



IMT Mines Albi-Carmaux
École Mines-Télécom

CAHIER DES CLAUSES PARTICULIERES

Conseil stratégique, conception et réalisation d'une stratégie de relation presse

Accord Cadre
établi en application des articles L 2125-1 et R2162-2 à R2162-4
du Code de la commande publique

Référence interne de la consultation : 2020ALB07M

Date limite de réception des offres :

Mercredi 4 mars 2020 à 12 h 00

1. PRÉSENTATION D'IMT MINES ALBI

1.1 CONTEXTE D'IMT MINES ALBI

École du ministère en charge de l'Industrie, l'École nationale supérieure des mines d'Albi-Carmaux fait partie de l'Institut Mines-Télécom, qui est aujourd'hui le premier groupe d'écoles d'ingénieurs et de management de France. IMT Mines Albi est aussi membre associé de l'Université fédérale de Toulouse Midi-Pyrénées et partenaire de très nombreuses institutions et universités prestigieuses en France et à l'international. Ces partenariats privilégiés font d'elle une grande école et un pôle de recherche accueillants, riches en opportunités, en perspectives économiques et professionnelles.

En symbiose avec son environnement, IMT Mines Albi a choisi de se spécialiser sur des créneaux d'expertise, à la fois innovants et porteurs d'avenir en lien direct avec ses centres, ses formations et son développement économique

Former des cadres de haut niveau capables de dynamiser nos entreprises : ingénieurs généralistes, humanistes, rigoureux et entrepreneurs; docteurs en prise avec les exigences de l'industrie; et cadres internationaux titulaires de nos masters.

Inventer de nouveaux produits et procédés, grâce à des recherches de pointe. Les valoriser avec des partenaires industriels, et contribuer ainsi au développement économique de notre territoire. Informer et diffuser de la culture scientifique et technique, dans les domaines intéressant l'industrie et les services. Telles sont les missions d'IMT Mines Albi.

A l'avant-garde des enjeux industriels sur la scène internationale, elle agit comme un moteur scientifique et économique local. La spécificité d'IMT Mines Albi est de combiner 4 missions en un cercle vertueux et porteur d'innovation.

✓ *Former des ingénieurs*

IMT Mines Albi est une école d'ingénieur généraliste, innovante, humaniste et internationale qui intègre dans son management la dynamique du développement durable.

IMT Mines Albi propose une palette de formations diplômantes :

- Diplôme d'ingénieur généraliste par la voie étudiante ou en alternance
- Diplôme de master ou de mastère
- Diplôme de docteur

Chaque année, l'école diplôme plus de 300 ingénieurs, 50 élèves de master/mastère et 30 docteurs.

✓ *Mener des recherches et innover*

Une école aux recherches scientifiques de pointe pour inventer de nouveaux produits et procédés. Depuis la création de l'école, la recherche n'a cessé de se développer autour de ses 3 centres de recherche :

- Centre Génie Industriel
- Institut Clément Ader-Albi
- RAPSODEE

Excellence scientifique, applicabilité et pertinence économique sont au cœur de la recherche à IMT Mines Albi. Au sein de ses trois centres, les équipes de recherche travaillent à l'émergence et à l'amélioration des procédés industriels, grâce à la création de 5 plateformes technologiques (GALA - MIMAUSA -

VALTHERA – IOMEGA - IOMEGA^{VR}). L'école est à la pointe de l'innovation au service de l'industrie avec l'Institut Carnot M.I.N.E.S qui regroupe 38 laboratoires.

✓ *Contribuer au développement économique territorial et national*

Une école partenaire des entreprises qui accompagne la création d'activité, au travers de son incubateur, le bâtiment Innov'Action, son réseau, ses laboratoires communs, chaires, et de ses partenariats actifs avec des pôles de compétitivité (Aerospace Valley - Cancer Bio Santé - DERBI (énergie) - Agri Sud Ouest Innovation).

