

CONSEIL DES DÉLÉGUÉS
Genève, 29-30 octobre 1999

**POLITIQUE DU MOUVEMENT EN MATIÈRE DE
COMMUNICATION**

Document préparé par le Forum de la communication du Mouvement

Genève, août 1999

Politique du Mouvement en matière de communication

Rapport du Forum de la communication du Mouvement au
Conseil des Délégués réuni à Genève les 29 et 30 octobre 1999

Table des matières

Résumé analytique

1) Le mandat du Forum

2) Les réalisations du Forum de la communication

a) Les méthodes générales

Messages-clés

Campagnes mondiales

Présence du Mouvement sur l'Internet

Initiative mondiale à la télévision

b) Le soutien aux communications locales et nationales

S'informer les uns les autres

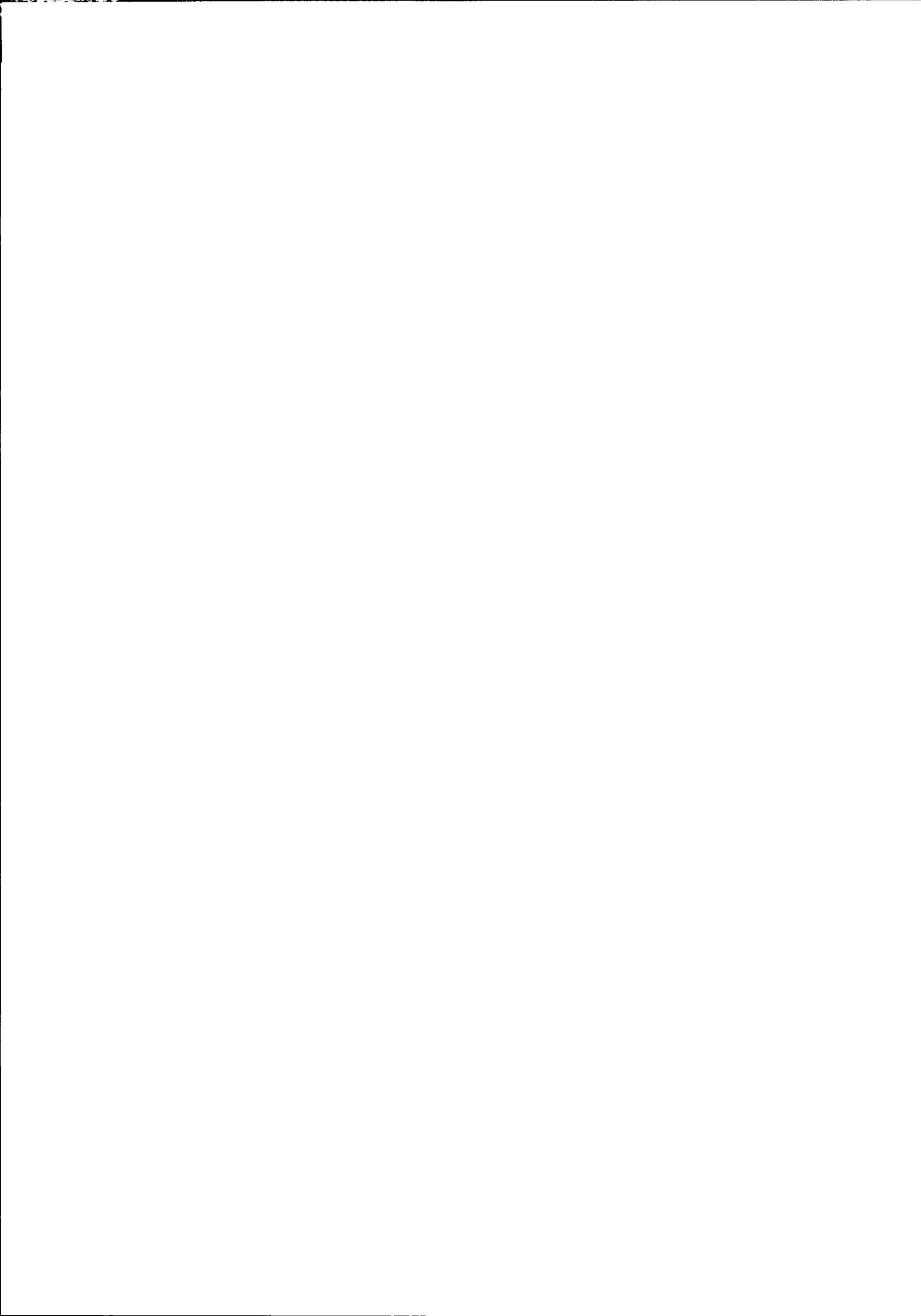
Formation aux médias

Guide du communicateur

c) Conseiller le Mouvement

3) Les contraintes et les défis

4) L'avenir



RÉSUMÉ ANALYTIQUE

Le mandat : le Forum tire son mandat d'une résolution du Conseil des Délégués de 1995 qui lui donnait pour tâche d'établir un ensemble de plans cohérents à exécuter entre 1996 et l'an 2000. Ce mandat a été reconduit pour deux ans en 1997.

Les réalisations : le Forum a produit un annuaire des responsables de l'information au sein du Mouvement, qui est régulièrement mis à jour; organisé une campagne mondiale autour de l'épinglette (pin) Croix-Rouge/Croissant-Rouge, qui a bénéficié du soutien de 52 Sociétés nationales en 1999; conçu et créé un site Internet du Mouvement, qui sera lancé à l'occasion de la Conférence internationale de 1999; produit un spot télévisé; négocié avec des chaînes de télévision la diffusion gratuite de spots télévisés; mis sur pied un projet pilote de formation aux médias; élaboré des messages-clés pour le Mouvement, et approuvé la mise au point d'outils de formation pour les Sociétés nationales et les délégations, dans le cadre de laquelle sera réalisée une mise à jour de certaines parties du *Guide du communicateur*.

