



CAHIER DES CHARGES

PROGRAMME D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION EUROPEENNE EN FAVEUR DES PRODUITS AGRICOLES (BLE ET FARINE EN CHINE) - 2026 – 2028

ACHETEUR : Intercéréales, 23-25 avenue de Neuilly, 75116 Paris

MODE DE CONSULTATION : Appel d'offres ouvert

ACCES A LA CONSULTATION : <https://www.intercereales.com/appe-doffres-programme-de-promotion-du-ble-et-de-la-farine-europeens-en-chine-2026-2028>

Contexte

L'acheteur est l'association Intercéréales qui agit comme entité proposante pour le projet de campagne de promotion.

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 céréalier 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 cérésières sur le territoire, mais aussi à valoriser le savoir-faire et la qualité des productions et produits cérésières 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 Intercéréales.

Le dossier de demande de cofinancement sera déposé auprès de la Commission européenne au cours du premier semestre 2025 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 proposante, Intercéréales, et FranceAgriMer (pour le compte de la Commission européenne).

Référence du programme européen (Document à paraître)

Le dépôt du dossier devra se faire sur le thème *AGRIP-SIMPLE-2025-TC-ASIA* de l'Annexe I du Programme de travail pour 2025.

Annexe I du Programme de travail pour 2025 (Document à paraître)

Le planning de la Commission européenne n'est pas connu à la date de publication du marché mais pourrait être le suivant :

Calendrier de l'appel à propositions de la Commission Européenne (délais indicatifs soumis à évolution)	
janv-25	Lancement de l'appel à propositions
29-30-janv-25	EU Info Days
mi-avril-25	Date limite de soumission des propositions
mai/sept-25	Evaluation des experts
sept/nov-25	Notification des sélections
déc-25	Signature des conventions de subvention
janv-26	Début de la campagne de promotion

Le présent marché est composé de deux (2) tranches : l'une ferme, l'autre conditionnelle. **Un dossier de demande de cofinancement sera déposé auprès de l'Union Européenne dans le courant du premier semestre 2025 (avant mi-avril 2025) dans le cadre d'un programme 1144. Cette campagne ne pourra être officiellement lancée qu'après acceptation totale du dossier et accord écrit de l'Union Européenne.**

L'acceptation du dossier de demande de cofinancement par l'Union Européenne faisant l'objet d'un accord écrit de l'Union Européenne est une condition suspensive à la réalisation de la tranche conditionnelle. Celle-ci 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 2025, la campagne ne sera pas mise en œuvre et aucun marché ne sera conclu pour la tranche conditionnelle.

Article 1 : Objet du marché

Intercéréales souhaite réaliser un programme de communication co-financé par l'Union européenne. Son objectif est de concevoir et mettre en œuvre une campagne pour promouvoir le blé et la farine européens pour accroître l'export de blé tendre et de farine UE en Chine.

Le marché est composé de deux tranches :

- Une tranche ferme à réaliser au moins 15 jours avant la date limite de soumission de la candidature (date estimée échéance tranche ferme : 29 mars 2025) : 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

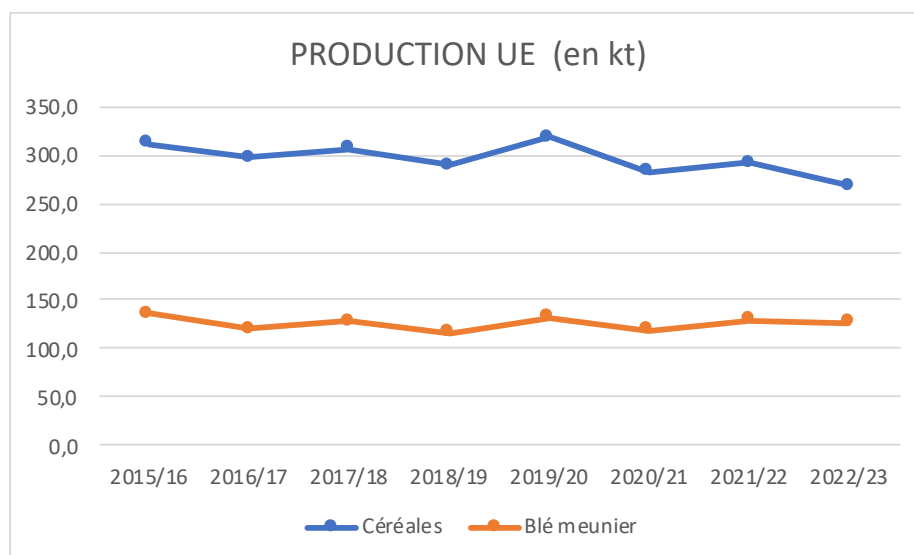
La filière européenne blé-farine-pain est un fleuron européen qui véhicule une image positive de savoir-faire, de tradition et de qualité de l'UE à l'international. La France tire particulièrement son épingle du jeu dans cette image. La demande chinoise en céréales est croissante. Alors que la demande pour les produits occidentaux est importante en Chine, les exportations européennes de blé et de farine restent irrégulières même si elles suivent une tendance croissante.