✓ *Promouvoir la culture scientifique technique et entrepreneuriale*

Une école qui favorise la diffusion de la culture des sciences, des techniques, de l'innovation et de l'entreprise sur le territoire, au travers d'événements ouverts à tous, tout au long de l'année :

- Nuit Européenne des Chercheur.e.s
- Fête de la Science
- Conférences grand public
- Journée portes ouvertes

1.2 ORIENTATIONS STRATEGIQUES DE LA COMMUNICATION D'IMT MINES ALBI

La Direction de la Communication, de l'Information et de la Diffusion d'IMT Mines Albi contribue à l'ensemble de la stratégie de l'école au travers de 4 grandes orientations de communication, qui ont un impact fort sur l'image de l'école et permettent de répondre aux 4 missions d'IMT Mines Albi :

- 1. Confirmer et renforcer la visibilité et la place de l'école, de ses 4 missions, et de ses centres auprès de l'ensemble de ses cibles.**
- 2. Accroître la communication internationale du campus pour atteindre 20% d'élèves internationaux sortant en 2020.**
- 3. Pérenniser et valoriser les liens avec les alumni et l'ensemble des partenaires de l'école (industriels, institutionnels, entrepreneurs, recherche...)**
- 4. Renforcer la vision collective avec l'ensemble des acteurs internes**

La stratégie de communication IMT Mines Albi répond à ses orientations stratégiques grâce à des outils et une réelle stratégie cross média (360°) qui permet une réelle complémentarité entre les différents outils utilisés. L'école intègre la transformation numérique à son fonctionnement et la Direction de la Communication, de l'Information et de la Diffusion renforce sa présence et son identité numérique pour développer des synergies tout en faisant naître de réelles interactions.

1.3 CIBLES ET STRATEGIE DE COMMUNICATION

Les orientations stratégiques d'IMT Mines Albi s'adressent à des cibles hétérogènes regroupées en 3 catégories : cibles principales, un cœur de cible et des cibles secondaires.

CIBLES PRINCIPALES

- Futurs élèves français et internationaux : filière ingénieurs (étudiants et apprentis)/masters/formation continue/thèse
- Prescripteurs : parents/professeurs Prépa/professeurs IUT, Lycées
- Institutionnels entreprises, Écoles, réseaux politique...
- Partenaires économiques, académiques, scientifiques et internationaux

- Communauté scientifique
- Interne : personnels, élèves, doctorants, processus

Cœur de cible

Le cœur de cible IMT Mines Albi correspond à 2 populations précises, qui sont particulièrement touchées par la communication de l'école parce qu'elles sont indispensables à son bon fonctionnement, primordiales pour mener à bien la stratégie de communication mais aussi corrélées pour la mise en place de synergies :

- **Futurs élèves ingénieurs français et internationaux & futurs élèves masters internationaux**
- **Partenaires économiques/académiques/scientifiques en totale cohérence avec les 4 domaines d'expertise de l'école**

CIBLES SECONDAIRES

- Presse
- Grand public

Ici la presse est présentée en tant que cible de communication et c'est également un outil primordial.

2. OBJET DE L'ACCORD CADRE

Le présent accord-cadre a pour objet le « conseil stratégique, conception et réalisation d'une stratégie de relation presse pour IMT Mines Albi. »

3. DÉFINITION DU DOMAINE DU MARCHÉ

IMT Mines Albi souhaite confirmer et renforcer la visibilité et la place de l'école, de ses 4 missions et de ses centres de formation et de recherche auprès de l'ensemble de ses cibles. Pour réaliser cette mission, elle souhaite réaliser une stratégie presse pour étoffer sa notoriété au niveau national et international sur l'ensemble des médias.

Quelques exemples pour la presse de supports répartis par segments de marché :

- **Agences de presse**
AFP, Reuters, Bloomberg news, AEF, Technoscope...
- **Grande presse**
Le Figaro, Le Monde, Le Parisien, Le Point, L'Obs, Valeurs actuelles, L'Express, Le Nouvel Économiste...
- **Presse Enseignement supérieur**
L'Étudiant, Le blog de l'orientation du Monde, EducPros, Studyrama, Le journal des grandes écoles, AEF, NewsTankEducation...
- **Presse affaires/entreprises**
L'usine nouvelle, Les Echos, La Tribune, Challenges, Capital, Industrie et Technologies, GPO ...
- **Presse Industrie/Ingénierie**
Technique de l'Ingénieur, Contrôles Essais et Mesures, IT Industrie et Technologies, Produits Equipements Industriels, Innovation & Industrie,...
- **Presse Environnement/Énergie/sectorielle**

Environnement Magazine, Environnement Magazine Cleantech, Environnement & Énergie, Journal des Communes Durables, Actuenvironnement.com, Green News Techno, Environnement & Technique, Le Moniteur des TP, Acteurs Urbains, Énergie Plus...