Bien que ce rôle ne soit pas spécifiquement mentionné dans la résolution originale du Conseil des Délégués, le Forum a été de plus en plus consulté par les organes du Mouvement. Il a donné son avis sur le document relatif à la sensibilisation élaboré pour le Conseil des Délégués, le projet de *Stratégie 2010* de la Fédération, le projet de code de déontologie à l'usage des collecteurs de fonds du Mouvement, les projets pour l'année du millénaire, en particulier celui d'une grande manifestation mondiale en mai 2000, l'idée d'une marque commerciale commune, et les questions relatives à l'usage des emblèmes.

Les contraintes et les défis : malgré les progrès tangibles qui ont été réalisés dans la promotion d'une coordination et d'une cohérence accrues, il reste de nombreux obstacles à une communication efficace au sein du Mouvement. Comme cela est décrit plus en détail dans le rapport de 1997, la structure du Mouvement et l'utilisation parcellisée des ressources affectées aux communications constituent un handicap majeur dans un environnement de plus en plus concurrentiel.

Les déséquilibres dans la capacité de communication des Sociétés nationales sont un autre obstacle important. Dans bien des cas aussi, un fossé sépare l'importance que l'on dit donner aux communications, et les ressources, les installations et le statut qui sont accordés aux communicateurs.

Pour surmonter certains de ces problèmes, le Forum recommande, à titre de première étape concrète, de consacrer aux communications au moins 1% du budget de tous les projets et programmes.

L'avenir : les quatre dernières années ont montré que des résultats pouvaient être obtenus même avec des moyens très limités. Pour maintenir cette dynamique, le Forum demande au Conseil des Délégués de renouveler son mandat et de l'élargir, afin qu'il puisse :

- lancer des projets pratiques et dynamiques en matière de communications;
- fournir des conseils professionnels en matière de communications et donner des avis;
- stimuler et renforcer les réseaux régionaux de communication en agissant en tant que voie de communication.

Le Forum exerce ses activités dans le cadre de l'Accord de Séville (article 9) et rend compte régulièrement au Conseil des Délégués.

Le Forum demande au Conseil des Délégués de l'appuyer afin qu'il reçoive un budget adéquat pour couvrir ses coûts de fonctionnement.