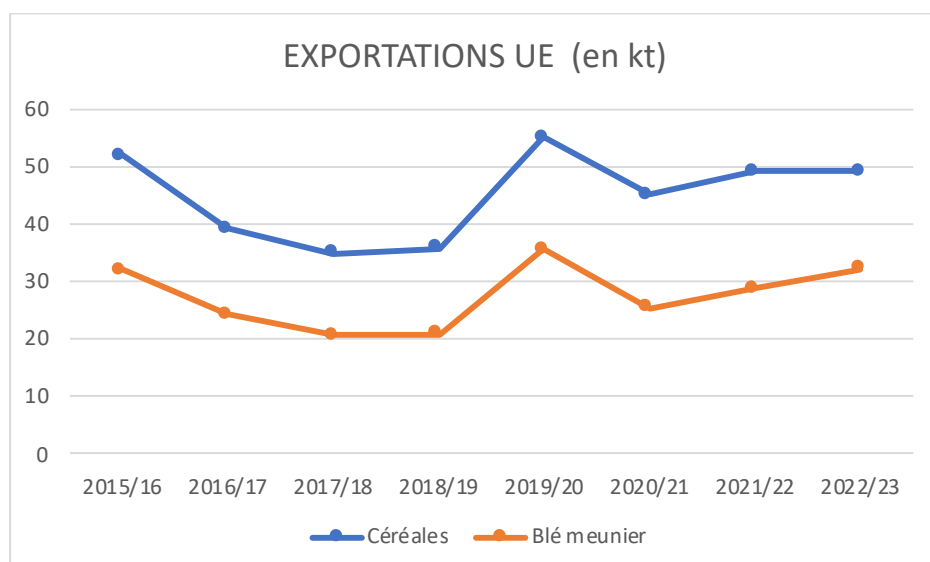
Les céréales en UE

Les céréales (blé tendre, maïs, orge, blé dur, riz...) sont une ressource qui constitue la base de l'alimentation de nombreux peuples en Europe et dans le monde (pain, riz, pâtes, bouillies, polenta...).

L'Europe est une terre de céréales.

L'UE est une grande puissance agricole mondiale et notamment céréalière. 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). Au niveau international, elle occupe la troisième place des producteurs de céréales. Le blé, avec 45 % des céréales cultivées au sein de l'Union, reste l'atout européen premier. L'UE est d'ailleurs régulièrement le premier producteur mondial de blé, en compétition avec la Chine qui lui conteste cette position lorsque les récoltes européennes sont moindres. L'UE est par ailleurs le second consommateur mondial de blé, derrière la Chine. Elle exporte une grande partie de sa production (cf. graphes) et contribue ainsi à l'équilibre et la sécurité alimentaire mondiale. Elle occupe la seconde place au rang des exportateurs mondiaux de blé, derrière la Russie et devant les États-Unis. Les principaux pays contributeurs sont la France, l'Allemagne, la Pologne et dans une moindre mesure la Roumanie. Les principales destinations sont le Maghreb et l'Afrique subsaharienne.





La Chine

Les grains, base de l'alimentation

Pour la Chine : la définition des grains (produits alimentaires de base) peut être classée par espèce en céréales, légumineuses et tubercules en Chine. Parmi ceux-ci,

- les céréales comprennent le paddy, le blé, le maïs et d'autres céréales (comme le millet, le sorgho, l'orge, l'avoine, le sarrasin, etc.) ;
- les légumineuses comprennent le soja, le haricot mungo, l'adzuki Haricot rouge, etc. ;
- les tubercules ne comprennent que la pomme de terre et le dioscorea esculenta (le manioc est classé comme autre culture, et d'autres tubercules sont classés comme légumes).

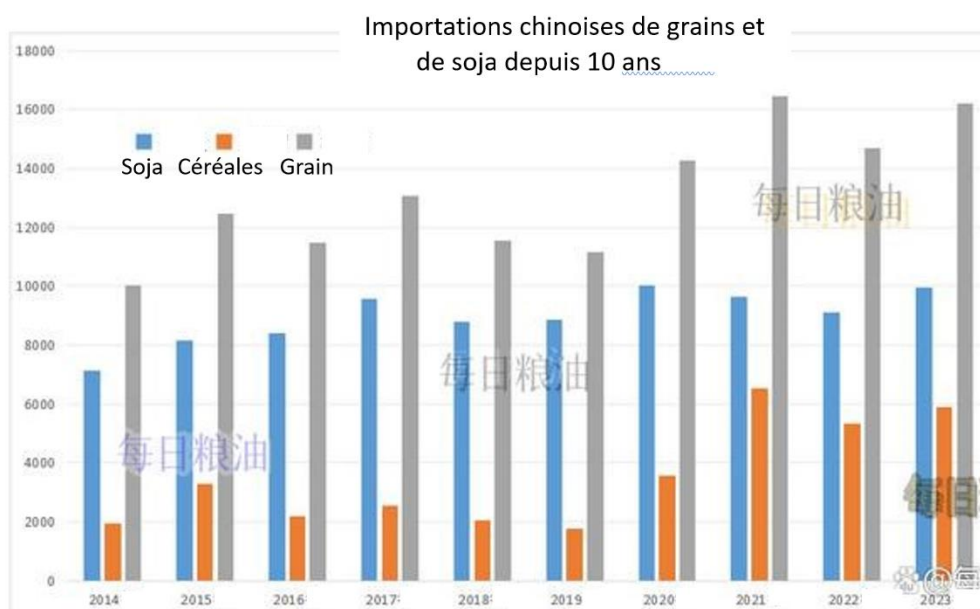
En 2023, la production totale de grains en Chine s'élève à 695 millions de tonnes, dont 41.5 % pour le maïs, 29.7 % pour le riz paddy, 19.6 % pour le blé et environ 3 % pour le soja. Selon le rapport « Perspectives agricoles de la Chine (2024-2033) », la production totale de grains (produits alimentaires de base) en Chine devrait atteindre 704 millions de tonnes en 2024, et 766 millions de tonnes en 2033. La consommation totale de grains en Chine dépassant chaque année 800 millions de tonnes, la production projetée de 2033 ne sera pas suffisante pour la demande de consommation en Chine, d'autant qu'elle continue de croître au fil du temps. **En 2023, la consommation totale de grains en Chine a atteint 817 millions de tonnes, dépassant plus de 100 millions de tonnes par rapport la production.**

Dans la structure de consommation de grains en Chine en 2023, 36.6 % sont destinés à la consommation directe, soit 299 millions de tonnes. Les grains destinés à l'alimentation animale représentent le deuxième plus grand secteur de consommation en Chine, avec une consommation annuelle de 244 millions de tonnes, soit près de 30 %. Si l'on tient compte des coproduits issus du traitement des grains, tels que le son de riz et le son de blé, cette proportion dépasse largement les 30 %. Ces grains sont transformés en aliments pour animaux, entrant dans le secteur de l'élevage, et finissent par se retrouver sous forme de viande, œufs, lait et autres produits sur les tables des consommateurs. Plus de 15 % de grains sont utilisés dans diverses transformations industrielles pour

produire des aliments variés, tels que des chips, des produits à base de soja, ainsi que de l'alcool, de l'amidon, et d'autres produits transformés.

