

AFP ●



D'ABORD LES FAITS

RAPPORT D'ACTIVITÉ 2020

SOMMAIRE

- 02** L'AFP EN CHIFFRES
- 03** INVESTIGATION NUMÉRIQUE
- 04** L'ANNÉE VUE PAR PHIL CHETWYND
- 08** L'ANNÉE VUE PAR DALILA ZEIN
- 12** 2020 EN BREF
- 14** L'ANNÉE VUE PAR PATRICE MONTI
- 16** DOSSIER ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE AMÉRICAINE
- 20** FOCUS BREXIT
- 22** DOSSIER CORONAVIRUS
- 26** FOCUS NAGORNY-KARABACH
- 29** L'AFPTV FAIT LA COURSE EN TÊTE
- 32** FOCUS TIGRÉ
- 34** HOMMAGE À NABIL
- 36** FOCUS FACTSTORY
- 38** 2020 EN BREF
- 40** ORGANIGRAMME
- 42** PRIX & DISTINCTIONS

ÉDITO

FAITS MARQUANTS



© Anthony Wallace / AFP

**FABRICE
FRIES**
PRÉSIDENT-
DIRECTEUR
GÉNÉRAL

L'année 2020 a révolutionné les modes de travail au sein de l'Agence, Covid oblige, comme probablement seule l'informatisation l'avait sans doute fait dans un passé récent. Sous la contrainte mais avec une agilité qui en a surpris plus d'un, le télétravail est devenu la norme en très peu de temps. La mobilisation de tous, à commencer par celles et ceux qui n'ont pas toujours l'habitude d'être sous les feux de la rampe, a permis une couverture impeccable de l'actualité mondiale.

L'épidémie de Covid est l'événement global par excellence au point qu'on a pu dire, à tort ou à raison, que pour la première fois dans l'histoire, le monde entier avait eu peur en même temps de la même chose. Cet événement global, notre réseau mondial était parfaitement à même d'en faire le récit, sous toutes les latitudes, sous tous les angles, avec toujours le souci d'apporter une touche humaine. Ce fut naturellement la dominante de l'année 2020 et nous y revenons plus loin.

Le troisième grand fait marquant de l'année a été le rattrapage du retard que nous pouvions encore avoir par rapport à nos grands concurrents Reuters et Associated Press dans notre couverture de l'actualité américaine : nous avons fait au moins jeu égal à l'occasion de notre couverture de l'élection présidentielle, récoltant ainsi le fruit des investissements passés en moyens humains et matériels (dont l'ouverture d'une régie vidéo à Washington). Si, en 2019, nous pouvions affirmer que notre production vidéo

était parvenue au même niveau que celle de nos deux grands concurrents, en 2020, nous pouvons dire à un client qu'il peut parfaitement n'avoir que l'AFP comme agence, puisque cette dernière faiblesse de couverture géographique relève désormais du passé. C'est un changement considérable.

L'année a vu l'avancée de nombreux chantiers détaillés plus loin, notamment le lancement de notre nouvelle plateforme AFP News et la mise au point du rassemblement de nos équipes parisiennes sur un seul site. Nous avons aussi refondu notre identité visuelle pour rajeunir notre image et surtout l'adapter aux besoins des formats vidéo.

Forte d'un modèle économique faisant la part belle aux abonnements et toujours portée par les relais de croissance que sont la vidéo et l'investigation numérique, l'Agence a fait mieux que résister en 2020, affichant une légère croissance de ses revenus commerciaux. La forte réduction des coûts liée aux effets du plan de transformation mais aussi naturellement à l'annulation des événements spéciaux comme des déplacements, a généré un résultat historique qui va permettre à l'Agence d'accélérer son désendettement.

La crise des médias traditionnels, accusée par la pandémie, renforce la nécessité de développer des relations commerciales avec les grandes plateformes numériques et de poursuivre l'effort sur les coûts, traçant ainsi la voie pour 2021.

