

CAHIER DES CHARGES

PROGRAMME D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION EUROPEENNE EN FAVEUR DES PRODUITS AGRICOLES (FILIERE BLE FARINE PAIN) - 2024 – 2026

ACHETEUR : Intercéréales au nom et pour le compte du groupement constitué établi dans le cadre de l'appel à propositions Promotion filière blé-farine-pain,
23-25 avenue de Neuilly, 75116 Paris

MODE DE CONSULTATION : Appel d'offres ouvert

ACCES A LA CONSULTATION :

<https://www.intercereales.com/programme-de-promotion-europeen-en-faveur-de-la-filiere-ble-farine-pain-2024-2026>

Contexte

L'acheteur est l'association Intercéréales qui agit comme chef de file d'un projet de campagne de promotion réunissant un ensemble de partenaires, meuniers, boulangers, en France et en Belgique. A la date de publication du présent marché, les partenaires ayant rejoint l'initiative sont :

Pour la France

- Intercéréales (Interprofession de la filière céréalière française)
- CNBPF (Confédération Nationale de la Boulangerie Pâtisserie Française)
- FEB (Fédération des Entreprises de Boulangerie)
- ANMF (Association Nationale de la Meunerie Française)
- CSFL (Chambre Syndicale Française de la Levure)
- Syfab (Syndicat national des Fabricants de Produits intermédiaires pour boulangerie, pâtisserie et viennoiserie)

Pour la Belgique

- KVBM-ARMB (Association Royale des Meuniers Belges)
- FGFB asbl (Fédération des Grandes Boulangeries Belges asbl)
- UNIFA (Union des Fabricants et Importateurs de Matières Premières pour la Boulangerie Pâtisserie et Glaceries)
- Bakkers Vlaanderen
- FFrBoulPat : Fédération francophone boulangerie pâtisserie
- Institut Pain& Santé asbl

La liste des participants est, à ce jour, susceptible d'évolution.

Intercéréales, association privée à but non lucratif, est l'interprofession française représentative des céréales à savoir alpiste, amarante, avoine, blé dur, blé tendre, chia, épeautre, maïs, méteil, millet, orge, quinoa, riz, sarrasin, seigle, sorgho, triticale, et tritordeum, et des produits céréaliers.

Créée à l'initiative des organisations professionnelles du secteur céréalière français, elle réunit tous les acteurs économiques de la filière : la production, la collecte /commercialisation et les acteurs de la première transformation. C'est un lieu d'échange entre ces organisations qui œuvrent ensemble à développer les filières céréalières sur le territoire, mais aussi, à valoriser le savoir-faire et la qualité des productions et produits céréaliers à l'international.

A condition d'être retenu en réponse à l'appel à propositions référencé ci-après, la campagne d'information et de communication, objet du présent marché, sera financée par

. l'Union européenne

. et l'ensemble des partenaires de la filière blé-farine-pain français et belges ci-dessus mentionnés.

Le dossier de demande de cofinancement sera déposé auprès de la Commission européenne au cours du premier semestre 2023 en réponse à l'appel à propositions dont la base légale est le règlement (UE) N°1144/2014 ([lien](#)). Cette campagne ne pourra être officiellement lancée qu'après la levée de la condition suspensive relative à la signature de la convention de subvention entre l'entité coordinatrice du projet, Intercéréales, et la Commission européenne.

Référence du programme européen ([lien](#))

Le dépôt du dossier devra se faire sur le thème *AGRIP-MULTI-2023-IM- SUSTAINABLE* Information provision and promotion programmes increasing the awareness of Union sustainable agriculture and animal welfare* de l'Annexe I du Programme de travail pour 2023.

Annexe I du Programme de travail pour 2023 ([lien](#))

Le planning connu à la date de publication du marché est le suivant :

Calendrier de l'appel à propositions de la Commission Européenne (délais indicatifs soumis à évolution)	
19-janv-23	Lancement de l'appel à propositions
01/02-fevr-23	EU Info Day
20-avr-23	Date limite de soumission
avr/sept-23	Evaluation des experts
sept/nov-23	Notification de sélection
déc-23	Signature des conventions de subvention
janv-24	Début de la campagne de promotion

Le présent marché est composé de deux (2) tranches : l'une ferme, l'autre conditionnelle.