Un pays dépendant des importations de grains

Les données de la FAO montrent que le commerce mondial total de céréales en 2023 est de 505 millions de tonnes (Les données commerciales se rapportent aux exportations sur la base d'une campagne de commercialisation juillet/juin pour le blé et les céréales secondaires, ainsi que d'une campagne de commercialisation janvier/décembre pour le riz). Les importations totales de grains (céréales, légumineuses et tubercules) de la Chine en 2023 atteignent 162 millions de tonnes (données douanières chinoises, janvier-décembre 2023), dont 59 millions de tonnes sont des importations de céréales (blé, orge, maïs, riz paddy et sorgho), soit 11.7% du commerce mondial total des céréales. En 2024, les importations de grains en Chine sont estimées à 140 millions de tonnes, un chiffre qui représente une réduction de plus de 13% par rapport à l'année 2023. NB : La Chine considère le soja comme de grains tandis que de nombreux pays du monde les comptent plutôt parmi l'oléagineuse.

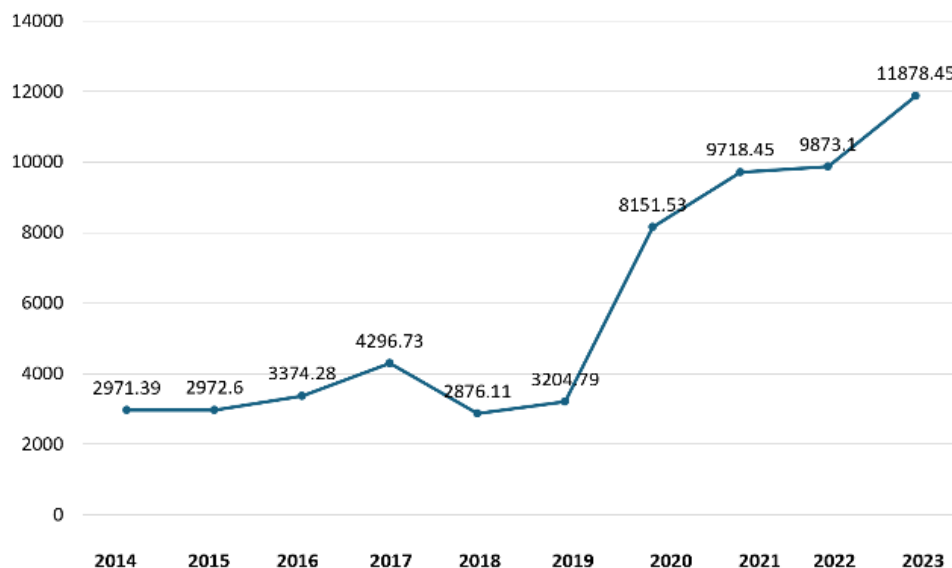


La Chine, tout en assurant la production nationale des grains, optimise et diversifie activement la structure des importations des grains. La France bénéficie ces dernières années de cette stratégie de diversification des fournisseurs menée par la Chine pour assurer sa souveraineté alimentaire.

La Chine dépendante aux importations de blé

Evolution des importations chinoises de blé durant 10 ans (2014-2023)

Unité: 1000T

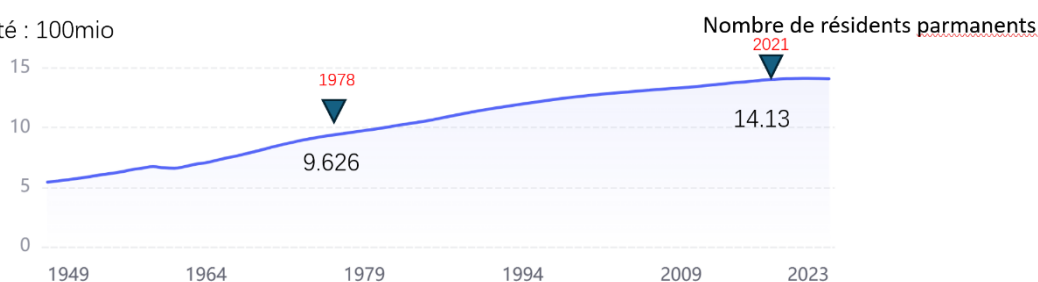


Source: Douane chinoise

Les importations de blé sont variables d'une année sur l'autre, mais la tendance est à la hausse, en voici quelques raisons :

- **La croissance de la population.** Avec le développement rapide de l'économie chinoise et la croissance de la population, la demande de grains augmente constamment. Depuis la réforme et l'ouverture, la population chinoise est restée en tendance de croissance, atteignant un pic de 1.413 milliard en 2021, avec une augmentation de près de 450 millions d'habitants (1978-2021). Au cours de cette période, la consommation de grains a également augmenté de 370 millions de tonnes, avec une augmentation plutôt observée pour les céréales.

