

**MISE EN COMPETITION**  
**POUR MESURER L'IMPACT D'UN PROGRAMME EUROPEEN**  
**Information et promotion du blé et de la farine de l'UE en Chine**  
**- CAHIER DES CHARGES -**

**INTERCEREALES**

**23/25 avenue de Neuilly 75116 Paris**

**Contacts :**

**Aloys Tack, [atak@intercereales.com](mailto:atak@intercereales.com)**

**Xavière Guerlay [xguerlay@intercereales.com](mailto:xguerlay@intercereales.com)**

---

**1 – CONTEXTE**

**1-1 Le mandataire**

Intercéréales, association privée à but non lucratif, est l'interprofession représentative des céréales à savoir alpiste, amarante, avoine, blé dur, blé tendre, 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, 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 français et la qualité des productions et produits cérésières à l'international.

Les 14 membres d'Intercéréales sont les organisations professionnelles nationales, représentatives de la production, de la collecte et commercialisation, et de la première transformation.

**1-2 Le programme de promotion**

Il s'agit d'un programme d'information et de promotion du blé et de la farine de l'UE en Chine.

Ce programme, d'une durée de 3 ans (1<sup>er</sup> juin 2026 – 31 mai 2029), se déroulera en Chine et France.

Ce programme sera subventionné par la Commission européenne et géré par FranceAgriMer. Il est soumis à certaines règles, en particulier des exigences en matière

d'évaluation et des contraintes administratives et financières dictées par le règlement (UE) n° 1144/2014 du Parlement européen et du Conseil du 22 octobre 2014 ([lien](#)) et la Décision d'exécution de la Commission du 12.12.2024 relative au financement d'actions d'information et de promotion concernant les produits agricoles réalisées sur le marché intérieur et dans les pays tiers et à l'adoption du programme de travail pour 2025 ([lien](#)).

La mise en place du programme s'effectuera en conformité avec la convention de subvention n°101250863 signée le 07/01/2026 entre Intercéréales et FranceAgriMer.

Les objectifs du programme sont les suivants :

**OBJECTIF N°1** : Accroître les ventes de farine française en Chine de +7%, à la fin des 3 ans du programme de promotion, par rapport à la valeur de référence sans programme.

**OBJECTIF N°2** : Accroître les ventes de blé français en Chine de +1,4%, à la fin des 3 ans du programme de promotion, par rapport à la valeur de référence sans programme.

**OBJECTIF N°3** : Accroître la connaissance des caractéristiques du blé et de la farine français en Chine de +5 points de pourcentage auprès d'une cible de professionnels et de consommateurs, à la fin des 3 ans du programme de promotion, par rapport à la valeur de référence au début du programme.

Une campagne de promotion unitaire, déclinable en Chine.

Le budget prévisionnel du programme consacré aux actions de promotion sera de de 1 599 000 € HT pour 3ans.

Une société indépendante doit être chargée de mesurer l'impact de cette campagne sur les objectifs à atteindre et d'évaluer la mise en œuvre et l'efficacité des activités. La sélection de ce prestataire est l'objet de cette consultation.

## 2 - PROPOSITIONS ATTENDUES DE LA SOCIÉTÉ CHARGÉE DE L'ÉVALUATION

---

La société chargée de cette évaluation devra être spécialiste des sondages d'opinion et des études d'impact ; elle devra avoir une expérience confirmée dans l'évaluation de campagnes de communication et notamment sur le plan international.

L'évaluation du programme est composée de deux étapes : la mesure d'impact et la mesure des résultats.

NB : Tout écart de méthodologie avec les propositions attendues devra être dûment explicité et sera soumis à acceptation par FranceAgriMer avant acceptation définitive.

## 2-1 Mesure d'impact

La société devra établir un modus operandi pour mesurer au mieux l'impact du programme sur les périodes et selon les indicateurs définis dans le programme et détaillés dans cette mise en compétition.

Cette évaluation sera effectuée au début de la campagne (T0 – servant à établir une valeur de référence notamment pour l'objectif informatif), puis en cours de campagne (T1 : milieu de l'année 2) et finalement à la fin de la campagne (T2 : fin de l'année 3) afin d'avoir une vue d'ensemble sur les résultats et l'impact des activités.

L'évaluation faite au lancement de la campagne constituera le T0 pour l'objectif informatif, tandis que les données économiques fournies par les entreprises membres d'Intercéréales constitueront la base pour l'analyse des objectifs économiques. La mise en place de points de collecte annuels assurera une administration homogène de l'enquête et des retours réguliers sur l'impact de la campagne. Cela permettra à Intercéréales d'analyser l'impact précis du programme, et de réorienter si nécessaire les activités prévues, afin d'assurer l'atteinte des objectifs de la campagne.