La tranche conditionnelle ne sera donc levée qu'après l'obtention de l'autorisation écrite de l'Union européenne.

En cas de non-sélection de la candidature soumise par Intercéréales à l'appel à propositions 2023 la campagne ne sera pas mise en œuvre et aucun marché ne sera conclu pour la tranche conditionnelle.

Article 1 : Objet du marché

Les partenaires des filières blé-farine-pain belge et française souhaitent réaliser un programme de communication co-financé par l'Union européenne. Son objectif est de concevoir et mettre en œuvre une campagne pour promouvoir une filière durable, soutenir la consommation du pain européen auprès du grand public et plus spécifiquement des 18-35 ans en France et en Belgique, et rendre les métiers de cette filière plus attractifs.

Le marché est composé de deux tranches :

- Une tranche ferme à réaliser au moins 8 jours ouvrables avant la date limite de soumission de la candidature (date estimée échéance tranche ferme : 10 avril 2023) : proposition stratégique détaillée du programme d'information et de communication, plan de mise en œuvre et budget correspondant. Tous ces éléments devront respecter les contraintes imposées par l'appel à propositions et feront partie intégrante du dossier de demande de subvention.
- Une tranche conditionnelle : exécution du programme d'information et de communication tel que présenté dans la candidature sélectionnée par la Commission européenne.
La tranche conditionnelle sera validée si la condition suivante est remplie : acceptation de la totalité de la demande de financement au fonds UE et signature de la convention de subvention. Dès réception de l'accord écrit de la Commission européenne, Intercéréales informera le titulaire.

Article 2 : Pièces constitutives du marché

Les pièces constitutives du marché sont les suivantes par ordre de priorité :

- L'acte d'engagement signé par les parties,
- Le règlement de consultation,
- Le Contrat entre Intercéréales et l'agence ainsi que ses annexes dont la convention de subvention,
- Le présent cahier des charges ainsi que ses éventuelles annexes,
- La convention de données personnelles,
- La candidature et l'offre de l'agence.

Article 3 : Contexte du marché

Les représentants de la filière blé-farine-pain en France et en Belgique partagent le constat que cette filière est vertueuse au niveau européen. Ils souhaitent mettre en avant son rôle durable, notamment dans l'adaptation au changement climatique. Chaque maillon y participe à travers des actions concrètes.

Les céréales

Les céréales cultivées sur le sol européen sont la ressource de base pour produire la farine, ingrédient principal du pain consommé en Europe.

Depuis la COP 23, l'agriculture a été reconnue comme une solution pour atténuer le changement climatique. A l'échelle européenne, les grandes cultures représentent une majeure partie de la solution. Les grandes cultures peuvent en effet capter et stocker de grandes quantités de carbone dans la biomasse végétale par l'absorption du dioxyde de carbone (CO₂) de l'air et sa transformation en carbone par la photosynthèse. Elles en stockent également une partie durablement dans le sol. Bien que la filière, y compris la production de céréales, émettent d'autre part du carbone, une trajectoire de progrès est engagée.

D'autre part, des mesures visant à améliorer la résilience des systèmes de production alimentaire afin de renforcer la résistance aux maladies et au changement climatique sont entreprises à travers des instituts techniques comme ARVALIS en France ou l'Université Gembloux et UGent en Belgique.

Des mesures pour préserver la ressource en eau, ou encore prévenir et améliorer l'état des sols sont également entreprises.

La surface cultivée en céréales couvre 52,6 Mha sur le territoire de l'Union européenne, soit plus de la moitié des terres arables et 1/3 de la Surface Agricole Utile (SAU). 21,5 Mha y sont consacrés à la culture du blé tendre (22% des terres arables et 13% de la SAU). 288,7 Mt de céréales y sont produites, dont 133.9 Mt de blé (EU Agricultural Outlook 2021-2031).

Logistique et collecte

L'organisme stockeur possède un rôle-clé. Il allote, stocke et commercialise les céréales.

De nombreuses initiatives se développent au niveau du stockage, par exemple des démarches sans insecticides de stockage.

Dans la plupart des cas et à chaque fois que c'est possible, la filière privilégie des modes de transport doux : maritime, fluvial ou ferroviaire.