Unité : 100mio

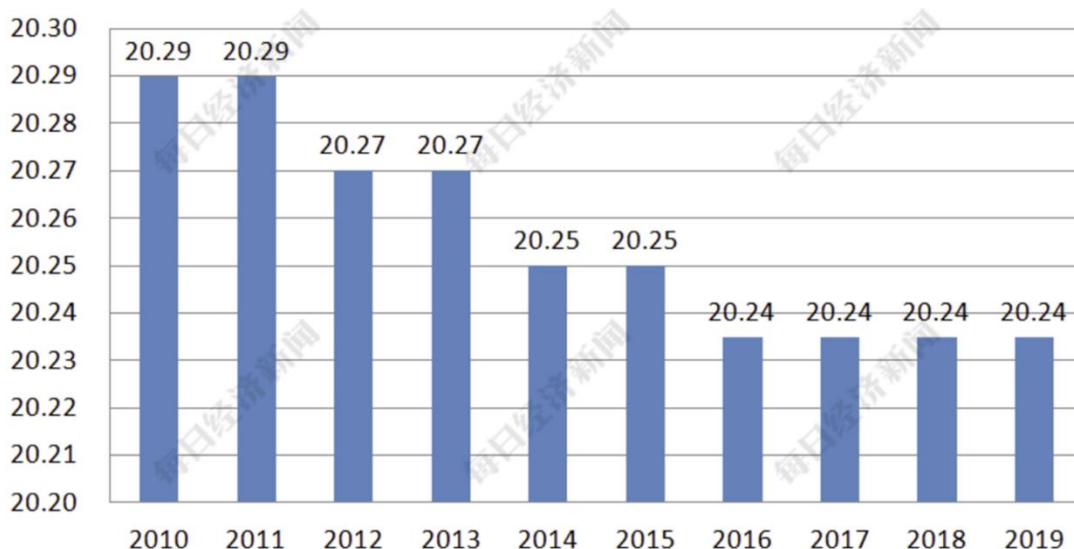


- **Transformation de la structure alimentaire.** Avec la croissance des revenus familiaux et l'amélioration du niveau de vie, la demande de produits animaux tels que la viande et les produits laitiers a considérablement augmenté. Selon le Rapport sur le développement de l'industrie agricole chinoise 2024, la production totale de viande de la Chine en 2023 est de plus de 96 millions de tonnes. Selon les prévisions, d'ici 2050, la production de la viande augmentera de 42.6 millions de tonnes en Chine, et la demande chinoise de produits laitiers

et aquatiques devrait être multipliée par 3 à 3.4. **La production de ces produits nécessite une grande quantité de céréales et tourteaux d'oléagineux.** En 2023, la consommation de céréales et de tourteaux d'oléagineux pour l'alimentation des animaux est de 332.9 millions de tonnes en Chine, et la consommation de sous-produits de la transformation des céréales pour l'alimentation des animaux est de 91 millions de tonnes, soit un total de 423.9 millions de tonnes, soit 53 % de la consommation totale de grains en Chine, contre 33 % pour les grains comestibles et 13 % pour la consommation industrielle. À l'heure actuelle, l'approvisionnement en graines fourragères de la Chine est insuffisant et le volume des importations est important, et les importations les plus importantes sont le soja et le maïs.

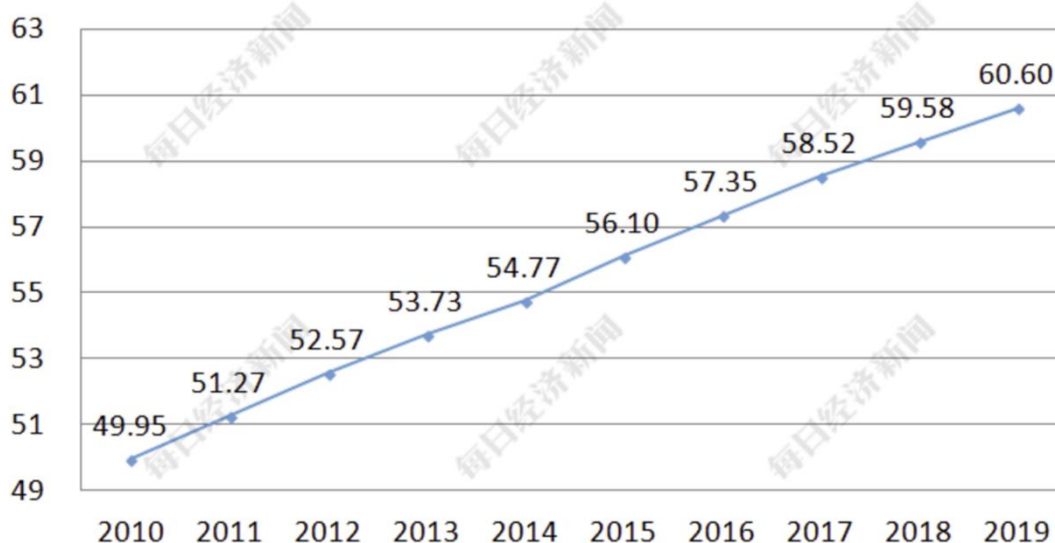
- **Ressources limitées.** La Chine est un grand pays agricole, mais la superficie des terres agricoles est limitée et mal répartie. Avec l'accélération du processus d'urbanisation, les ressources en terres agricoles diminuent. En même temps, en raison des changements climatiques et d'autres facteurs, la production de céréales est également affectée.

Evolution de la surface arable chinoise (unité : 100mio Mu)



1 mu = 0,0667 hectares

Taux d'urbanisation (unité : %)



- **Avantages des prix internationaux.** Ces dernières années, les prix des grains sur le marché international sont relativement bas par rapport aux prix du marché intérieur chinois. La Chine a tiré parti de cet avantage des prix pour importer massivement des grains afin de combler les déficits nationaux, répondre à la demande intérieure et constituer des stocks stratégiques.
- **Demande de diversification.** L'un des principaux objectifs de l'importation chinoise de blé pour la transformation et la mouture, ou de l'importation de la farine, est de répondre à la demande de la population chinoise sur la farine de haute qualité et d'enrichir la diversité du marché intérieur de la farine. Avec les changements dans l'alimentation des résidents chinois, les produits de boulangerie tels que les gâteaux et les pains deviennent une partie de l'alimentation quotidienne des consommateurs. En raison de leur haute qualité, de leur sécurité et de leurs caractéristiques techniques de fabrication, les farines européennes, notamment la farine française connaissent une progression dans les ventes sur le marché chinois.
- **Réserves stratégiques.** Le gouvernement chinois, dans le but de préserver la sécurité alimentaire nationale, a toujours insisté sur l'établissement d'un système de réserves nationales de grains. En important des céréales, il est possible de renforcer les réserves nationales et de faire face à des événements imprévus ou à des catastrophes naturelles. Au cours des dernières années, la situation internationale a été incertaine avec de nombreux facteurs imprévisibles et un risque géopolitique en augmentation. Pour renforcer la capacité de résilience face aux risques, les réserves stratégiques de matières premières sont des stratégies importantes en Chine.

