CAHIER DES CHARGES

PROGRAMME D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION EUROPEENNE EN FAVEUR DES PRODUITS AGRICOLES (FILIERE BLE FARINE LEVURE PAIN) - 2028 – 2030

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

MODE DE CONSULTATION : procédure de mise en concurrence conduite par un acheteur privé.

ACCES A LA CONSULTATION :
https://www.intercereales.com/appel-doffres-programme-de-promotion-ble-farine-levure-pain-france-et-belgique-2028-2030

Cofinancé par l'Union européenne

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 : agriculteurs, meuniers, levuriers, fabricants d'ingrédients et boulangers, en 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)

Intercéréales, association privée à but non lucratif, est l'interprofession française représentative des céréales 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 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-levure-pain français ci-dessus mentionnés.

Le dossier de demande de cofinancement sera déposé auprès de la Commission européenne au cours du premier semestre 2027 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 (*à paraître*)*

Le dépôt du dossier devra se faire sur le thème *AGRIP-SIMPLE-2027-IM-SUSTAINABLE* Information provision and promotion programmes aiming at increasing the awareness of Union sustainable agriculture and animal welfare* de l'Annexe I du Programme de travail pour 2027 (sous réserve de l'intitulé exact à paraître).

*Annexe I du Programme de travail pour 2027 (*à paraître*)*

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.

Cofinancé par l'Union européenne

En cas de non-sélection de la candidature soumise par Intercéréales à l'appel à propositions 2027, 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 de la filière blé-farine-levure-pain 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 soutenir la consommation du pain européen auprès du grand public et plus spécifiquement des 15-35 ans en France et en Belgique francophone, tout en renforçant l'attractivité et la connaissance des métiers de la filière auprès de cette même cible. Ce programme est une continuité du programme SUST BREAD mis en œuvre sur la période février 2024 – janvier 2027.

Le marché est composé de deux tranches :

- Une tranche ferme à réaliser au plus tard 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 2027) : 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 : Contexte du marché

Les représentants de la filière blé-farine-levure-pain en France partagent l'ambition de poursuivre la transformation de la filière afin d'en renforcer la durabilité et la résilience. Chaque maillon est engagé, notamment dans l'adaptation au changement climatique, la participation au dynamisme économique de l'UE et des territoires et l'évolution des attentes sociétales, à travers des actions concrètes.

Le pain est aliment central du repas, et la tendance de consommation est baissière sur une longue période, malgré ses intérêts nutritionnels. Le constat est particulièrement marqué chez les jeunes qui consomment moins de pains que leurs ainés.

Cofinancé par l'Union européenne

Dans la continuité du programme SUST BREAD mis en œuvre sur la période février 2024 – janvier 2027 et dont la signature est « Sans pain, c'est moins bien. », ils souhaitent poursuivre leur engagement de promotion de la consommation de pain auprès des jeunes et la valorisation de la filière.

Le futur programme a vocation à constituer une nouvelle étape de la campagne « Sans pain, c'est moins bien ». Il ne s'agit donc pas de repartir d'une feuille blanche, mais de capitaliser sur la notoriété, le territoire de communication et les acquis du programme SUST BREAD 2024-2027, tout en renouvelant suffisamment la campagne pour lui permettre de conserver sa capacité d'émergence auprès des publics cibles sur trois années supplémentaires.



Le principe et l'identité de « Sans pain, c'est moins bien » ont vocation à être conservés. Il est toutefois attendu des candidats qu'ils proposent une évolution du territoire de campagne, pouvant notamment porter sur son expression créative, son univers graphique, ses contenus, ses activations et sa stratégie de moyens.

Les candidats devront ainsi démontrer leur capacité à conjuguer continuité, capitalisation et renouvellement.

Principaux enseignements du programme SUST BREAD 2024-2027

Une évaluation intermédiaire réalisée en 2025 auprès des 18-35 ans en France et en Belgique montre une bonne capacité de la campagne à émerger et à générer de l'agrément et de l'incitation à la consommation.

La campagne atteint notamment un niveau de reconnaissance globale de 59 % en France et de 53 % en Wallonie-Bruxelles. Elle est appréciée par 77 % des répondants français et 68 % des répondants belges. L'incitation déclarée à acheter davantage de pain atteint respectivement 71 % et 59 %.

L'évaluation fait toutefois apparaître plusieurs enjeux pour la poursuite du programme :

- *transformer davantage l'incitation en évolution effective des comportements de consommation ;*
- *renforcer la puissance et l'émergence de la campagne ;*

Cofinancé par l'Union européenne

- *poursuivre l'installation de son identité et de son territoire ;*
- *renforcer la compréhension de la filière et de ses engagements sans perdre la dimension désirable et incitative de la communication ;*

La future recommandation devra capitaliser sur les acquis du programme actuel tout en proposant une nouvelle étape de la campagne permettant de répondre à ces enjeux.

Article 3 : 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-levure-pain, ainsi que la réalisation de ce programme.