Première transformation

La transformation des céréales, en particulier le blé tendre en farine, se fait dans le moulin. Les grains y sont assemblés et écrasés, résultant deux produits : la farine et le son (enveloppe du grain).

Les meuniers utilisent principalement l'électricité dans les moulins, et sont engagés depuis des années pour la réduction de la consommation d'énergie. C'est également un maillon qui valorise entièrement les coproduits. 99% de ces coproduits sont valorisés, le son étant principalement destiné à l'alimentation des animaux. Le moulin ne rejette aucune eau dans l'environnement, l'eau ajouté pour mouiller le grain est absorbée et non rejetée.

Seconde transformation

Le pain est un des aliments les plus consommés en Europe. Il est simple par sa composition : farine de blé tendre (ou autre céréale), levure ou levain, sel et eau. Chaque pays possède ses pains spéciaux, multipliant les variétés et les espèces de céréales nécessaires (blé tendre, seigle, avoine, épeautre...) et favorisant la biodiversité cultivée.

Boulangeries industrielles et artisanales travaillent depuis des années à l'optimisation de la gestion de l'eau et de l'énergie pour réduire l'impact environnemental et améliorer l'efficacité économique des entreprises.

Article 4 : Description des prestations

Cet appel d'offres vise au dépôt d'une demande de co-financement à la Commission européenne d'un programme de promotion du pain et de toute la filière blé-farine-pain, ainsi que la réalisation de ce programme.

Tranche ferme à réaliser avant le 10 avril 2023 :

En prévision du programme à soumettre à la Commission, un certain nombre d'actions doivent être réalisées à minima par le prestataire :

- Recommandation stratégique
- Plan de mise en œuvre
- Budgétisation au format requis par le programme
- Appui à la rédaction des sections du dossier directement liées à la prestation
- Pilotage de la candidature avec le groupement

L'agence devra ainsi proposer une recommandation stratégique, un budget et un modus operandi, parties intégrantes du dossier de candidature.

Les candidats devront faire des propositions d'actions détaillées et quantifiées.

Le dépôt du dossier devra se faire sur le thème *AGRIP-MULTI-2023-IM- SUSTAINABLE* Information provision and promotion programmes increasing the awareness of Union sustainable agriculture and animal welfare* de l'Annexe I du Programme de travail pour 2023

Tranche conditionnelle :

OBJECTIFS

Les objectifs de la campagne seront :

- Augmenter les connaissances sur l'aspect durable de la production et donc de la consommation de pain (18-35).
- Relancer la consommation du pain chez les jeunes (18-35 ans), fer de lance d'une consommation durable et plus végétale
- Rendre attractifs les métiers proposés par la filière (meunerie, boulangerie) pour soutenir une filière durable et attractive dans les territoires (15-25 ans)

CIBLES

Les pays cibles du programme sont :

- France
- Belgique (Bruxelles, Wallonie et Flandre)

Les organismes souhaitant proposer leur candidature doivent avoir la capacité de mener leurs actions dans chacun des pays concernés par la campagne

MESSAGES CLES

Le dossier devra s'appuyer sur le fait que le pain et la filière blé-farine-pain jouent un rôle à la :

- Contribution à l'adaptation / atténuation du changement climatique (diminution des émissions de carbone et participation au stockage du carbone)
- Adaptation au changement climatique, notamment à travers la recherche variétale pour améliorer la résilience des systèmes de production
- Améliorations durables du processus de production du pain

STRATEGIE DE MOYENS / ACTIONS

La campagne sera réalisée sur deux pays, France et Belgique (français et flamand). Il s'agit d'un programme unitaire qui peut contenir des actions communes et des actions spécifiques à chacun de ces marchés. Les actions respecteront les spécificités propres à chaque marché (langue, culture...).

La campagne s'appuiera sur différents leviers pour répondre aux objectifs et pourra s'appuyer sur diverses actions transversales

- Influence : presse, digital, relations influenceurs, relations publiques...
- Évènementiel : événements RP, participation à des salons, tables rondes, événements...
- POS : présence en points de vente et campagnes marketing, outils pédagogiques...

Des indicateurs proposés par le prestataire seront mis en place pour mesurer l'impact des actions de la campagne et l'atteinte des objectifs de campagne.