Associations professionnelles de journalistes, notamment l'Association des journalistes scientifiques de la presse d'information (AJSPI) avec, éventuellement, une adhésion au Club comme de nombreuses grandes écoles.

Radios, TV, Webzines et newsletters de chaque catégorie de presse.

Cette liste n'est pas exhaustive et il est attendu du titulaire d'être force de proposition.

Perception de l'École souhaitée

IMT Mines Albi est l'École la plus jeune des écoles des Mines, cette jeunesse véhicule une image de dynamisme, d'enthousiasme, de fraîcheur, justifiée par le volume et la créativité des actions initiées en peu de temps. Au delà de sa jeunesse, l'école apporte rigueur et excellence aux élèves grâce à des enseignants chercheurs dynamiques, et des enseignements en lien directs avec ses domaines d'expertises au coeur des enjeux d'aujourd'hui.

IMT Mines Albi est une école qui grandit avec son temps, en prise directe avec les réalités. Dans son rôle originel de reconversion industrielle, elle est porteuse d'une évidence technologique et scientifique (culture très forte de l'école), qui est au coeur de ses domaines d'expertise.

IMT Mines Albi prône également des valeurs humaniste, innovante et internationale, qui transparaissent dans le quotidien de l'école.

Enfin, IMT Mines Albi attire des élèves grâce à sa douceur de vivre albigeoise, au coeur de l'Occitanie ainsi que sa situation géographique aux portes de Toulouse et près de la mer et de la montagne.

IMT Mines Albi souhaite regrouper sa communication presse autour des 3 axes ci-dessous :

- un axe « institutionnel » qui vise à développer l'image d'IMT Mines Albi à travers la valorisation de ses atouts et affirmer ses positionnements thématiques.
- un axe « pédagogique » destiné à présenter, valoriser et faire connaître la vocation et les réalisations d'IMT Mines Albi
- un axe « innovation » qui ambitionne de positionner IMT Mines Albi sur des sujets phares d'innovation et de recherche

4. PRESTATIONS ATTENDUES

Les prestations susceptibles d'être commandées dans le cadre du présent accord-cadre sont les suivantes:

1 - Réalisation d'une stratégie annuelle d'accompagnement presse

La stratégie relation presse proposée par le titulaire doit s'appuyer sur la stratégie globale de communication d'IMT Mines Albi. Une journée de travail entre le titulaire et la directrice de la DCID, permettra de lancer la réalisation de la stratégie presse annuelle. Cette prestation sera commandée par la notification du marché. Elle fera ensuite l'objet de bons de commande pour sa mise à jour, le cas échéant, en cas de renouvellement du marché.

La stratégie de presse annuelle comprend :

- Une feuille de route présentant les éléments de langage globaux de l'année à mettre en avant, au vu des actualités intéressant le monde journalistique ainsi que les rendez-vous à ne pas rater ;

- Un planning annuel des prestations prévues ;
- Une liste des média à toucher

Pour répondre aux objectifs de communication de l'école, la prestation devra comporter :

- un conseil stratégique sur le choix des thématiques de communication,
- une veille permanente sur les opportunités de communication : centres d'intérêt des journalistes, actualités marché et concurrence, actualité bibliographique en lien avec les écoles d'ingénieurs, détection de nouveaux angles rédactionnels,
- l'élaboration d'un calendrier rédactionnel des rendez-vous incontournables pour l'Ecole : dossiers spécial ingénieur, palmarès, rendez-vous one to one ...
- un conseil et des actions en relation avec la Directrice de la communication grâce à la bonne connaissance des intervenants de l'Ecole et à sa capacité à flécher les demandes des journalistes vers des sujets permettant de valoriser les compétences de l'école,
- une veille concurrentielle,
- un reporting régulier qui permet de vérifier l'adéquation de la stratégie de communication media avec les messages relayés,
- Un point mensuel avec la Direction de la Communication, de l'Information et de la Diffusion IMT Mines Albi permettra ainsi de valider à intervalle régulier les choix de communication fait en début d'année. L'objectif est ainsi d'irriguer la presse avec un flux d'information régulier et pertinent.