1) Le mandat du Forum

Le Forum de la communication du Mouvement a été institué en application d'une résolution du Conseil des Délégués de 1995. Celle-ci invitait le CICR et la Fédération internationale à convoquer une assemblée géographiquement représentative de spécialistes de la communication pour établir un ensemble de plans cohérents à exécuter entre 1996 et l'an 2000. Le Forum a tenu sa première réunion à Washington en 1996. Depuis, il s'est réuni une fois par an, au Cap en 1997, à Hong Kong en 1998, et à Beyrouth en 1999. Il a présenté son premier rapport intérimaire au Conseil des Délégués à Séville, en 1997. La résolution adoptée par le Conseil à cette occasion soutenait les projets engagés par le Forum, dont elle renouvelait le mandat.

Au cours de son deuxième mandat, le Forum s'est consacré principalement à la mise en œuvre des projets qui avaient été présentés au Conseil des Délégués à Séville. Toutefois, il s'est également penché dans une certaine mesure sur les questions qui lui étaient soumises, par exemple par l'Assemblée générale de la Fédération. Enfin, il a porté son attention sur la campagne du millénaire de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge intitulée le "pouvoir de l'humanité".

La composition du Forum a été limitée dès le début pour des raisons à la fois pratiques et financières. Le Forum est composé de communicateurs de dix Sociétés nationales : deux des Amériques, deux d'Europe, deux d'Afrique, un du Moyen-Orient et trois d'Asie/Pacifique. Il comprend également un délégué chargé de l'information et deux membres du personnel des divisions des communications du CICR et de la Fédération.

2) Les réalisations du Forum de la communication

Le Forum a produit un annuaire des responsables de l'information au sein du Mouvement, qui est régulièrement mis à jour; organisé une campagne mondiale autour de l'épinglette (pin) Croix-Rouge/Croissant-Rouge, qui a bénéficié du soutien de 52 Sociétés nationales en 1999; conçu et créé un site Internet du Mouvement, qui sera lancé à l'occasion de la Conférence internationale de 1999; produit un spot télévisé; négocié avec des chaînes de télévision la diffusion gratuite de spots télévisés; mis sur pied un programme pilote de formation aux médias; élaboré des messages clés pour le Mouvement, et approuvé la mise au point d'outils de formation pour les Sociétés nationales et les délégations, dans le cadre de laquelle sera réalisée une mise à jour de certaines parties du *Guide du communicateur*.

a) Les méthodes générales

Messages clés

Faisant suite aux 10 messages clés adoptés par le Conseil des Délégués en 1997, à l'usage des services de l'information et de la communication, le Forum a estimé qu'il était vital de veiller à sensibiliser davantage chaque volontaire et chaque membre du personnel aux éléments-clés des messages qui font l'unicité et la particularité du Mouvement international de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge. Il a donc proposé que chaque composante du Mouvement fasse en sorte que ses volontaires et ses collaborateurs comprennent et s'attachent à promouvoir les éléments clés suivants :

Croix-Rouge / Croissant-Rouge
le *pouvoir* de l'**humanité**

En tant que première force humanitaire au monde, les plus vulnérables sont la principale priorité.

Sur les plans mondial et local, les emblèmes sont synonymes de protection et d'assistance neutres et impartiales.

Les volontaires de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge sont compétents et s'attachent à aider les gens à s'aider eux-mêmes.

Cette sensibilisation peut être favorisée en reproduisant ces messages sur les cartes de membre, en les diffusant dans les magazines internes et les sessions d'intégration du personnel, et de bien d'autres façons.

Campagnes mondiales

Projet autour de l'épinglette (pin) Croix-Rouge / Croissant-Rouge

Au total, 52 Sociétés nationales ont participé au projet le 8 mai 1999 (ou dans certains pays, pendant la semaine CR/CR). Huit millions d'épinglettes ont été commandés par le biais du Secrétariat de la Fédération, à la demande de Sociétés nationales. Le projet a été couronné de succès dans les pays concernés, où il a connu un certain retentissement, a contribué à mieux faire connaître le Mouvement de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge et rapporté des fonds aux Sociétés nationales. Près de 1,5 million d'épinglettes ont été soit données par des Sociétés nationales à d'autres Sociétés, qui n'avaient pas les moyens d'en assumer le coût, soit incluses dans des initiatives régionales de développement des ressources.