L'approche pour chaque action est basée sur l'expérience, l'information avec la volonté d'occuper le terrain professionnel et médiatique d'une part, et de s'inscrire dans les habitudes de consommation d'autre part.

Une campagne d'actions de communication à 360° doit être développée à la lumière de l'analyse du marché et des cibles afin d'atteindre tous les objectifs définis.

Les actions doivent avoir un réel impact, avec indicateurs de performance mesurables d'atteinte des objectifs en fonction des coûts déployés (coûts/contacts, indicateurs quantitatifs, qualitatif...).

A noter qu'une agence d'évaluation indépendante sera chargée de l'évaluation de la campagne, conformément à la réglementation.

Article 5 : Budget prévisionnel

Les prix sont forfaitaires. Ils sont détaillés dans l'acte d'engagement par type d'action proposée avec les honoraires correspondants. Ces prix sont exprimés en euros et comprennent toutes les charges fiscales et autres applicables aux services ainsi que tous les frais afférents.

5.1 Pour la tranche ferme, la prestation est fixée forfaitairement à **10 000 € HT**.

5.2 Pour la tranche conditionnelle, la proposition ne devra pas dépasser le montant global sur 3 ans qui devra être reparti de façon homogène chaque année avec un delta de 20% maximum sur une moyenne annuelle

- **Actions France : 2 100 000 € HT pour les 3 ans**
- **Actions Belgique : 900 000 € HT pour les 3 ans**

5.3 La présente mise en concurrence n'est pas indemnisée.

Une convention de confidentialité sera établie avec les agences participantes, notamment pour l'accès aux informations qui leur seront communiquées dans le cadre de cette consultation.

Intercéréales s'engage à ne pas exploiter les propositions d'une agence dont la candidature n'est pas retenue.

Article 6 : Planning prévisionnel

Le dépôt des dossiers des agences doit être effectué par email au plus tard le 10/02/2023 à atack@intercereales.com

L'audition des agences retenues se fera le 16 février à Paris (durée de la présentation : 45 minutes maximum suivi d'un temps d'échange de 30 minutes).

Les résultats de la présente consultation seront communiqués le 23 février.

La tranche ferme débutera à compter de sa notification au titulaire et jusqu'à 8 jours ouvrables avant la date limite de soumission de la candidature de co-financement à l'Union européenne (date estimée échéance tranche ferme : 10 avril 2023).

Si le dossier est accepté par la Commission européenne, la campagne de promotion, d'une durée de 36 mois, débutera en janvier 2024 et se terminera en décembre 2026 (calendrier indicatif).

La durée de la **tranche conditionnelle** est ainsi de 36 mois (durée indicative). Elle inclut la délivrance d'un bilan annuel ainsi que d'un bilan final, selon le critère et le format requis par la Commission européenne.

Le marché n'est pas renouvelable.

Pour rappel, la tranche conditionnelle est conclue sous réserve de la signature de la convention avec la Commission européenne.

Article 7 : Exigences générales

Présentation et sélection des offres des candidats

CONTENU DE L'OFFRE

Pour le programme de communication, l'agence doit proposer un plan d'activité complet comprenant différentes actions en fonction de sa recommandation stratégique.

Chaque action devra faire l'objet d'un budget détaillé faisant ressortir la décomposition des coûts, et les honoraires en pourcentage des coûts effectifs de l'action.

La proposition technique du candidat fait état de :

1. L'organisation interne de la structure, de l'équipe et du chef de projet. Les candidats doivent démontrer qu'ils possèdent des ressources humaines et techniques (joindre Curricula vitae du personnel affecté au projet) suffisantes pour être à même d'exécuter le marché.
2. La présentation des agences « locales » / bureaux le cas échéant qui interviendront sur le projet avec le détail de l'équipe qui aurait la charge du projet. En cas de sous-traitance, les candidats doivent expliquer le rôle et niveau d'intervention des entités concernées).
3. Les principales références des services effectués au cours des trois dernières années, indiquant le montant, la date et le destinataire public ou privé, dans le cadre de l'objet du présent marché. Les

prestations de services sont prouvées par des attestations du (des) destinataires ou, à défaut, par une déclaration du candidat.