Un marché difficile d'accès

L'export en Chine est soumis à un certain nombre de contraintes sanitaires qui justifient des démarches administratives importantes ainsi que des contrôles et analyses qui restreignent la capacité d'export. C'est particulièrement le cas pour l'export de denrées destinées à l'alimentation, y compris les produits bruts.

Pour la campagne 2023/24 (de juillet à juin de l'année suivante), la Chine a importé 13.16 millions de tonnes de blé.

La Chine importe plus de 90% de son blé auprès du Canada, de l'Australie, de la France, du Kazakhstan et des États-Unis, ce qui montre une concentration forte des sources d'importation. Depuis longtemps, le blé canadien, grâce à son prix bas et sa bonne qualité, représente plus de 50% des importations totales de blé en Chine la plupart des années. Cependant, étant donné la proximité des relations entre le Canada et les États-Unis et l'influence considérable des États-Unis sur la politique intérieure du Canada, la concentration excessive des importations de blé canadien présente un risque élevé pour la Chine. Au cours des dernières années, la Chine a ainsi adopté une politique de diversification de ses sources d'importations de blé.

Certaines sources d'approvisionnement comme les origines russe ou kazakh, autrefois absentes du marché chinois, ont progressé au cours des dernières années. Ce constat fait peser un risque pour les exportations européennes, dans un contexte géopolitique de rapprochement entre la Russie et la Chine contre le bloc occidental.



Importation chinoise de blé par campagne 2009/2010 - 2024/2025 (juillet - juin)

Unité : 1000T																
Pays fournisseurs	Campagne 2009-2010	Campagne 2010-2011	Campagne 2011-2012	Campagne 2012-2013	Campagne 2013-2014	Campagne 2014-2015	Campagne 2015-2016	Campagne 2016-2017	Campagne 2017-2018	Campagne 2018-2019	Campagne 2019-2020	Campagne 2020-2021	Campagne 2021-2022	Campagne 2022-2023	Campagne 2023-2024	Campagne 2024-2025 (juil.-sept.)
Canada	271.52	173.25	342.75	770.70	581.08	618.67	964.33	520.25	1112.39	1836.79	1157.88	3288.35	1315.40	2662.58	3077.16	462.63
Etats-Unis	375.41	121.11	554.81	753.25	4217.33	309.28	669.11	1623.43	902.00	42.00	296.98	3013.80	1261.58	1173.06	1817.21	450.52
Australie	701.93	555.41	1832.75	1295.33	1420.94	776.96	1425.65	1815.32	1090.42	83.33	1159.17	1512.02	4413.76	7794.65	5031.91	185.38
France	-	-	11.95	-	169.70	5.00	-	-	-	131.06	1390.41	1996.95	2207.35	1087.26	2290.76	-
Kazakhstan	-	-	-	-	-	44.6	267.59	266.21	324.95	513.88	335.42	187.52	71.51	169.22	666.51	170.03
Russie	-	-	-	-	-	-	-	-	61.59	73.25	46.04	91.38	12.10	23.20	274.26	142.21
Lituanie	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	393.77	202.40	-	-	-	-
Autres	10.40	35.15	143.61	78.63	276.04	56.99	26.65	2.23	-	-	0.22	0.00	-	0.00	-	-
Total	1359.28	884.91	2885.85	2897.92	6665.06	1811.50	3353.32	4227.44	3491.34	2680.31	4779.89	10292.42	9281.69	12889.97	13157.82	1410.77

Source: Beijing Orient Agribusiness Consultant + Douane chinoise + Centre d'info des céréales et de l'huile

En UE, deux pays sont en capacité réglementaire d'exporter vers la Chine : la France et la Lituanie.

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024 (janv. - oct.)
France	0	0	130	481.01	2383.5	1415.8	1697.86	814.86	2290.76
Lituanie	0	0	0	196.68	333.35	66.15	0	0	0
Total UE	0	0	130	677.69	2716.85	1481.95	1697.86	814.86	2290.76

Unité : 1000T (janvier-décembre)

Le marché de la farine

Avec le développement de l'économie chinoise et l'ouverture du commerce international, la part de marché de la farine importée en Chine augmente année après année. La farine importée présente une

grande diversité, y compris la farine ordinaire, la farine à haute teneur en gluten, la farine à faible teneur en gluten, la farine complète, etc. La farine importée jouit d'une forte reconnaissance parmi les consommateurs sur le marché de luxe, elle est principalement appréciée par les personnes à revenus moyens et élevés. La farine importée possède certains avantages techniques et de qualité dans des domaines spécifiques, tels que la fabrication de boulangeries et de pâtisseries.

Le Centre de développement des exportations de produits agricoles de Russie a indiqué qu'en 2023, les exportations de farine de blé de la Russie vers la Chine ont augmenté de 3.5 fois, atteignant 143 000 tonnes. La Russie représentait 65.7 % du total des importations chinoises de farine de blé en 2023, devenant ainsi le principal fournisseur. La farine de blé russe attire les consommateurs chinois grâce à sa haute qualité et à ses prix compétitifs. Les principaux types de produits exportés sont la farine de blé tout usage, la farine de blé pour la boulangerie et la farine de blé pour les nouilles.