Les indicateurs d'impact définis dans le dossier sont les suivants

Indicateurs d'impact		
Description des indicateurs d'impact	Valeur de référence	Fin du programme
Augmentation du volume des importations chinoises de blé français sur la période 2026-2028	Estimation des volumes d'importations pour la période 2026-2028 sans programme : <b>4.803.000 T</b>  <i>Cette valeur est estimée sur base de la moyenne des importations pour la période 2022-2024 (3 ans) : 1.601.000 T / an</i>	<b>Total du volume d'importation de blé généré par le programme sur la période 2026-2028 (3 ans) : 65.978 T soit +1,4% sur la période.</b> Cette augmentation sera progressive :  <b>2026 : +0,5%</b> de volume d'importations par rapport à la valeur 2025  <b>2027 : +0,8%</b> de volume d'importations par rapport à la valeur 2026  <b>2028 : +1%</b> de volume d'importations par rapport à la valeur 2027
Augmentation du volume des importations chinoises de farine française sur la période 2026-2028	Estimation des volumes d'importations pour la	<b>Total du volume d'importation de farine généré par le programme sur la période</b>

	période 2026-2028 sans programme : <b>39.000 T</b>  <i>Cette valeur est estimée sur base des volumes d'importation pour la dernière année en date (2024) : 13.000 T</i>	<b>2026-2028 (3 ans) : 2.734 T soit +7% sur la période.</b> Cette augmentation sera progressive  <b>2026 : +2,5%</b> de volume d'importations par rapport à la valeur 2025  <b>2027 : +4%</b> de volume d'importations par rapport à la valeur 2026  <b>2028 : +5%</b> de volume d'importations par rapport à la valeur 2027
Augmentation de la connaissance des caractéristiques du blé et de la farine européenne auprès des professionnels et des consommateurs ciblés	La valeur de référence sera calculée en début d'année 1 – T0	<b>+ 5 points de pourcentage</b>

La société devra proposer une méthodologie détaillée avec le budget correspondant à la prestation.

## 2-2 Mesure des résultats

L'organisme chargé de l'évaluation mesure la mise en œuvre correcte et l'efficacité des activités en fonction des indicateurs de réalisation et de résultat définis. Pour les actions numériques, les outils analytiques mis à disposition par les plateformes correspondantes seront utilisés pour suivre les résultats.

Les indicateurs de résultats définis dans le dossier sont les suivants

Indicateurs de réalisation et de résultats		
Lot	Indicateurs de réalisation	Indicateurs de résultats
Lot de travaux 1	3 rapports techniques périodiques 3 rapports financiers périodiques 1 rapport technique final 1 rapport financier final	N/A

Lot de travaux 2	<p>6 Communiqués de presse 30 collaborations médias professionnels 27 collaborations influenceurs 3 Revues de presse 3 évènements Presse 61 journalistes/influenceurs participants aux évènements presse</p>	<p>90 publications organiques générées par les activités RP 3 600 000 contacts touchés par les activités presse 30 articles générés par les collaborations médias 1 500 000 contacts touchés par les collaborations médias 27 publications générées par les collaborations influenceurs 1 950 000 contacts touchés par les collaborations influenceurs 74 publications organiques générées par les évènements presse 4 200 000 contacts touchés par les évènements presse</p>
Lot de travaux 3	<p>1 Mini-programme WeChat 3 Comptes créés sur les réseaux sociaux 150 publications sur RED 84 publications sur WeChat 20 publications sur Douyin</p>	<p>30 000 visiteurs uniques sur le Mini-programme WeChat 23 000 nouveaux fans et followers 2.5% de taux d'engagement 250 000 contacts générés</p>
Lot de travaux 4	<p>15 publicités en ligne/ collaboration avec des médias en ligne 12 vagues de publicités sur les réseaux sociaux WeChat, RED et Douyin</p>	<p>2 850 000 contacts touchés par les publicités en ligne/ collaborations avec les médias en ligne 6 000 000 contacts générés par les vagues de publicité sur WeChat, RED et Douyin</p>
Lot de travaux 5	<p>3 concepts de communication créés (en A1) et mis à jour (A2 et A3) 900 manuels professionnels 2 200 goodies professionnels 4 400 goodies consommateurs 3 vidéos promotionnelles</p>	<p>Tous les contacts touchés par la campagne 52 035 personnes exposées à la vidéo</p>
Lot de travaux 6	<p>3 stands aux foires professionnelles 72 entretiens B2B 6 séminaires 24 entretiens B2B organisés lors des séminaires 3 ateliers techniques pour les meuniers 6 évènements sponsorisés</p>	<p>600 000 professionnels/experts/importateurs participants aux foires professionnelles (contacts indirects) 21 000 professionnels/experts/importateurs visiteurs au stand (contacts directs)</p>