Des commandes ont également été reçues de 30 autres Sociétés nationales, dont trois Sociétés du Croissant-Rouge, qui recherchaient un parrainage afin de pouvoir participer. Il n'a malheureusement pas été possible de trouver le financement nécessaire pour satisfaire ces commandes. Il n'en reste pas moins que plus de la moitié des membres de la Fédération ont soit participé, soit émis le souhait de participer au projet en 1999, dont le potentiel en tant qu'événement annuel mondial est ainsi démontré.

Le projet a exigé un soutien considérable du Département des communications de la Fédération et le Secrétariat a dû en assumer temporairement le fardeau financier. Les discussions engagées avec le fournisseur sur la possibilité de reporter le paiement jusqu'à ce que toutes les Sociétés nationales aient réglé leur dû semblent positives pour l'année prochaine, si le projet est poursuivi.

Le Forum recommande au Conseil des Délégués de poursuivre cette campagne pendant deux années supplémentaires et d'encourager les Sociétés nationales à y participer et à prêter leur soutien à des Sociétés de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge sœurs.

Le pouvoir de l'humanité

Le Forum a discuté de la campagne du Mouvement pour le millénaire intitulée "le *pouvoir de l'humanité*". Le slogan et le logo étant largement utilisés, il préconise qu'ils continuent de l'être pendant encore au moins quatre ans. Le Forum considère que le slogan traduit très précisément ce qu'est le Mouvement et ce qu'il représente. Le slogan pourrait aussi servir de titre général sous lequel le Plan d'action de la XXVII^e conférence internationale de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge serait mis en oeuvre.

Le Forum demande au Conseil des Délégués d'accepter que le slogan "le *pouvoir de l'humanité*" soit utilisé jusqu'à la XXVIII^e Conférence internationale et d'encourager les composantes du Mouvement à continuer de l'utiliser aussi largement que possible.

Une campagne mondiale sur les premiers secours

Le Département de la santé communautaire et de l'action sociale de la Fédération a présenté au Forum un concept en vue du lancement d'une campagne mondiale sur les premiers secours le 8 mai 2001. Les premiers secours sont une activité commune à l'ensemble du Mouvement. La campagne permettrait de faire en sorte que le public associe plus directement premiers secours et Mouvement de la Croix-Rouge et du Croissant-rouge. Elle contribuerait ainsi à mieux faire connaître le Mouvement, à accroître le nombre des volontaires et le volume des fonds disponibles, et à instaurer un environnement plus sûr.

Le Forum propose de centrer la campagne sur les premiers secours dans différents contextes (transports, environnement familial, sports et loisirs, lieu de travail et situations de crise). Une campagne réussie exigera deux ans de préparation concertée et des parrainages extérieurs.

Le Forum recommande au Conseil des Délégués de faire de cette campagne la principale campagne du Mouvement en 2001. Elle apporterait une précieuse contribution à toutes les communautés, et ferait partie de la contribution du Mouvement à l'Année internationale des volontaires, 2001.

Présence du Mouvement sur l'Internet

Grâce au soutien de la Fondation Reuters, le site Internet du Mouvement est désormais opérationnel. Il est appelé à devenir un outil de communications essentiel au sein du Mouvement et entre ce dernier et l'extérieur.

Le site vise à présenter le Mouvement dans son ensemble, son histoire, ses opérations, ses valeurs et ses objectifs. Il s'adresse à un large éventail de publics, dont les organisations internationales, les gouvernements, les entreprises, les médias et les milieux universitaires.

Sur le plan interne, il constituera un outil essentiel pour les communicateurs du Mouvement. Il sera aussi un moyen d'échanger des données d'expérience, notamment en matière de formation, et de promouvoir l'identité Croix-Rouge / Croissant-Rouge.

Dans un premier temps, il contiendra du matériel relatif à la XXVII^e Conférence internationale, de la documentation générale sur l'histoire du Mouvement, et une section consacrée au magazine Croix-Rouge / Croissant-Rouge. Il deviendra entièrement opérationnel pour l'ensemble du Mouvement au cours de l'année à venir. Le Forum pense que l'Internet revêtira dans l'avenir une importance considérable pour le Mouvement, et il invite les Sociétés nationales à y développer leur présence aussi rapidement que possible.