2 - Écriture de communiqués de presse selon l'actualité (minimum 15)

Un programme de communiqués de presse sera réalisé et destiné à : informer des actions qui traduisent la mise en œuvre de la stratégie de l'école, fournir une information régulière sur les activités de formation et de recherche d'IMT Mines Albi et de ses centres de formation et de recherche (innovations, nouveaux parcours, résultats de recherche...), fournir à la presse des indicateurs de performance (ex : enquêtes de placement, concours, budget...), illustrer la réalité du positionnement thématique d'IMT Mines Albi par des initiatives ou des success stories.

La distribution des communiqués sera ciblée en fonction de la nature de l'information. Elle sera suivie d'une phase de sensibilisation des journalistes et de l'organisation d'interviews entre les supports et les porte-paroles dédiés.

80% des communiqués de presse seront programmés dans la stratégie presse annuelle, il se peut que l'actualité de l'école ne permettent pas de tous les programmés, il faudra néanmoins les réaliser.

3 - L'organisation de conférences de presse au niveau national, pour la présentation de la stratégie ou des évènements d'envergure

Valoriser les différentes thématiques d'excellence de l'école, en organisant différentes visites et interventions selon l'actualité de l'école. L'organisation sera en charge de l'agence de presse (organisation du voyage de presse, création et communication de l'invitation presse, ciblage des journalistes, écriture du communiqué de presse, création de la présentation qui animera la conférence, brief des interlocuteurs en amont de la conférence ...)

4 - L'organisation de voyages de presse

Lors des conférences de presse ou d'évènement d'envergure, l'agence presse organisera le voyage de presse qui comprend :

- la création et la communication d'une invitation presse et save the date auprès des journalistes ciblés,
- l'organisation de la venue des journalistes,
- la co-organisation avec la communication IMT Mines Albi du programme du voyage de presse.

5 - Des rendez-vous one to one pour présenter l'approche stratégique de l'école et les réalisations d'envergure.

Destinés à des journalistes identifiés comme cœur de cible (environ 10 rdv annuels- non contractuels). L'objectif prioritaire est d'établir une relation privilégiée avec le cœur de cible des journalistes dont : AFP, L'USINE NOUVELLE, Industrie & Technologies, AEF, LES ECHOS, L'ETUDIANT, NEWSTANK Education, LE FIGARO, LE MONDE, Educpros, LE NOUVEL ECONOMISTE, L'OBS, LE PARISIEN, LE POINT....

Ces rendez-vous permettent une présentation sur-mesure d'IMT Mines Albi qui tient compte de la ligne éditoriale de la presse. Ces entretiens individuels seront organisés en fonction des besoins, avec le directeur de l'école et le cas échéant, avec les porte-paroles des différentes directions et/ou thématiques. Ces entretiens s'appuieront sur les éléments de langage définis pour l'ensemble des porte-paroles de l'école et en cohérence avec l'affectation des thématiques pour chacun d'entre eux.

6 – Rédaction d'un dossier de presse institutionnel IMT Mines Albi, présentant les éléments de langage globaux de l'école.

Ce dossier servira de support pour valoriser les expertises présentes à IMT Mines Albi afin d'obtenir la visibilité et les retombées presse attendues en terme d'image. Le déploiement de ce dossier en direction des media vise à faire connaître ces experts aux journalistes des supports nationaux et de la presse spécialisée, afin qu'ils aient le réflexe de les solliciter sur des questions d'actualités en lien avec les thématiques d'excellence de l'Ecole. Il servira également d'éléments de langage aux portes parole de l'école en lien avec la presse.

7 – Rédaction des dossiers de presse thématiques en fonction des événements et des actualités.

8 – Diffusion des communiqués de presse à destination de la presse régionale et nationale et maintien à jour de la base de données presse nationale

9 - Rapport d'analyse annuel des retombées presse IMT Mines Albi,

Présentation d'un rapport complet annuel des retombées presse IMT Mines Albi.

10 – Ecriture d'un certain nombre de communiqués de presse à destination internationale et diffusion en fonction de la stratégie communication définie

5. DURÉE DE L'ACCORD-CADRE

Le présent accord-cadre est conclu pour une durée de douze mois. Il est ensuite reconductible deux fois pour une période de douze mois, sans que sa durée totale ne puisse excéder trente-six mois.