4. La connaissance du candidat sur : les procédures d'évaluation spécifiques nationales et communautaires (évaluation points de vente, évaluation relations presse et publiques...) ; des connaissances générales des produits ou thèmes concernés, les expériences de travail avec d'autres organisations professionnelles et/ou entreprises du secteur agricole ou agroalimentaire et/ou institutions du secteur public.

5. Une note d'analyse du contexte et des marchés et recommandation stratégique.

6. Un plan d'actions détaillé et une méthodologie de travail pour les marchés ciblés dans le cahier des charges. Le candidat peut inclure dans sa réponse des recommandations créatives sur les axes et thèmes traités.

7. Un rétro planning pour la mise en œuvre des actions.

8. Des outils d'évaluations et une liste d'indicateurs quantifiables liée aux actions.

9. Un budget détaillé, présenté en euros HT.

Le format de la restitution sera le suivant :

- Présentation en PowerPoint en français (50 slides maximum)
- Détails en annexe de la présentation, sous format Word, avec tableaux budgétaires sous Excel (cf. Règlement de consultation) en anglais

L'examen des offres sera effectué par un comité de sélection composé d'un représentant de chacun des partenaires du consortium, soit 12 partenaires disposant chacun d'une voix. Ce dernier se réunira début février 2023.

L'agence retenue sera sélectionnée sur la base des 7 critères suivants :

- Compréhension de la problématique du projet
- Clarté et pertinence des recommandations stratégiques
- Originalité des actions envisagées
- Qualité et Originalité du dispositif opérationnel présenté
- Capacité à obtenir et mesurer les résultats (impact, retour sur investissement)
- L'aptitude du candidat
- Pertinence de la proposition financière

Une note de 1 à 5 sera attribuée à chacun des 7 critères.

3 agences maximum seront retenues pour l'audition, sur base de ces critères.

L'agence retenue sera celle qui présentera le meilleur rapport qualité/prix. Les candidats non retenus pourront solliciter la fiche d'évaluation de leur proposition auprès d'Intercereales.

Coordination

Compte tenu du caractère transnational du programme, l'agence de communication doit apporter la preuve :

- qu'elle dispose de l'expertise spécifique pour ce type de programme :
 - o de communication au plan européen (a minima France et Belgique);
 - o administrative (pilotage de projet administratif et financier de campagne cofinancée...);
- qu'elle dispose d'un interlocuteur unique qui assure la coordination de la prestation, bilingue (français/anglais) dont français au moins (toutes les présentations auprès des partenaires doivent se faire en français).

Les organismes souhaitant proposer leur candidature doivent avoir la capacité de mener leurs actions dans chacun des pays concernés par la campagne.

Partie règlementaire

L'agence devra disposer d'une parfaite connaissance de la réglementation européenne en vigueur car elle sera responsable de la conformité des matériels, textes et actions avec cette réglementation ainsi que des obligations de publicité.

En conséquence, toutes les propositions des agences devront respecter les règlements communautaires relatifs aux actions d'information et de promotion (Règlement UE 1144/2014 du conseil du 22 octobre 2014 - Règlement UE 2015/1829 de la Commission du 23 avril 2015 - Règlement délégué UE 2015/1831 de la Commission du 7 octobre 2015 - Règlement d'exécution UE 2015/1831 de la Commission du 7 octobre 2015) et à l'appel à propositions 2023 "Programmes Multiples" du 14 janvier 2020 (JOUE 2020/C12/08).

D'une manière générale, les agences s'engagent également à :

- Exécuter le marché conformément à la réglementation en vigueur dans les territoires auxquels les activités sont destinées ou dans lesquels les activités sont censées être exécutées et dans le respect des règles de l'art propres aux prestations objets du marché.

Exigences administratives et formelles – tranche conditionnelle

Un certain nombre d'exigences administratives sont prévues par la réglementation européenne, auxquelles l'agence devra se soumettre :

- Contrat : respect du contrat signé entre le prestataire et Intercéréales au nom du groupement.
- Rapport annuel d'activité : chaque année, ce rapport doit être établi selon les formats de la Commission européenne et comprendre à minima
 - o un état récapitulatif financier ;
 - o un rapport d'activité par type d'action ("Work Package") et final; ces rapports d'activité devront être fournis en français et en anglais;
 - o l'ensemble des factures, sous-factures (sous-traitants) certifiées conformes et acquittées et les feuilles de temps des personnels investis dans les actions de l'année.
- Contrôles : l'agence devra accepter de se soumettre aux éventuels contrôles de l'Union européenne qui pourra mandater un organisme pour vérifier à distance et/ou sur place

l'authenticité des pièces justificatives (factures, paiements, encaissements, time sheet, etc...) et demander tout type de justification complémentaire.