Tranche ferme à réaliser avant le 29 mars 2027 (date estimée) :

En prévision du programme à soumettre à la Commission, un certain nombre d'actions doivent être réalisées a 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-SIMPLE-2027-IM- SUSTAINABLE* Information provision and promotion programmes aiming at increasing the awareness of Union sustainable agriculture and animal welfare* de l'Annexe I du Programme de travail pour 2027 (intitulé exact à paraître).

Tranche conditionnelle :

OBJECTIFS

Les objectifs de communication s'inscrivent dans l'objectif général fixé par le règlement 1144 / AGRIP de « renforcer la compétitivité du secteur agricole de l'Union »

Cofinancé par l'Union européenne

Objectifs prioritaires auprès des 15-35 ans

1. Soutenir et relancer la consommation de pain

Faire du pain un produit pleinement contemporain, désirable, adapté aux habitudes et moments de consommation des jeunes adultes.

L'enjeu est de renforcer la place du pain dans leur quotidien en travaillant sa désirabilité, le plaisir associé à sa consommation, la diversité des pains, des usages et des occasions de consommation, ainsi que ses qualités nutritionnelles dans le cadre d'une alimentation équilibrée.

La campagne devra permettre de dépasser une consommation habituelle pour susciter l'envie, créer de nouvelles occasions de consommation et réinscrire le pain dans les pratiques et les codes des jeunes générations.

La recommandation devra contribuer à transformer l'incitation positive de la campagne actuelle en évolution des comportements de consommation.

2. Valoriser les métiers et les professionnels de la filière et renforcer leur attractivité

Cet objectif poursuit deux ambitions complémentaires :

• Faire connaître et valoriser la filière

Mieux faire connaître la filière blé-farine-levure-pain, ses différents maillons et les femmes et les hommes qui la composent, notamment les agriculteurs, meuniers, levuriers et boulangers. Valoriser leurs savoir-faire, la complémentarité de leurs métiers et leur contribution à une alimentation de qualité, pour améliorer la connaissance et l'image de la filière auprès du grand public.

• Renforcer l'attractivité des métiers auprès des 15-35 ans

Faire découvrir la diversité des métiers et des opportunités professionnelles offertes par la filière dans des domaines variés : production, transformation, qualité, logistique, commerce, vente, etc. Il s'agit notamment de présenter des métiers souvent méconnus au moment des choix d'orientation, d'en montrer la diversité et de susciter l'intérêt pour des professions incarnées par les femmes et les hommes passionnés qui les exercent.

Objectif transversal

3. Renforcer la connaissance et la perception des engagements durables de la filière blé-farine-levure-pain

Cet objectif transversal devra nourrir les deux objectifs prioritaires en renforçant la confiance, la préférence et l'attractivité de la filière. Il n'a pas vocation à constituer un axe de communication autonome déconnecté de la promotion du pain et des métiers.

CIBLES

Les pays cibles du programme sont :

- France
- Belgique (Wallonie et Région de Bruxelles-Capitale)

Cofinancé par l'Union européenne

Sont ciblés en particulier les jeunes (15-35 ans).

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

L'ensemble des contenus destinés aux publics cibles sera produit en français.

MESSAGES CLES

Le dossier déposé auprès de l'UE devra s'appuyer sur le fait que le pain et la filière blé-farine-levure-pain jouent un rôle durable :

- 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
- Engagements sociétaux de la filière (évolution des conditions de travail, proximité, alimentation de qualité, y compris sur le plan nutritionnel)
- Ancrage économique et territorial à travers un maillage dense d'acteurs et de savoir-faire tout au long de la filière – en France, celui-ci s'illustre notamment par 35 000 boulangeries, 385 moulins et 210 000 exploitations céréalières

La campagne de communication devra promouvoir le pain comme un aliment contemporain, accessible, diversifié et adapté aux usages des publics cibles. Elle devra également valoriser la diversité des acteurs, des métiers et des savoir-faire de la filière blé-farine-levure-pain. Afin de renforcer la confiance, la préférence et l'attractivité de la filière, les candidats pourront notamment s'appuyer sur le rôle durable de la production de pain et de la filière aux champs, dans les moulins, les usines et les boulangeries ainsi que sur les qualités nutritionnelles du pain.

DEFI DE COMMUNICATION

Après une première période 2024-2027 ayant permis d'installer la plateforme « Sans pain, c'est moins bien », l'enjeu du programme 2028-2030 sera de franchir une nouvelle étape.

Comment faire de « Sans pain, c'est moins bien » une plateforme de communication toujours plus désirable et pertinente pour les jeunes générations, capable de soutenir durablement la consommation de pain, de renforcer la connaissance, l'image et l'attractivité de la filière, tout en valorisant ses engagements ?