Une initiative mondiale à la télévision

À la suite des démarches conjointes de la Croix-Rouge américaine, du Secrétariat de la Fédération et du CICR, CNN a accepté de diffuser gratuitement des spots télévisés sur le Mouvement. Le spot produit par le CICR à l'occasion du 50^e anniversaire des Conventions de Genève a été diffusé à partir d'août 1999. Il sera suivi, avant la XXVII^e Conférence internationale, par le spot du Mouvement sur le *pouvoir de l'humanité*.

Pour surmonter le facteur coût, qui constitue un obstacle majeur à la production d'un plus grand nombre de spots, une enquête est menée auprès des Sociétés nationales afin de trouver du matériel générique qui ne fasse pas référence, ou fasse peu référence, aux différentes composantes du Mouvement.

b) Le soutien aux communications locales et nationales

S'informer les uns les autres : l'annuaire des responsables de la communication – le système d'alerte

L'annuaire des responsables de la communication a été mis à jour deux fois. La troisième édition sera distribuée au cours de l'année prochaine. L'annuaire s'est révélé être un outil précieux.

Pour faciliter davantage les contacts et les échanges d'informations entre les communicateurs, 14 correspondants régionaux ont été désignés sur une base régionale¹. Il s'agit d'établir des lignes directes et rapides de communication. Dans certaines zones, ce système fonctionne très bien et a même favorisé la création de réseaux de communicateurs. Dans d'autres, le système est encore au stade de la conception.

Tant l'annuaire que le réseau seront utilisés pour souligner une fois de plus la nécessité de lancer des alertes lors de situations qui pourraient affecter d'autres composantes du Mouvement. Le principe est que l'information devrait être disponible sur le plan interne de préférence avant qu'elle ne le soit dans les médias, au pire en même temps, mais jamais après.

Formation aux médias

Faute de ressources, il n'a pas été possible d'élargir l'approche qui avait fait ses preuves en Afrique de l'Est. Bien que quelques initiatives intéressantes aient été prises en coopération avec la Fondation Reuters, il faudra, compte tenu des restrictions budgétaires, mettre l'accent sur l'échange et l'analyse plus systématique des données

¹ Voir document en annexe "Les régions du réseau de communications et correspondants régionaux"

d'expérience. Le nouveau site Internet du Mouvement pourrait être utilisé comme moyen de diffusion.

Des exemples à travers le monde ont continué à mettre en évidence la nécessité d'assurer aux cadres de la Croix-Rouge / du Croissant-Rouge une formation aux médias. Celle-ci peut être conduite de différentes manières (recours à des délégués ou des journalistes), et il est clair qu'elle devrait faire partie intégrante des activités des délégations régionales.

Guide du communicateur

Un *Guide du communicateur* a été publié en 1991. Avant d'entreprendre de le mettre à jour, les membres du Forum ont mené une courte enquête auprès des Sociétés nationales de leur région.

L'enquête a révélé que l'importance accordée au *Guide* variait considérablement, tout comme l'utilisation qui était faite de celui-ci. Toutefois, il ressort des informations en retour qu'une version mise à jour, dans un format différent et plus concis, est nécessaire.

La Croix-Rouge britannique a proposé de mettre à disposition du personnel compétent pour produire cette mise à jour. Le nouveau *Guide* sera informatisé et présenté sous forme de modules. Une version concise sur support papier sera également produite, sur la base des modules, à l'intention des Sociétés nationales qui n'ont pas accès à l'Internet.

c) Conseiller le Mouvement

Bien que ce rôle ne soit pas spécifiquement mentionné dans la résolution originale du Conseil des Délégués, le Forum a été de plus en plus consulté par les organes du Mouvement. Il a donné son avis sur le document relatif à la sensibilisation élaboré pour le Conseil des Délégués, le projet de *Stratégie 2010* de la Fédération, le projet de code de déontologie à l'usage des collecteurs de fonds du Mouvement, les projets pour l'année du millénaire, en particulier celui d'une grande manifestation mondiale en mai 2000, l'idée d'une marque commerciale commune, et les questions relatives à l'usage des emblèmes.