	3 voyages d'études 3 espaces pop-up sur des évènements existants	420 professionnels formés lors des séminaires 75 professionnels formés lors des ateliers meuniers 900 professionnels/experts/importateurs participants aux évènements sponsorisés (contacts indirects) 240 participants professionnels (contacts directs) 15 000 000 contacts touchés par la promotion sur les canaux des foires professionnelles 15 professionnels participants aux voyages d'études 900 professionnels visiteurs des espaces pop-up 450 000 participants à l'évènement existant (contacts indirects)
Lot de travaux 7	2 collaborations distributeurs 8 magasins animés/ciblés 112 jours d'activités promotionnelles 14 collaborations boulangeries haut-de-gamme 14 magasins animés/ciblés 294 jours d'activités promotionnelles	14 400 contacts directs sur point de vente 144 400 contacts indirects sur point de vente 35 professionnels touchés via les collaborations boulangeries 56 professionnels touchés via les collaborations boulangeries 44 100 consommateurs touchés via les collaborations boulangeries

La société devra proposer une méthodologie détaillée avec le budget correspondant à la prestation.

## 2-3 Présentation des résultats

Rapports : la société devra fournir 3 rapports (à T0, T1 et T2) sur la mesure d'impact du programme dans chacun des pays cibles et globalement pour l'ensemble des 3 pays ; ces rapports devront être rédigés en français. Le dernier rapport constitue un rapport global final d'évaluation.

Après chaque mesure d'impact, un représentant de la société devra participer à une réunion avec INTERCEREALES pour présenter les résultats de cette mesure d'impact ainsi que les conclusions de la mesure des résultats.

En tant que prestataire mobilisé dans le cadre du projet par Intercéréales, la société s'engage à procéder selon le respect du règlement (UE) n° 1144/2014 du Parlement européen et du Conseil du 22 octobre 2014. Elle devra notamment accepter de se soumettre à tout moment aux éventuels contrôles de la Commission européenne et/ou de FranceAgriMer qui pourra vérifier sur place l'authenticité des pièces justificatives (factures, paiements, encaissements, time sheet, etc...).

### 3 – CRITERES DE SELECTION DE LA SOCIETE RETENUE

---

Toute question peut être posée jusqu'à une semaine avant la date limite de soumission des offres. Les éventuelles réponses seront envoyées à toutes les entités qui se seront fait connaître auprès d'Intercéréales : [atack@intercereales.com](mailto:atack@intercereales.com) ; [xguerlay@intercereales.com](mailto:xguerlay@intercereales.com)

Le Comité de pilotage du programme composé par les membres contributeurs examinera les différentes offres pour choisir la société chargée de la mesure d'impact.

L'agence retenue sera sélectionnée sur la base de 2 critères principaux découpés en différents sous-critères :

- Qualité de la proposition - 60 points
  - 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 - 40 points
  - Respect du cadre budgétaire
  - Equilibre de la proposition financière
  - Niveau de prix des prestations proposées
  - Rapport qualité/prix

Une note de 1 à 10 sera attribuée à chacun des 10 sous-critères.

La société retenue sera celle qui aura la meilleure notation.

#### 4 – PLANNING ET BUDGET

---

\* Les sociétés devront envoyer leurs propositions définitives au plus tard le **04/06/2026** aux adresses email suivantes : [atack@intercereales.com](mailto:atack@intercereales.com) ; [xguerlay@intercereales.com](mailto:xguerlay@intercereales.com)

\* La proposition devra respecter un budget total maximum de 80 625€ HT (26 875 € / an) pour toute la durée du programme. Cette mise en compétition n'est pas rémunérée.

\* Une société sera sélectionnée au plus tard le 14/06/2026.

\* Un contrat sera signé entre la Société d'étude retenue et INTERCEREALES.

Le calendrier est soumis à ajustements.

Intercéréales se réserve la possibilité de négocier les actions et les tarifs selon les engagements pris par convention avec FranceAgriMer.