Importation chinoise de farine de blé de 2019 à 2023

<i>Unité: T</i>					
Pays fournisseur	2019	2020	2021	2022	2023
Japon	14530.52	16788.54	24293.32	26841.26	32373.79
Russie	77775.58	48651.55	10525.82	30981.61	142996.80
France	1380.83	2835.88	5980.69	6474.22	9740.25
Kazakhstan	23896.95	17385.34	5158.10	5232.09	7091.00
Corée du Sud	2876.70	3843.01	3989.46	3028.30	2456.68
Australie	1069.88	1173.30	1659.40	813.74	664.80
Thaïlande	1062.43	586.82	743.11	864.18	702.04
Etats-Unis	154.13	841.09	629.33	405.49	449.55
Canada	1041.11	787.18	414.63	363.12	337.60
Viêt-nam	220.32	16.36	202.52	9037.06	20788.67
Allemagne	284.52	55.71	178.13	125.35	180.68
Pays-Bas	79.22	105.00	78.91	20.00	18.00
Italie	23.00	1.25	21.41	0.00	0.00
Belgique	0.90	1.20	3.92	0.00	0.44
Inde	-	-	0.72	0.00	0.00
Angleterre	0.09	-	0.04	0.00	0.00
Sri Lanka	-	-	0.02	0.00	0.00
Indonésie	-	-	0.01	0.00	0.00
Ukraine	156522.34	123367.74	0.01	0.00	0.00
Turquie	2602.00	5078.00	-	-	-
Mexique	-	-	-	0.00	0.00
Autres	2.57	21.52	-	0.00	0.00
TOTAL	283523.09	221539.49	53879.55	84186.42	217800.30

Source: Douane chinoise + BOABC

Selon les données du bureau de Pékin (Source: Douane chinoise + BOABC), les importations chinoises de farines concernent principalement 5 pays de l'UE : France, Allemagne, Pays-Bas, Italie, Belgique.

Pays fournisseur	2019	2020	2021	2022	2023
France	1380.83	2835.88	5980.69	6474.22	9740.25

Allemagne	284.52	55.71	178.13	125.35	180.68
Pays-Bas	79.22	105.00	78.91	20.00	18.00
Italie	23.00	1.25	21.41	0.00	0.00
Belgique	0.90	1.20	3.92	0.00	0.44
UE	1768.47	2999.04	6263.06	6619.57	9939.37

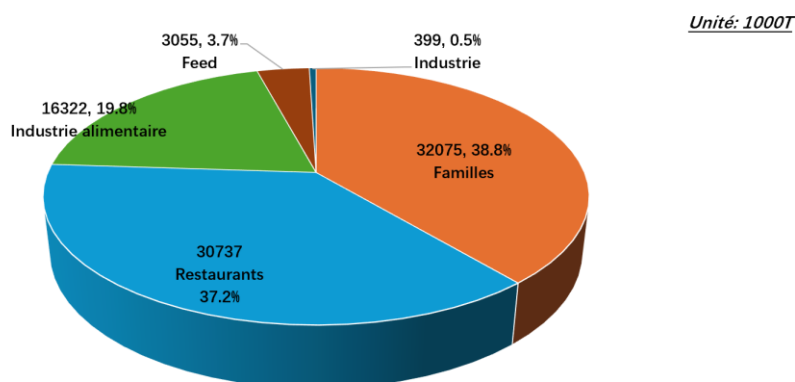
Unité: T (janvier-décembre)

En 2023, la production totale de farine en Chine s'est élevée à 82.78 millions de tonnes, les importations de farine de blé en Chine ont atteint 217 800 tonnes au total, et la consommation totale en Chine était 82.59 millions de tonnes, dont **6.04 millions de tonnes utilisées pour les produits de boulangerie et de pâtisserie** (farine chinoise et importée).

Le marché chinois propose une large gamme de produits, issus des grands fabricants nationaux ainsi que des marques internationales. L'un des principaux objectifs de l'importation chinoise de blé pour la transformation et la mouture, ou de l'importation de la farine, est de répondre à la demande de la population chinoise sur la farine de haute qualité et d'enrichir la diversité du marché intérieur de la farine. **De janvier à septembre 2024, la Chine a importé un total de 105 153 tonnes de farine, dont 10 055 tonnes provenaient de France.** La farine française connaît une progression dans les ventes sur le marché chinois.

Consommation chinoise de farine par secteur (en 2023)

Consommation chinoise totale: 82.59Miot



Source: Beijing Orient Agribusiness Consultant Ltd., le 22 novembre 2024

Il est à noter que le blé européen et en particulier français possède, en plus de la fiabilité de sa chaîne logistique et d'une qualité stable, un très bon rendement en farine, c'est-à-dire qu'il permet de produire une plus grande quantité de farine avec la même quantité de

blé..

Evolution de la consommation en Chine

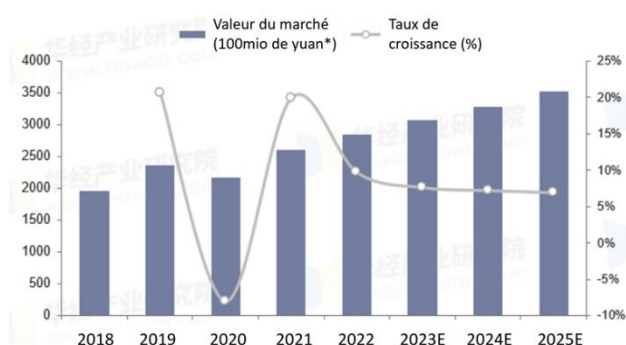
On observe en Chine une diversification des habitudes alimentaires, au détriment des régimes traditionnels chinois et au profit d'une occidentalisation de la consommation.

L'alimentation dans le pays a beaucoup évolué au cours des vingt dernières années. La consommation de grains diminue au profit principalement des aliments d'origine animale et des oléagineux.

Par ailleurs, les chinois consomment de plus en plus de produits occidentaux pour lesquels les consommateurs sont prêts à payer plus cher.