En sus, l'agence devra communiquer à l'acheteur un état d'avancement régulier des travaux, via :

- un point d'étape trimestriel (rapports techniques et financiers) ;
- une réunion annuelle avec les représentants du consortium du programme pour présenter les travaux de l'année écoulée et les projets d'action pour l'année à venir.

L'agence devra également communiquer à Intercéréales les justificatifs correspondants à chacun des coûts et/ou dépenses engagées. Les preuves de paiement devront être jointes aux rapports trimestriels.

Autres obligations

L'agence s'engage encore à :

- Ne divulguer aucune information signalée qui présente un caractère confidentiel par sa nature, le contexte de son obtention, ou du fait de son signalement comme étant confidentiel, dont elle aurait eu connaissance à l'occasion de l'exécution des prestations du marché, et qui est relative aux moyens à mettre en œuvre pour l'exécution du marché. Le cas échéant, l'agence doit informer ses salariés et sous-traitants des obligations de confidentialité qui s'imposent à lui pour l'exécution du marché. Elle doit s'assurer du respect de ces obligations par ses salariés et sous-traitants. Ne sont pas couverts par cette obligation de confidentialité les informations, documents ou éléments déjà accessibles au public, au moment où ils sont portés à la connaissance des parties. Les autres informations relatives à l'exécution du marché ne peuvent être communiquées aux tiers qu'avec l'accord exprès du consortium ;
- Ne pas utiliser sous quelque forme que ce soit les résultats obtenus durant l'exécution des prestations du présent marché pour toute autre campagne.
- Ne pas présenter de demande pour bénéficier d'aides communautaires ou nationales au titre des actions menées pour la campagne faisant l'objet du présent marché,
- Indiquer clairement et lisiblement sur tous les matériels - quel qu'en soit le support - qu'il produira dans le cadre du marché, ainsi que dans ses rapports avec les médias, que l'Union Européenne a participé au financement du programme et des actions, sous peine de non-éligibilité des dépenses réalisées et, sauf instructions contraires du consortium, à reproduire les logos visés ci-dessous :

Article 8 : Sous-traitance – tranche optionnelle

L'agence pourra avoir recours à des sous-traitants sous réserve d'informer préalablement et par écrit l'acheteur en lui communiquant leur nom, adresse et numéro d'inscription au registre du commerce et des sociétés et/ou numéro SIRET ou équivalent (numéro TVA Belge, Numéro d'entreprise BCE...).

L'agence est chargée du règlement de toutes les factures correspondant aux activités du marché pour le compte du consortium dont elle aurait chargé un sous-traitant. Le consortium ne peut être tenu responsable des retards de paiement de l'agence auprès de ses sous-traitants.

En cas de sous-traitance, l'agence restera seule responsable vis-à-vis de l'exécution des parties sous-traitées. A ce titre, les défaillances des sous-traitants relevant du non-respect de leurs engagements ou de la cessation d'activité sont traitées comme des défaillances de l'agence.

Les obligations qui incombent à l'agence dans le cadre du présent marché s'appliquent de droit aux sous-traitants. L'agence s'engage à les leur répercuter.

Article 9 : Contrôle de la bonne exécution des prestations du marché

Le consortium se réserve le droit de faire réaliser durant l'exécution du marché tout type de contrôle pour s'assurer de la conformité des prestations réalisées aux exigences du marché. Il peut soit diligenter des contrôles sur place, soit demander à l'agence de lui faire parvenir des justificatifs de la réalisation des actions proposées.

Dans l'hypothèse où le consortium constate un manquement aux prescriptions du présent cahier des charges, il adresse à l'agence une mise en demeure pour y remédier dans un délai déterminé. Passé le délai fixé, Intercéréales peut soit décider de résilier le marché dans les conditions de l'article 14, soit décider de ne pas verser les sommes correspondantes aux actions non-conformes au présent cahier des charges qui, in fine, ne seraient pas cofinancées par la Commission européenne au regard de leur inéligibilité.