L'AFP

EN CHIFFRES

● **1835**

fondation de l'agence Havas qui deviendra l'AFP

● **2 400**
collaborateurs

● **1 700**
journalistes

● **100**
nationalités

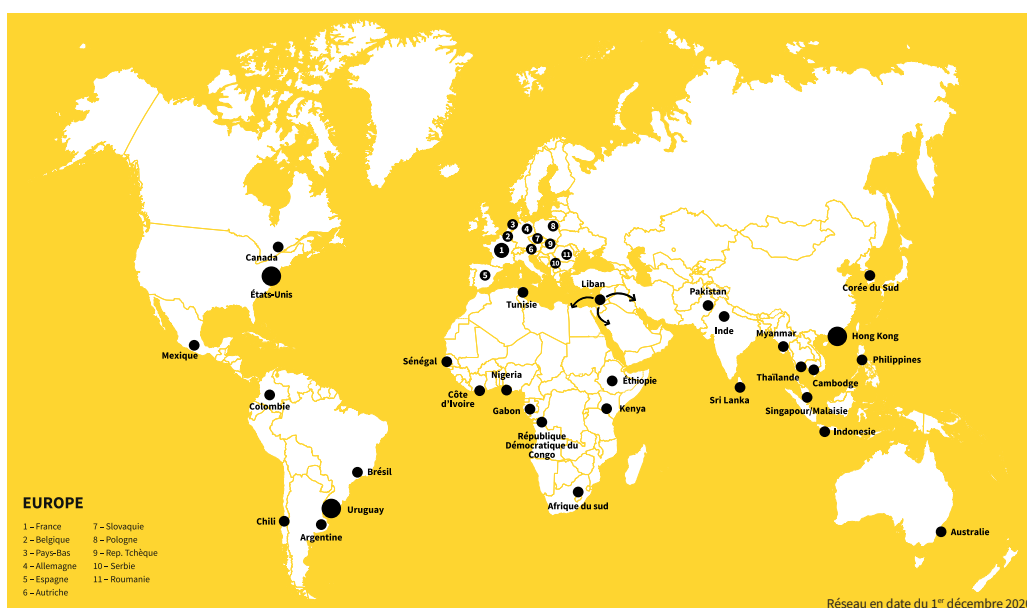
● **151**
pays

● **260**
villes



INVESTIGATION NUMÉRIQUE

L'AFP AU PREMIER RANG MONDIAL AVEC 95 JOURNALISTES COUVRANT 80 PAYS ET TRAVAILLANT DANS 16 LANGUES



Experte reconnue en matière de désinformation, Claire Wardle est co-fondatrice et directrice de First Draft aux États-Unis. Elle dirige l'orientation stratégique et la recherche de cette organisation à but non lucratif.

Les équipes de vérification de l'AFP travaillent partout dans le monde. Leur travail peut être consulté sur le site de l'AFP Factuel. Comment décririez-vous le travail de l'AFP dans la lutte contre la désinformation ?

Le travail de l'AFP est important parce qu'il est mondial, et qu'il est capable de comprendre la nuance et la complexité culturelle liées aux fausses déclarations et aux contenus manipulés. Il est tout aussi important car l'AFP dispose d'une portée internationale, ce qui signifie qu'un très grand nombre de personnes peuvent accéder à ces vérifications de faits.

Quels fact-checks de l'AFP vous ont le plus marqué en 2020 ?

En 2020, le travail de l'AFP en Birmanie, avant et pendant les élections, a été particulièrement remarquable. Comme nous le savons, la désinformation a eu des conséquences graves en Birmanie, et voir l'AFP partager autant de vérifications de faits est admirable et nous rappelle la nécessité de relier les connaissances locales au public mondial.

L'ANNÉE

VUE PAR...



**PHIL
CHETWYND**
DIRECTEUR DE
L'INFORMATION

« Une des choses les plus importantes pour nous était d'essayer d'humaniser l'histoire. À bien des égards, cela a été une tâche difficile, en particulier dans les premiers jours de l'épidémie. »

Comment décririez-vous l'année 2020 ?

2020 a été l'une des années les plus difficiles de l'histoire de l'AFP. La couverture de la pandémie a représenté un défi pour chaque bureau, chaque collaborateur, chaque journaliste à différents niveaux. Nous avons dû nous mobiliser pour travailler d'une manière très différente. Il y a eu énormément de changements que nous avons dû gérer en très peu de temps. Nous avions en permanence en tête les questions de santé et de sécurité : il y avait tant de règles à suivre, tant de perturbations dans notre travail. En quelques heures nous avons dû nous organiser pour pouvoir travailler à distance. Nous avons l'habitude de travailler de manière rapide et agile sur l'actualité chaude, comme un service des urgences à l'hôpital. C'était difficile, mais finalement cela a aussi été un grand succès.

Quand et comment les journalistes de l'AFP sur le terrain ont-ils appris l'émergence de la pandémie ?

Nos bureaux en Chine nous ont fait part de la situation très tôt. Nous avons commencé à entendre parler de ce qu'il se passait début-mi-janvier. Nous avons des équipes présentes dans la région depuis 15-20 ans qui ont l'habitude de couvrir ce genre d'histoires : SRAS, grippe aviaire, etc. Nos journalistes sur le terrain n'ont pas tardé à identifier à la fois l'ampleur et l'importance de cette nouvelle pandémie émergente.

Un grand nombre des images et des histoires les plus emblématiques de la pandémie ont été récoltées en janvier 2020 à Wuhan. En tant que premier et seul grand média international à Wuhan au tout début de l'épidémie, nos journalistes ont pu témoigner de la peur que le virus déclençait au sein de la population dès le début. Ces images et histoires étaient primordiales pour raconter la pandémie. Ça n'a donc pas été une surprise quand Hector Retamal, notre photographe à Wuhan, a été nommé photographe d'agence de l'année par *The Guardian*. Ces photos sont toujours utilisées un an plus tard.

Nous avons beaucoup appris du retour d'expérience de nos équipes en première ligne en Asie sur la façon de travailler en toute sécurité. Nous étions très en avance sur nos concurrents.

Quel angle avez-vous choisi pour raconter un événement aussi spécial ?