Les candidats devront proposer une recommandation permettant :

- de capitaliser sur la plateforme de campagne existante « Sans pain, c'est moins bien » : son nom, sa signature et son logo ont vocation à être conservés ;
- de proposer une nouvelle expression créative de la campagne, permettant de renouveler et moderniser son territoire graphique, ses partis pris créatifs, ses contenus et ses déclinaisons, afin d'éviter son essoufflement sur une nouvelle période de trois ans ;

Cofinancé par l'Union européenne

- d'augmenter son impact auprès des 15-35 ans ;
- de renforcer la connaissance et l'image de la filière blé-farine-levure-pain, de ses différents maillons, de ses métiers et des professionnels qui la composent auprès du grand public ;
- de développer un territoire permettant de renforcer l'attractivité de ces métiers auprès des jeunes ;
- d'intégrer les engagements de la filière et les atouts nutritionnels du pain comme éléments de preuve et de préférence, sans faire perdre à la campagne son caractère grand public, accessible et désirable.

STRATEGIE DE MOYENS / ACTIONS

La campagne sera réalisée dans deux pays, France et Belgique francophone. 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 (culture...).

Les candidats sont libres de recommander la combinaison de leviers qu'ils jugent la plus pertinente pour atteindre les objectifs fixés. La recommandation pourra notamment mobiliser publicité, média, digital, réseaux sociaux, influence, relations presse et publiques, événementiel, activation, partenariats ou présence en points de vente.

À titre indicatif, certains territoires d'activation pourront notamment être explorés par les candidats

- renforcer la présence de la campagne sur les plateformes sociales affinitaires avec les publics cibles, notamment les plateformes de formats courts
- le développement d'une stratégie d'influence permettant de toucher les publics dans leurs usages et communautés ;
- développer des activations permettant d'aller à la rencontre des publics cibles dans leurs lieux de vie, de loisirs ou de rassemblement et lors d'événements fréquentés par les jeunes ;
- étudier la pertinence d'un volet affichage et, plus largement, de dispositifs permettant de renforcer la visibilité de la campagne dans l'espace public.

Le programme pourra notamment capitaliser sur des outils existants, que les candidats pourront proposer de valoriser, faire évoluer ou intégrer à leurs dispositifs, parmi lesquels :

- une dizaine de fiches métiers déjà développées couvrant les différents maillons de la filière ;
- le jeu immersif et collaboratif Céréales Mania dans sa déclinaison consacrée au parcours du blé à la farine

Les candidats devront justifier chaque levier au regard de la cible, de l'objectif poursuivi, de sa complémentarité avec les autres actions, de son coût et de sa contribution attendue aux indicateurs du programme qui devront être déterminés par les candidats.

Cofinancé par l'Union européenne

Seront pris en compte pour l'évaluation des actions :

- compréhension du challenge ;
- qualité de la stratégie ;
- capacité à renouveler Sans pain, c'est moins bien ;
- efficacité du plan de moyens ;
- capacité de pilotage AGRIP ;
- pertinence des KPIs.

Les critères de notation apparaissent dans le règlement de consultation.

Article 4 : 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.

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

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

- **Actions France : 1 380 000 € HT pour les 3 ans**
- **Actions Belgique : 210 000 € HT pour les 3 ans**

Les budgets mis en place pour chaque pays devront être cohérents avec les caractéristiques de ces pays (population, potentiel de marché)

La présente mise en concurrence n'est pas indemnisée.

Article 5 : Planning prévisionnel

Le dépôt des dossiers des agences doit être effectué par email au plus tard le 9 janvier 2027 à 23:59 à Aloys Tack atack@intercereales.com et Marie David mdavid@intercereales.com.

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

Cofinancé par l'Union européenne

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 2027).

Si le dossier est accepté par la Commission européenne, la campagne de promotion, d'une durée de 36 mois, débutera en janvier 2028 et se terminera en décembre 2030 (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 6 : Exigences générales

Partie règlementaire

L'agence devra disposer d'une parfaite connaissance de la règlementation européenne en vigueur car elle sera responsable de la conformité des matériels, textes et actions avec cette règlementation 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 2027, l'annexe I du programme de travail pour 2027 dans le cadre du Règlement (EU) 1144/2014 du 22 Octobre 2014, et à l'appel à propositions 2027 "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.

Cofinancé par l'Union européenne

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 (Livrable "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…), demander tout type de justification complémentaire et mandater des experts pour un éventuel audit éventuel en fin d'année.

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

Cofinancé par l'Union européenne

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 7 : 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.

Cofinancé par l'Union européenne

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 8 : 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

Cofinancé par l'Union européenne

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 9 : 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, et le cas échéant aux partenaires formant le consortium de pilotage, 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 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 le cas échéant aux partenaires formant le consortium de pilotage, et à l'Union européenne de bénéficier de tous les droits d'utilisation des résultats des actions faisant l'objet du présent marché.

Cofinancé par l'Union européenne

L'agence cède également à Intercéréales, et le cas échéant aux partenaires formant le consortium de pilotage, la propriété de l'ensemble des supports matériels des œuvres.

Article 10 : 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 Règlementation 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 11 : 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 12 : Résiliation

Cofinancé par l'Union européenne

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).

Cofinancé par l'Union européenne

Article 13 : 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.

Cofinancé par l'Union européenne