Toute modification proposée des activités doit être signalée par l'agence et validée par le consortium. Les rapports périodiques feront également l'objet de vérifications. L'agence est tenue de procéder aux corrections demandées, le cas échéant, par le consortium.

Le contrôle de la bonne exécution du marché impose également que l'agence s'engage à conserver les registres et autres pièces justificatives attestant la bonne exécution du programme et les coûts déclarés comme admissibles, dans les conditions prévues par le règlement n°2015/1831 du 7 octobre 2015 portant modalités d'application du règlement n°1144/2014 relatif à des actions d'information et de promotion en faveur des produits agricoles sur le marché intérieur et dans les pays tiers.

Ainsi, l'agence devra :

- Ouvrir un compte bancaire spécifique et dédié exclusivement aux encaissements et décaissements opérés pour la campagne. L'agence s'engage à conserver copie de l'ensemble des relevés bancaires relatifs à ce compte bancaire pendant toute la durée du marché et, après son terme, pendant une période qui lui sera indiquée par le consortium.
- Tenir une comptabilité analytique spécifique au marché et distincte de sa comptabilité générale permettant l'identification des recettes et dépenses relatives à l'exécution du marché et la tenir à disposition du consortium (en intégralité ou par extraits) sur simple demande. L'agence s'engage à conserver cette comptabilité pendant toute la durée du marché et, après son terme, pendant une période qui lui sera indiquée par le consortium.

Enfin, il est rappelé que des contrôles, examens, audits et enquêtes pourront être diligentés, notamment dans les locaux de l'agence, par le consortium, l'agence exécutive européenne pour la

recherche (REA), la Commission, la Cour des comptes européenne (CCE) et l'Office européen de la lutte antifraude (OLAF) et/ou tout organisme, agent ou expert par eux mandaté pendant toute la durée du marché et trois (3) ans après paiement du solde de la subvention auprès du consortium.

Article 10 : Propriété intellectuelle

L'agence cède, à titre exclusif, l'intégralité des droits ou titres de propriété intellectuelle de toute nature afférente aux prestations et/ou aux résultats des prestations permettant au consortium de les exploiter librement en France, en Belgique et à l'étranger.

Cette cession porte notamment sur tous les travaux réalisés aussi bien par l'agence que par des personnes associées directement ou indirectement dans le cadre du présent marché (auteurs indépendants, droits voisins des artistes interprètes, droit à l'image des mannequins et personnes représentées, etc).

Le transfert de propriété a lieu dans le respect des accords qui lient les partenaires du consortium au fur et à mesure de la réalisation des prestations prévues au marché.

Les droits cédés incluent notamment, sans que cette liste soit limitative :

- Le droit de reproduction de tout ou partie des créations sur tout support notamment analogique ou numérique, sous toutes formes et tous formats connus ou prévus à la date de signature du marché ou découverts ultérieurement,
- Le droit de représentation de tout ou partie des créations par tous procédés (connus ou prévus à la date de signature du marché ou découverts et envisagés ultérieurement),
- Le droit d'adaptation en tous formats et de traduction en toutes langues de tout ou partie des créations.
- Les droits de distribution, de location, de prêt, de mise à disposition gratuite et de vente en vue de toute commercialisation, opération de communication interne ou externe et tous autres modes d'exploitation des créations entrant dans l'activité des membres du consortium.

Les supports et procédés incluent notamment tout support papier, informatique ou numérique, tout moyen de communication, direct ou indirect, spatial ou terrestre, par satellite, par câblage ou par voie hertzienne, et tout réseau avec ou sans fil, dont notamment Internet.

Cette cession est valable pour la durée légale de protection des droits de propriété intellectuelle, y compris toute prorogation légale, quelle qu'en soit la raison et pour le monde entier. Elle comprend la possibilité donnée au consortium et à l'Union européenne de bénéficier de tous les droits d'utilisation des résultats des actions faisant l'objet du présent marché.

L'agence cède également au consortium la propriété de l'ensemble des supports matériels des œuvres.