6. FORME DE L'ACCORD-CADRE

Le présent accord-cadre sera exécuté au moyen de bons de commande. La notification du marché vaut commande des prestations 1, 2, 6, 8 et 9 pour la première année d'exécution.

S'il était besoin, la prestation 2 pourra faire l'objet de commandes complémentaires en cours d'année.

Passée la première période, il sera commandé à minima pour chaque renouvellement de l'accord cadre les prestations 1, 8 et 9.

7. PRIX

Les prix sont réputés comprendre toutes les charges fiscales, parafiscales ou autres relatif à l'organisation de la prestation (frais de déplacement, d'hébergement...).

8. MODALITÉS DE RÈGLEMENT

Chaque prestation réalisée résultant d'une commande ou d'un marché subséquent donnera lieu à une facture adressée via ChorusPro

Outre les mentions légales, la facture indiquera :

- le numéro de l'accord-cadre
- le numéro du bon de commande
- la nature des prestations
- le montant HT, le taux et le montant de la TVA, le montant TTC

Les règlements seront effectués par virement administratif au compte bancaire du titulaire selon les règles de la comptabilité publique dans un délai de 30 jours à compter de la date de réception de la facture.

9. INTERETS MORATOIRES

En cas de retard dans le règlement, le titulaire est en droit de percevoir des intérêts moratoires. Le taux des intérêts moratoires est fixé par décret, il s'agit du taux de refinancement principal de la Banque centrale européenne en vigueur au premier jour du semestre de l'année civile au cours duquel les intérêts moratoires ont commencé à courir, majoré de huit points. A cela s'ajoute une indemnité forfaitaire de 40€ automatiquement due également de plein droit pour chaque retard de paiement.

10. PÉNALITÉS

Lorsque les délais tels qu'ils sont indiqués dans le calendrier fourni par le prestataire sont dépassés, le titulaire encourt, sans mise en demeure préalable, une pénalité de 50 € HT par jour de retard.

11. RÉSILIATION

Le présent marché est résiliable dans les conditions prévues au CCAG/FCS.

12. CONTENTIEUX-LITIGES

Le droit applicable est le droit français.
En cas de désaccord, le litige sera porté devant le Tribunal compétent.

13. CONDITIONS D'ENVOI DE L'OFFRE

L'offre que les candidats ont à produire, rédigée en langue française, sera adressée par voie électronique en application de l'article 2132-2 du code de la commande publique.

Les candidats devront déposer leur offre sur la plateforme des achats de l'État, dans la salle de marché destiné à la présente consultation. Le prestataire choisi par le pouvoir adjudicateur est : <https://www.marches-publics.gouv.fr>

Il est précisé qu'en l'absence de dématérialisation au sein des services de contrôle et afin d'effectuer un envoi correct aux contrôles de légalité, la personne publique sera dans l'obligation de faire signer, sur support physique, les documents nécessaires audits contrôles. Dans ce cas, le titulaire du marché sera invité à venir signer l'acte d'engagement sur support papier dans les locaux de l'IMT Mines Albi.

- En application de l'article 2132-2 du code de la commande publique, tous les échanges se feront par voie électronique, pour ce faire, les candidats devront renseigner une adresse électronique
- Le pouvoir adjudicateur peut écarter et mettre en quarantaine un document électronique envoyé par un candidat dans lequel il détecterait un virus informatique. Le document en question sera réputé n'avoir jamais été reçu et le candidat en sera informé
- Le candidat devra respecter le « nommage » des documents tels que définis par le pouvoir adjudicateur (AE pour acte d'engagement, CCP, etc.)
- Les candidats souhaitant télécharger le dossier de consultation des entreprises et / ou répondre de manière dématérialisée, doivent au préalable installer les prérequis techniques sur leur(s) poste(s). Ces prérequis sont accessibles sur le site <https://www.marches-publics.gouv.fr> Les candidats disposent d'une aide technique disponible du lundi au vendredi de 9h00 à 19h00 au 01 76 64 74 07.

14. CONTENU DE L'OFFRE

- la **déclaration de régularité des cotisations sociales et fiscales** imprimé DC.7 ou des déclarations sur l'honneur (1)

(1) si le candidat fournit des déclarations sur l'honneur, il devra adresser à IMT Mines Albi, dans les délais qui lui sont imposés, les certificats et attestations délivrés par les organismes compétents. L'attribution du marché est subordonnée à la fourniture de ces attestations.