Le Forum considère que ce rôle de "banc d'essai" a été utile et doit être poursuivi.

3) Les contraintes et les défis

Malgré les progrès tangibles qui ont été réalisés dans la promotion d'une coordination et d'une cohérence accrues, il reste de nombreux obstacles à une communication efficace au sein du Mouvement. En effet, l'environnement des communications est de plus en plus complexe, et reste hautement concurrentiel. La structure du Mouvement et les ressources qu'il consacre aux communications font qu'il est difficile d'agir efficacement dans un tel environnement. Cela a été expliqué plus en détail dans le précédent rapport du Forum (1997).

Les déséquilibres dans la capacité de communication des Sociétés nationales continueront de poser un défi, et la culture de l'organisation en matière d'information soulève encore des difficultés. Certains au sein du Mouvement ne sont toujours pas convaincus de l'importance des communications pour les opérations, la collecte de fonds, le développement et la crédibilité institutionnels, l'image et l'influence internationales, les

campagnes et les thèmes, ainsi que la promotion des valeurs et des principes. Il arrive que les communicateurs ne soient pas reconnus à leur juste valeur. Dans certaines Sociétés nationales, la hiérarchie ne leur communique pas des informations vitales qui leur sont destinées, compliquant ainsi la coordination d'ensemble des activités liées à la communication.

Le Forum a lui-même fait l'expérience du peu d'intérêt qui est parfois accordé à la communication. Bien que la résolution adoptée par le Conseil des Délégués en 1997 invite expressément les Sociétés nationales à "soutenir les travaux du Forum en contribuant à ses dépenses de fonctionnement", le soutien a été extrêmement limité. Il est regrettable que les fréquents appels à une plus grande cohérence en matière de communications et au renforcement de l'image ne soient pas assortis des ressources nécessaires.

Cela est aussi souvent le cas sur le plan technique. Les moyens dont disposent les communicateurs varient considérablement d'une région à l'autre. Dans certaines, ils n'ont pas accès au téléphone, au fax, au courrier électronique et à l'Internet, ou alors cet accès est très limité.

Pour permettre au Mouvement de la Croix-Rouge et du Croissant-Rouge d'être plus compétitif en matière de communications, le Forum recommande d'introduire un volet communications dans chacun des programmes entrepris par le CICR, par la Fédération et par les Sociétés nationales et d'y consacrer au moins 1% du budget total de chaque programme.

4) L'avenir

Les quatre dernières années ont montré que des résultats pouvaient être obtenus même avec des moyens très limités. Néanmoins, le moment est maintenant venu soit de mettre un terme aux projets communs à l'ensemble du Mouvement en matière de communication, soit de les développer et de les doter en ressources de manière plus viable. Au cours des quatre dernières années, la coordination, la production de matériels et parfois même le préfinancement ont été gérés par des membres du Forum. Cette situation n'est pas une base de travail viable pour l'avenir.

Pendant la même période, les attentes à l'égard du Forum ont grandi. Ces deux dernières années, il a été consulté sur des questions liées aux communications, telles que la collecte de fonds et l'utilisation de l'emblème. On attend du Forum non seulement qu'il élabore des projets pratiques, mais encore qu'il les mette en œuvre.

Le Forum propose donc au Conseil des Délégués de renouveler et d'élargir son mandat, et de préciser que le Forum de la communication du Mouvement existe pour :

- lancer des projets pratiques et dynamiques en matière de communications;
- fournir des conseils professionnels en matière de communications et donner des avis;
- stimuler et renforcer les réseaux régionaux de communication en agissant en tant que voie de communication.

Les activités et projets du Forum aller dans le sens des stratégies globales du Mouvement énoncées dans l'article 9.1 de l'Accord de Séville. Dans ce cadre, le Forum rend compte régulièrement au Conseil des Délégués de l'avancement de ses travaux.

Le Forum demande au Conseil des Délégués de l'appuyer afin qu'il dispose d'un budget adéquat, financé par les contributions des Sociétés nationales, de la Fédération et du CICR, qui couvre ses coûts de fonctionnement² et lui permette de poursuivre son action.

² Voir annexe 2.