En Chine, les produits de boulangerie et de pâtisserie comprennent principalement le pain, les gâteaux, les biscuits, etc. La population jeune et adulte est devenue la principale force d'achat pour les produits de boulangerie et de pâtisserie, représentant près de 90%. En 2022, la taille du marché des produits de boulangerie et de pâtisserie en Chine a atteint 37.3 milliards de euros (285.3 milliards de yuans), enregistrant une augmentation de 9.7% par rapport à l'année précédente. Avec l'augmentation continue des attentes des consommateurs en termes de santé, de nutrition et de qualité, ainsi que l'urbanisation et l'augmentation de la population jeune, il est prévu que la taille du marché atteindra 46.0 milliards de euros (351.8 milliards de yuans) en 2025 et dépassera 52.3 milliards de euros (400 milliards de yuans) en 2028. (1 euro = 7.65rmb)

La taille du marché de Bakery et sa croissance (2018-2025)

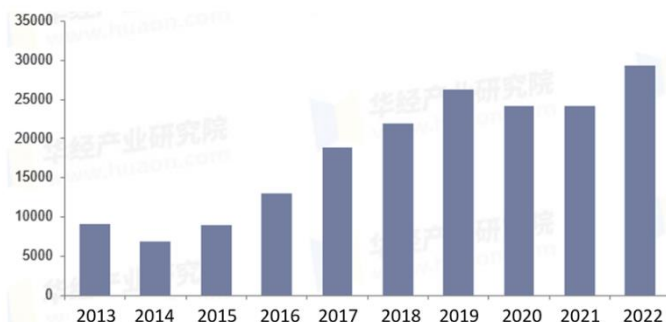


*100euros=780yuans

Source: www.huaon.com

En 2022, le nombre d'entreprises enregistrées dans l'industrie des produits de boulangerie et de pâtisserie en Chine a été de 29 345, un record historique. L'industrie des produits de boulangerie et de pâtisserie en Chine n'est pas encore saturée et le marché a encore un grand potentiel de développement.

Évolution du nombre d'entreprises enregistrées dans le secteur de Bakery en Chine (2013-2022)



Source: www.huaon.com

De 2018 à 2028, la consommation de farine de boulangerie et de pâtisserie en Chine a globalement tendance à augmenter, avec 6.037 millions de tonnes en 2023 et une prévision de 8.279 millions de tonnes en 2028.

Consommation chinoise de farine de blé dans le Bakery et la prévision (2018-2028)



D'après [LSA](#), « la croissance économique et les différents scandales alimentaires [...] ont renforcé la méfiance de la population à l'égard des produits alimentaires. Pas moins 93 % de la population jugent ainsi probable le risque que les aliments nuisent à leur santé ! Une méfiance qui pousse les Chinois à se tourner vers des produits naturels. 92 % se disent ainsi très intéressés par le thème de la naturalité en terme d'innovation produit ! Pour réussir son implantation en Chine, deux axes majeurs : orienter sa communication autour de la sécurité alimentaire, mais aussi être une marque connue, pour l'assurance qualité mais aussi pour le paraître. »

C'est ainsi que les produits de BVP (boulangerie-viennoiserie-pâtisserie) européens ou produits à partir de matière première européenne (et particulièrement la France) sont de plus en plus plébiscités par le public chinois tant pour la réassurance qu'ils apportent en termes de sécurité sanitaire que pour l'image positive sur un art de vivre qu'ils véhiculent.

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 de la filière blé-farine européenne en pays tiers, ainsi que la réalisation de ce programme.

Tranche ferme à réaliser avant le 29 mars 2025 :

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 Intercéréales

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-SIMPLE-2025-TC-ASIA* de l'Annexe I du Programme de travail pour 2025

Tranche conditionnelle :

OBJECTIFS

Le but de la campagne est d'accroître la compétitivité du blé et de la farine européens dans le pays cible avec les objectifs suivants :

- Accroître les volumes importés
 - o de blé origine UE (tout usage)
 - o de blé de meunerie adapté à la fabrication de BVP et de farine origine UE, à plus haute valeur ajoutée (à usage de fabrication de boulangerie-viennoiserie-pâtisserie type occidental)
- Sensibiliser les importateurs et les transformateurs chinois aux atouts des blés et farines européens, tant sur le plan technique que de la sécurité sanitaire
- Sensibiliser le grand public chinois sur l'art de vivre lié à la boulangerie-viennoiserie produite à partir de matières premières européennes et à la sécurité sanitaire de ces aliments

CIBLES

Le pays cible du programme est la Chine.

Les cibles principales de cette campagne sont les importateurs, les négociants, les transformateurs et les utilisateurs de céréales et de farines. Les consommateurs (grand public) et les prescripteurs (presse, influenceurs...) font partie des cibles secondaires.

Les organismes souhaitant proposer leur candidature doivent avoir la capacité de mener leurs actions dans le pays concerné, auprès de toutes les cibles mentionnées.

MESSAGES CLES

L'ensemble de la chaîne de valeur, de la production à la transformation, doit être valorisé.

Auprès des professionnels, les messages sont les suivants :

- Les agriculteurs, collecteurs et transformateurs européens garantissent une qualité sanitaire et une sécurité sanitaire irréprochable (garantie par la réglementation européenne)
- La filière logistique européenne (délai, chargement, transport) est fiable et efficace. Les temps de livraison sont respectés et les opérateurs sont professionnels
- Les qualités des blés européens correspondent aux besoins des utilisateurs transformateurs à destination, avec notamment un rendement en farine important et une qualité idéale pour la production de produits de BVP européens
- Les qualités des farines européennes correspondent aux besoins des utilisateurs transformateurs à destination, avec une qualité idéale pour la production de produits de BVP européens

Auprès du grand public, les messages seront centrés sur

- La consommation de boulangerie-viennoiserie européenne qui est motrice d'un art de vivre à l'occidental (en l'occurrence européen/français)
- La consommation de produits de BVP issus de produits européens garantit une naturalité, une qualité et une sécurité sanitaire irréprochable

STRATEGIE DE MOYENS / ACTIONS

La campagne sera réalisée en Chine. Les communications s'effectueront dans la langue locale.

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...
- Événementiel : événements RP, participation à des salons, tables rondes, événements...
- POS : présence en points de vente et campagnes marketing, outils pédagogiques...
- ...

Pour augmenter la part de marché du blé et de la farine européens et promouvoir leur qualité, les actions en place viseront à :

- Sensibiliser les importateurs, les négociants, les transformateurs, les utilisateurs et les consommateurs aux qualités sanitaires du blé et de la farine européens
- Renforcer les parts de marché UE face à la concurrence
- Sensibiliser le grand public à l'art de vivre à l'européenne véhiculé par la consommation de BVP issus de produits européens.
- Accompagner les industriels dans leur connaissance de la transformation du blé européen et de la farine européenne (Organiser des formations, des rencontres etc.)

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 **12 000 € TTC**.

