des fournisseurs potentiels ;
  - l'affichage, totalement inadapté à certains secteurs.

## LES PIEGES A EVITER

- ne pas anticiper l'évaluation des besoins pour choisir la bonne procédure et la bonne publicité
- tronçonner une opération, pour lancer la procédure au-dessous des seuils réglementaires (133.000€ HT pour l'Etat et 206.000 € HT pour les marchés de fournitures et services et 5.150.000 € HT pour les marchés de travaux) ;
- ne pas effectuer la publicité adéquate, tant quant au support requis qu'au contenu de cette publicité
- ne pas renseigner, ou mal renseigner, une rubrique obligatoire des modèles
- procéder à différentes publicités contradictoires voire non identiques;
- prendre contact avec une entreprise après le lancement de la procédure de publicité
- régulariser des achats postérieurement au commencement de l'exécution des prestations.