Annexe 1

MONDE ARABE ET IRAN

Sociétés nationales de : Algérie - Arabie-saoudite - Bahreïn - Croissant-Rouge palestinien - Égypte - Émirats arabes unis - Érythrée - Iraq - Jamahiriya arabe libyenne - Jordanie - Koweït - Liban - Maroc - Qatar - République arabe syrienne - Tunisie - Yémen

CARAÏBES

Sociétés nationales de : Antigua-et-Barbuda - Bahamas - Barbade - Belize - Cuba - Dominique - Grenade - Guyana - Haïti - Jamaïque - République dominicaine - Saint-Kitts-et-Nevis - Sainte-Lucie - Saint-Vincent-et-les-Grenadines - Suriname - Trinité-et-Tobago

ASIA CENTRALE, CAUCASE ET TURQUIE

Sociétés nationales de : Arménie - Azerbaïdjan - Géorgie - Kazakhstan - Kirghizistan - Ouzbékistan - République islamique d'Iran - Tadjikistan - Turquie - Turkménistan

EUROPE CENTRALE ET ORIENTALE

Sociétés nationales de : Albanie - Bosnie-Herzégovine - Bulgarie - Croatie - Estonie - Hongrie - Lettonie - Lituanie - Macédoine (ex-République Yougoslave de) - Pologne - République Tchèque - Roumanie - Slovaquie - Slovénie - Yougoslavie

ASIE DE L'EST ET ASIE DU SUD-EST

Sociétés nationales de : Brunéi Darussalam - Cambodge - Chine - Corée (Rép. pop. dém.) - République de Corée - Indonésie - Japon - République démocratique populaire lao - Malaisie - Mongolie - Myanmar - Philippines - Singapour - Thaïlande - Viet Nam

AFRIQUE DE L'EST

Sociétés nationales de : Burundi - Comores - Djibouti - Éthiopie - Kenya - Maurice - Ouganda - Rwanda - Seychelles - Somalie - Soudan - Tanzanie

EUROPE OCCIDENTALE

Sociétés nationales de : Allemagne - Andorre - Autriche - Belgique - Chypre - Danemark - Espagne - Finlande - France - Grèce - Irlande - Islande - Italie - Liechtenstein - Luxembourg - Malte - Monaco - Norvège - Portugal - Pays-Bas - République de Saint-Marin - Royaume-Uni - Suède - Suisse

AMÉRIQUE LATINE

Sociétés nationales de : Argentine - Bolivie - Brésil - Chili - Colombie - Costa Rica - El Salvador - Équateur - Guatemala - Honduras - Mexique - Nicaragua - Panama - Paraguay - Pérou - Uruguay - Venezuela

AMÉRIQUE DU NORD

Sociétés nationales de : Canada - États-Unis

PACIFIQUE

Sociétés nationales de : Australie - Iles Cook - Iles Salomon - Fidji - Kiribati - Nouvelle-Zélande - Palaos - Papouasie-Nouvelle-Guinée - République de Palau - Samoa - Tonga - Tuvalu - Vanuatu

RUSSIE ET AUTRES

Sociétés nationales de : Bélarus - Fédération de Russie - Moldova - Ukraine

ASIE DU SUD

Sociétés nationales de : Afghanistan - Bangladesh - Inde - Népal - Pakistan - Sri Lanka