5.2 Pour la tranche conditionnelle, la proposition ne devra pas dépasser le montant global sur 3 ans qui devra être reparté de façon homogène chaque année avec un delta de 20% maximum sur une moyenne annuelle : **1 908 000 € TTC pour les 3 ans**

Les budgets mis en place devront être cohérents avec les caractéristiques du pays (population, potentiel de marché à conquérir)

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.

Intercereales 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 7 février 2025** à Aloys Tack atak@intercereales.com et Marie David mdavid@intercereales.com.

L'audition des agences retenues se fera **le 12 février 2025** (durée de la présentation : 45 minutes maximum suivi d'un temps d'échange de 30 minutes).

Les résultats de la présente consultation (acceptation et refus) seront communiqués aux agences dans les plus brefs délais.

La tranche ferme débutera à compter de sa notification au titulaire et jusqu'à 15 jours avant la date limite de soumission de la candidature de co-financement à l'Union européenne (date estimée échéance tranche ferme : 29 mars 2024).

Si le dossier est accepté par la Commission européenne, la campagne de promotion, d'une durée de 36 mois, débutera en janvier 2026 et se terminera en décembre 2028 (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 l'obtention de l'autorisation de cofinancement écrite de l'Union européenne et de la signature de la convention avec FranceAgriMer (pour le compte de 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'activités 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 Curriculum 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) destinataire(s) 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 le marché ciblé dans le cahier des charges. Le candidat peut inclure dans sa réponse des recommandations créatives sur les axes et thèmes traités.
7. Un rétroplanning 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 TTC.

Le format de la restitution sera le suivant :

- Dossier écrit sous format électronique comportant les éléments techniques visés ci-dessus
- 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
- Documents officiels décrits dans le règlement de la consultation

L'examen des offres sera effectué par un comité de sélection composé de représentants d'Intercéréales. Ce dernier se réunira le 12 février 2025.

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)
- 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 d'une présélection selon ces critères.

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

Coordination

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

- qu'elle dispose de l'expertise spécifique pour ce type de programme :
 - o de montage de candidature auprès de la Commission européenne
 - o de communication au plan international ;

- 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). Toutes les présentations auprès d'Intercéréales doivent se faire en français.

Les organismes souhaitant proposer leur candidature doivent avoir la capacité de mener leurs actions dans le pays concerné 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 délégué UE 2015/1829 de la Commission du 23 avril 2015 - Règlement d'exécution UE 2015/1831 de la Commission du 7 octobre 2015), la décision d'exécution de la Commission relative au financement d'actions d'information et de promotion concernant les produits agricoles réalisés sur le marché intérieur et dans les pays tiers et à l'adoption du programme de travail pour 2025, l'annexe I du programme de travail pour 2025 dans le cadre du Règlement (EU) 1144/2014 du 22 Octobre 2014, et à l'appel à propositions 2025 "Programmes Simples" (documents à paraître).

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

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.
- Rapport annuel d'activité : chaque année, ce rapport doit être établi selon les formats de la Commission européenne et comprendre à minima
 - un état récapitulatif financier ;
 - un rapport d'activité par type d'action ("Work Package") et final; ces rapports d'activité devront être fournis en français et en anglais;
 - 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 FranceAgriMer et de l'Union européenne qui pourront 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 d'Intercéréales 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 elle 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 d'Intercéréales ;
- 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 d'Intercéréales, à reproduire les logos visés ci-dessous :

Logo de l'Union Européenne (drapeau) accompagné de la phrase :

CAMPAGNE FINANCEE AVEC LE CONCOURS DE L'UNION EUROPEENNE traduite dans la langue du pays cible / des pays cibles, le cas échéant.



CAMPAIGN FINANCED WITH AID FROM THE EUROPEAN UNION

Lorsqu'il est affiché en association avec un autre symbole graphique (logo du Consortium), l'emblème européen doit être mis en évidence de façon adéquate.

Pour le matériel visuel, l'emblème et le texte doivent être clairement visibles au début, dans le corps ou à la fin du message. Pour le matériel audio, on doit pouvoir l'entendre clairement à la fin du message.

L'ensemble du matériel visuel d'information et de promotion utilisé doit comporter la signature «*Enjoy, it's from Europe!*» et/ou le logo européen suivant :



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 légal dans le cas d'une entreprise basée à l'étranger.

L'agence est chargée du règlement de toutes les factures correspondant aux activités du marché pour le compte d'Intercéréales dont elle aurait chargé un sous-traitant. Intercéréales 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

Intercéréales 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 Intercéréales 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 13, 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 Intercéréales. Les rapports périodiques feront également l'objet de vérifications. L'agence est tenue de procéder aux corrections demandées.

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 Intercéréales.
- 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 d'Intercéréales (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 Intercéréales.

Enfin, il est rappelé que des contrôles, examens, audits et enquêtes pourront être diligentés, notamment dans les locaux de l'agence, par Intercéréales, FranceAgriMer, 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 cinq (5) ans après paiement du solde de la subvention auprès d'Intercéréales.

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 à Intercéréales de les exploiter librement en France, en Chine 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 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 d'Intercéréales.

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 à Intercéréales 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 à Intercéréales 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 d'Intercéréales 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 Intercéréales dans la rédaction d'un tableau descriptif des traitements des données personnelles ;
- À faire respecter par ses sous-traitants la Réglementation et les instructions d'Intercéréales 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 ou de garanties appropriées telles que définies à l'article 46 du RGPD, 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 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, fait l'objet d'une condamnation définitive pour infraction pénale ; n'a pas souscrit les déclarations lui incombant en matière fiscale ou sociale ou n'a pas acquitté les impôts, taxes, contributions ou cotisations sociales exigibles ;
- 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 ou l'autorité nationale compétente 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 réalisées,
- 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 d'Intercéréales 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.

Financé par l'Union européenne. Cependant, les positions et opinions exprimées appartiennent aux auteurs et ne reflètent pas nécessairement celles de l'Union européenne ou de FranceAgriMer. Ni l'Union européenne ni l'autorité chargée de l'octroi ne sauraient en être tenues pour responsables.