

REGLES DE PUBLICITE

REGLES DE PUBLICITE						
Objet du marché	Acheteur		Modalités de publicité applicables en fonction des seuils (HT) *			
			Publicité non obligatoire	Publicité libre ou adaptée	Publication au BOAMP ou dans un JAL + publication sur profil d'acheteur	Publication au JOUE + publication sur profil d'acheteur
Fourniture et services (article 5 ordonnance du 23 juillet 2015)	Acheteurs soumis à l'ordonnance du 23 juillet 2015	Etat et ses établissements publics non industriels et commerciaux	jusqu'à 25 000	25 000,01 à 90 000	90 000,01 à 135 000 + si nécessaire, publicité complémentaire dans une publication spécialisée correspondant au secteur économique	à partir de 135 000,01 + publication au BOAMP
		Collectivités territoriales + leurs établissements publics + leurs groupements	jusqu'à 25 000	25 000,01 à 90 000	90 000,01 à 209 000 + si nécessaire, publicité complémentaire dans une publication spécialisée correspondant au secteur économique	à partir de 209 000,01
		Autres pouvoirs adjudicateurs	jusqu'à 25 000	25 000,01 à 209 000	Non applicable	à partir de 209 000,01
	Acheteurs non soumis à l'ordonnance du 23 juillet 2015		Non applicable	Non applicable	Non applicable	Non applicable
Services sociaux et spécifiques (article 28 du décret du 25 mars 2016)**	Acheteurs soumis à l'ordonnance du 23 juillet 2015	Tous les pouvoirs adjudicateurs	jusqu'à 25 000	25 000,01 à 750 000	Non applicable	à partir de 750 000,01
	Acheteurs non soumis à l'ordonnance du 23 juillet 2015		Non applicable	Non applicable	Non applicable	Non applicable

* Seuils applicables à compter du 1er janvier 2016 (ordonnance du 23 juillet 2015, décret n° 2015-1163 du 17 septembre 2015 et décret n° 2015-1904 du 30 décembre 2015)

** Services sociaux et spécifiques : ces services sont listés dans le document intitulé "définitions", page 3.

BOAMP: Bulletin Officiel des Annonces des Marchés Publics

JAL: Journal habilité à recevoir des Annonces Légales

JOUE: Journal Officiel de l'Union Européenne

Profil d'acheteur: Site internet auquel l'acheteur public a recours pour mettre en ligne la publicité et le dossier de consultation des entreprises (DCE), recevoir des candidatures et des offres électroniques de manière sécurisée et confidentielle, recevoir et traiter les documents signés électroniquement par les candidats, et gérer les échanges de message entre les candidats et lui. Il est aussi appelé «plate-forme», «service de dématérialisation», «salle des marchés», «place de marchés», etc.

Publicité adaptée: aucune règle n'est imposée à l'acheteur public qui choisit les modalités de publicité qui correspondent le mieux aux caractéristiques du marché