AFRIQUE AUSTRALE

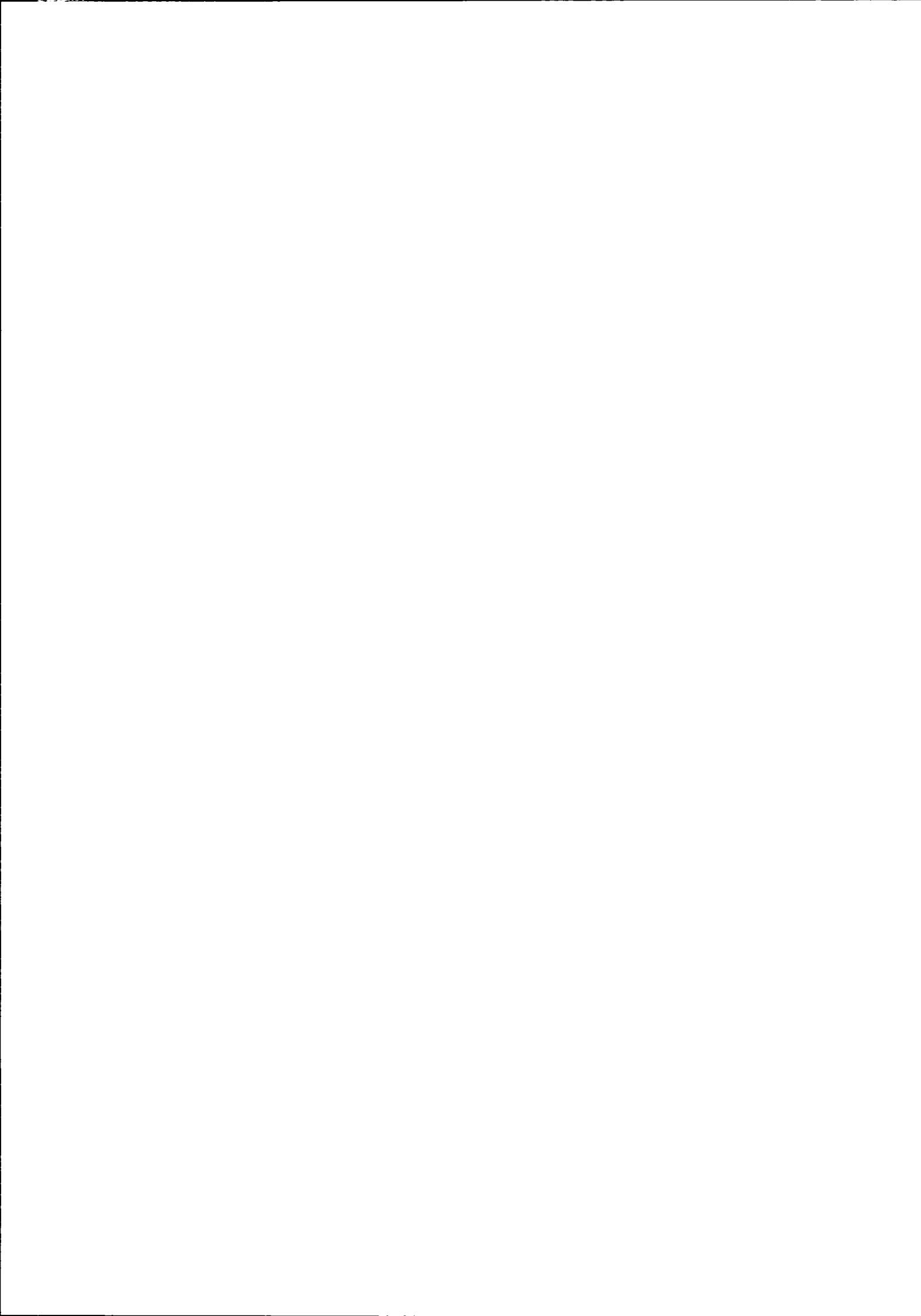
Sociétés nationales de : Afrique du Sud - Angola - Botswana - Lesotho - Madagascar - Malawi - Mozambique - Namibie - Swaziland - Zambie - Zimbabwe

AFRIQUE DE L'OUEST

Sociétés nationales de : Bénin - Burkina Faso - Cameroun - Cap-Vert - Côte d'Ivoire - Gambie - Ghana - Guinée - Guinée-Bissau - Libéria - Mali - Mauritanie - Niger - Nigéria - Sao Tomé-et-Principe - Sénégal - Sierra Leone - Togo

AFRIQUE CENTRALE

Sociétés nationales de : Congo - Guinée Équatoriale - République Centrafricaine -
La République démocratique du Congo - Tchad



Annexe 2

Projet de budget annuel du
Forum de la communication du Mouvement
(en CHF)

Voyage, per diem et hébergement (une réunion par an, 15 membres)	60 000
Frais de traduction	6 000
Frais administratifs et de secrétariat	64 000
Téléphone, fax et affranchissement	2 300
Coût production matériel/audiovisuel	8 500
TOTAL	140 800