Article 11 : Données personnelles

L'agence sera amenée à effectuer en qualité de sous-traitant, pour le compte du consortium en qualité de responsable de traitement, des opérations de traitement de données à caractère personnel nécessaires pour la réalisation du marché. A ce titre l'agence s'engage à :

- Réaliser lesdits traitements dans le respect du Règlement européen sur la protection des données 2016/679 du 27 avril 2016 (ci-après « RGPD »), relatif à la protection des personnes physiques à l'égard des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données et la loi française 78-17 du 6 janvier 1978 modifiée relative à l'informatique, aux fichiers et aux libertés et ses éventuels décrets d'application (ci-après la « Réglementation ») ;
- Garantir le respect de la confidentialité des données personnelles traitées dans le cadre du marché ;
- À mettre en œuvre les mesures techniques et organisationnelles afin de garantir la sécurité et la confidentialité des données,
- À faire ses meilleurs efforts afin d'assister le consortium dans la rédaction d'un tableau descriptif des traitements des données personnelles ;
- À faire respecter par ses sous-traitants la Réglementation et les instructions du consortium en matière de gestion des données personnelles ;
- À ne pas transférer les données personnelles vers un pays tiers ne faisant pas l'objet d'une décision d'adéquation de la Commission européenne, en particulier en cas de recours à des sous-traitants subséquents.

L'agence signe, par ailleurs, la convention « Protection des données personnelles » qui constitue une pièce constitutive du marché.

Article 12 : Assurances

L'agence déclare et garantit être assuré au titre de sa responsabilité civile professionnelle auprès d'une compagnie d'assurance notoirement solvable et que cette assurance couvre l'intégralité des prestations et/ou du marché et des personnes impliquées, directement et/ou indirectement, dans la réalisation et/ou l'exécution du marché. Elle s'engage, en outre, à maintenir lesdites assurances pendant toute la durée du marché.

Article 13 : Résiliation

Résiliation par les Parties

En cas de non-respect par l'une des Parties d'une quelconque des obligations essentielles prévues par le marché, l'autre Partie pourra, après mise en demeure adressée par lettre recommandée avec accusé de réception d'avoir à remédier au(x) manquement(s) constaté(s) restée sans effet dans les trente (30) jours de sa réception, résilier sans autre formalité le marché et ce, sans préjudice de tous dommages et intérêts qui pourraient être dus.

Résiliation par INTERCEREALES

Intercéréales représentant le consortium pourra également résilier le présent marché à tout moment dans les cas suivants :

- a) Lorsque l'agence est, au cours de l'exécution du présent marché, placée dans l'une des situations mentionnées aux articles L. 2141-1 à L. 2141-11 et L. 2341-3 du Code de la commande publique ;
- b) Lorsqu'une procédure de redressement (articles L. 631-1 et s. du Code de commerce), une procédure de liquidation judiciaire (articles L. 640-1 et s. du Code de commerce) ou une mesure équivalente prévue par un droit étranger est ouverte à l'encontre de l'agence et sous réserve des dispositions d'ordre public applicables à une telle procédure ;
- c) Lorsque la Commission européenne résilie la Convention de subvention et ce, quelle que soit la cause de cette résiliation ; et/ou,
- d) En cas de non-extension par les pouvoirs publics ou de remise en cause de l'extension de l'accord interprofessionnel conclu entre les organisations qui constituent Intercéréales fixant le montant de la cotisation interprofessionnelle.

L'agence ne pourra, le cas échéant, prétendre à aucune indemnité et/ou compensation autre que :

- le remboursement, sur justificatifs, de l'ensemble des dépenses et frais éligibles au programme et engagés par l'agence,
 - le règlement de la rémunération de l'agence au titre des prestations réalisés,
- et ce, jusqu'à la date de la résiliation ou de son fait générateur (lorsque l'agence aura omis de porter ledit fait générateur à la connaissance du consortium dans les hypothèses prévues aux paragraphes a) et b) ci-dessus.

Article 14 : Litiges et différends

Le marché est régi et interprété conformément au droit français.

Les parties s'efforceront de régler par voie amiable les litiges et différends qui pourraient survenir lors de l'exécution du présent marché. A défaut de règlement amiable, le litige sera porté devant le tribunal de Paris compétent.