- les documents relatifs aux pouvoirs de la personne habilitée pour engager le candidat.
- Le **présent document** complété, daté et signé ;
- L'acte d'engagement complété, daté et signé par le candidat,
- Le bordereau des prix auquel sera joint un devis détaillé ;
- Une note de présentation de l'entreprise : forme, structure financière, structure organisationnelle, moyens techniques et matériels, moyens en personnel,
- Une liste détaillée de références similaires notamment dans le domaine de l'enseignement supérieur, de la recherche, des références dans les domaines des matériaux, des procédés, de l'énergie et du développement durable.

- un mémoire justificatif qui mette en valeur la spécialité du prestataire (press bock) dans les domaines intéressant IMT Mines Albi, cette spécialité structurant l'ensemble des propositions d'actions du prestataire
- CV des attachés de presse
- un relevé d'identité bancaire ou postal

**Les offres devront parvenir à IMT Mines Albi,
au plus tard le mercredi 4 mars 2020 à 12 h 00**

CRITERES DE SELECTION DES CANDIDATS :

<i>Critères et sous-critères</i>	<i>Pondération</i>
Critère : La valeur technique de l'offre au regard du mémoire technique	60%
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Références et implantation dans la presse spécialisée en lien avec IMT Mines Albi : - Démontrant sa spécialisation : enseignement supérieur, recherche, innovation, environnement et santé. - références dans les domaines des matériaux, des procédés, de l'énergie et du développement durable. - Démontrant un savoir-faire de la gestion des relations presse dans le cadre d'évènements d'envergure - Démontrant son expertise dans les missions de formation, de diffusion de la culture scientifique et technique et d'animation des débats publics autour du progrès scientifique et technologique et de ses impacts sociétaux. - avoir un réseau de journalistes dans les domaines de l'enseignement supérieur, de l'innovation et dans la presse spécialisée traitant de nos thématiques et avoir une solide réputation auprès d'eux - montrer disponibilité, rigueur, réactivité 	40%
Organisation mise en place pour l'exécution du marché et moyens de suivi des prestations, y compris contrôle qualité	20%

Chaque offre est évaluée individuellement sur chaque point précité. Pour chacun de ces sous-critères, l'offre se voit attribuer un note de 1 à 10, 1 étant la plus mauvaise note et 10 la meilleure. Il est ensuite appliqué une pondération en fonction des pourcentages indiqués.

ÉVALUATION DES PROPOSITIONS FINANCIÈRES

Critère : proposition financière (simulation sur la durée du marché)	40%
---	------------

$$\text{Note de l'offre considérée} = \frac{\text{Offre la moins onéreuse}}{\text{Offre considérée}} \times 40$$

15. NÉGOCIATIONS

Le pouvoir adjudicateur se réserve la possibilité de négocier avec les 3 prestataires ayant obtenu les meilleures notes à l'issue de l'analyse.

La fin des négociations engage le prestataire à fournir une nouvelle offre prenant en compte les éléments négociés.

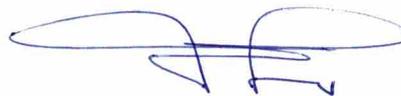
16. RENSEIGNEMENTS COMPLÉMENTAIRES

Renseignements techniques : Charline SUDERIE - tél. 05 63 49 30 15 – charline.suderie@mines-albi.fr

Renseignements administratifs : Geneviève LE BLOND - tél. 05 63 49 30 16 – genevieve.leblond@mines-albi.fr

le Pouvoir Adjudicateur

Le candidat
(Signature et Cachet)



Narendra JUSSIEN
DIRECTEUR

	DÉLAI DE RÉALISATION (en semaine) *	PRIX HT	PRIX TTC
Réalisation d'une stratégie annuelle d'accompagnement presse			
Écriture de communiqués de presse selon l'actualité (15 à 20 à l'année)			
5 Communiqués de presse additionnels			
Dossier de presse institutionnel IMT Mines Albi			
Organisation de conférences de presse au niveau national			
Organisation de voyages de presse			
Rendez-vous one to one (10 rdv annuels)			
Dossier de presse institutionnelle			
Dossier de presse thématique			
Diffusion des communiqués de presse			
Rapport d'analyse annuel			
Écriture de 5 communiqués de presse à destination internationale et diffusion			

*Seules les parties non grisées sont à compléter

