



LE RÉSEAU DES PROFESSIONNELS
DE LA COMMUNICATION
PUBLIQUE ET TERRITORIALE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Lyon le, 10 mai 2010

Les professionnels de la communication publique se dotent d'un Guide de recommandations sur les marchés publics de communication

Sous l'égide de Cap'Com, le réseau des professionnels de la communication publique et territoriale, vient d'être édité un Guide méthodologique et pratique pour accompagner les communicants publics et leurs agences dans la conduite des marchés publics de communication.

Dysfonctionnements et incompréhensions relatifs aux procédures d'achats publics sont parfois dénoncés tant par les acheteurs publics que par les professionnels de la communication. Si les contraintes et les évolutions constantes du code sont souvent avancées pour justifier les difficultés rencontrées, il s'avère que ce sont surtout les pratiques et la méconnaissance des possibilités offertes qui expliquent ces situations.

Dans cet esprit, Cap'Com, le réseau des professionnels de la communication publique et territoriale, vient d'éditer et de mettre en ligne des outils pédagogiques pour accompagner les communicants publics dans la conduite de leurs marchés publics de communication.

Ces outils, guide méthodologiques, recommandations pratiques, réponses à 50 questions courantes, mémento juridique, contribuent à définir au mieux les étapes d'un projet de communication, à choisir la procédure adéquate, à sélectionner la réponse la plus adaptée et à tirer le meilleur parti du marché dans le respect des procédures existantes.

Pour les directeurs de la communication de collectivités, les agences et les experts qui ont travaillé sur ce projet, la sécurisation des achats publics et de l'égal accès des prestataires et fournisseurs doit être garanti. Mais au-delà, la conduite d'un marché public de communication doit être conçue comme un temps de dialogue, en interne comme avec les prestataires et agences, qui vise à conduire, dans les meilleures conditions possibles, un bon projet de communication.

Lieu de rencontre et de réflexion, carrefour de formation et d'information, Cap'Com développe de nombreux outils qui répondent aux besoins de mutualisation et de valorisation des expériences et des pratiques des professionnels de la communication publique et qui accompagnent le réseau des communicants territoriaux dans la prise en compte des évolutions de leurs métiers.

Le Guide méthodologique et pratique des marchés publics de communication, téléchargeable gratuitement, et les documents et outils sont accessibles sur le site www.cap-com.org.

Contact presse

Lucie Texier

ltexier@cap-com.org / 04 72 65 18 28

Sommaire du Guide méthodologique et pratique des marchés publics de communication

- 10 étapes clés - 30 recommandations



Mai 2010 – 20 pages – 10 €

Etude de la faisabilité du projet de communication

- I La veille et l'acculturation
- II L'étude du projet de communication
- III La détermination de la faisabilité du marché

Mise en œuvre de la procédure de marché public

- IV Le choix de la procédure de marché public
- V La rédaction du cahier des charges
- VI La définition des critères d'attribution du marché public

Sélection du prestataire

- VII La diffusion et le déroulement de l'appel d'offres
- VIII L'analyse des offres et le choix du prestataire

Information et évaluation

- IX L'information des prestataires non retenues
- X L'évaluation de la procédure et de son résultat

Plus d'informations sur www.cap-com.org