Je pense qu'en tant qu'agence, nous mettons l'humain au cœur de notre production. Une des choses les plus importantes pour nous était d'essayer d'humaniser l'histoire. À bien des égards, cela a été une tâche difficile, en particulier dans les premiers jours de l'épidémie, parce qu'une grande partie de l'accès à l'information était restreint par des règles, les quarantaines, les confinements et les vêtements de protection. C'est l'histoire d'une grande



© Hector Retamal / AFP

souffrance humaine, et pourtant, il était très difficile de couvrir les angles se rapportant au traumatisme humain. Qu'arrivait-il vraiment aux personnes isolées chez elles, qui perdaient leur emploi ou qui étaient seules face à la maladie ? Encore aujourd'hui, accéder à des témoignages demande beaucoup de travail. Donner accès à des histoires qui révèlent ce que vit la population derrière le masque a été un énorme défi. En tant que journaliste, j'ai couvert les conséquences du 11 septembre. Il y avait beaucoup de funérailles, de commémorations et de manifestations d'émotion. Il était beaucoup plus facile de couvrir l'aspect humain par rapport à cette pandémie.

Comment cette dimension humaine se reflète-t-elle dans la façon dont l'AFP couvre l'actualité ?

Il peut s'agir de petites choses qui montrent simplement que nous y faisons attention. Un bon exemple est celui d'un de nos photographes en Corée du Sud qui a passé beaucoup de temps dans les hôpitaux. Il travaillait juste à côté de la zone où les infirmiers et infirmières se rassemblaient après leur travail. Il a réalisé une série de portraits montrant les visages et les expressions de ces professionnels de santé. Beaucoup avaient des irritations causées par le masque. Certains nous ont donné des petites indications personnelles pour compléter la légende de la photo. Cet esprit d'humanité est quelque chose que nous avons essayé de reproduire dans différents pays et de différentes façons.

Parallèlement à une bataille sur le plan médical, cette pandémie a créé une guerre de l'information pour obtenir les données à jour les plus

fiables. Quelle était la stratégie de l'Agence en matière de gestion des données ?

La couverture de la pandémie par l'AFP a également été très forte en termes de datas. Les données n'étaient peut-être pas le point fort de l'AFP dans le passé, nous avons donc investi du temps et de l'énergie dans leur collecte. Un travail incroyable a été fait par le service Infographie et Innovation et par la Documentation pour construire notre propre base de données. C'était assez révolutionnaire pour nous. Comme nous travaillions sur des feuilles de calcul alimentées par nos bureaux dans le monde entier, nous avons pu mettre à jour et publier nos dépêches très rapidement. Nous avons révélé des étapes très importantes : les premiers cas, le premier millier de cas, le premier million, le nombre de personnes confinées, etc. Ces éléments étaient essentiels pour permettre au public de comprendre la pandémie. Ces efforts nous ont permis de devenir une référence en matière de données pour nos clients, et de prendre fréquemment la tête dans la diffusion des *breaking news*.

Comment l'AFP s'est-elle organisée pour éviter la propagation de fausses informations au milieu de cette énorme vague de datas provenant de tous horizons ?

Cette pandémie a révélé l'ampleur de la désinformation dans ce que j'appelle l'écosystème des médias alternatifs. Il y a eu un tsunami de fausses informations circulant sur le coronavirus. Cela a été compliqué d'un point de vue scientifique, mais c'était aussi un sujet sensible d'un point de vue politique, partout dans le monde. C'est un mélange de beaucoup de

Fin d'une mission de renfort pour une soignante de la province de Jilin auprès de ses collègues infirmières de Wuhan, le 8 avril 2020.

choses : des théories du complot découlant de beaucoup de méfiance vis-à-vis des gouvernements, des autorités et des sources officielles. Le coronavirus a été un sujet très compliqué à couvrir en temps réel avec beaucoup d'inconnues. Les effets de cette incertitude se sont fortement fait sentir sur les réseaux sociaux qui n'aiment pas l'inconnu : vivant dans un monde où on peut chercher sur Google tout ce que l'on veut, les gens veulent des réponses immédiates. Lorsque vous ne pouvez pas obtenir une réponse très simple, très rapidement, cela ouvre les portes à la désinformation. Il y a eu beaucoup d'informations anodines, mais aussi des théories du complot, des idéologies soulignant une grande méfiance envers les autorités, des gens qui pensent que le virus n'est pas réel, qu'il a été inventé, fabriqué. Nous nous sommes énormément appuyés sur nos journalistes Santé et Sciences, en suivant leurs conseils pour chaque dépêche que nous avons publiée à propos de la mise au point des vaccins, des effets du Covid, des différents médicaments disponibles...

L'AFP doit établir une confiance jour après jour.

Ce qui compte, ce sont les faits. La vérification des faits est si complémentaire, si étroitement liée à notre activité principale. Nous sommes tous en mesure de constater l'impact de ces idées divergentes sur notre société. Nos équipes d'investigation numérique, de plus en plus nombreuses à travers le monde – plus de cent personnes travaillant dans plusieurs langues – ont été d'une grande aide. C'était un défi de bâtir cette équipe en première ligne de l'information, mais nous voyons maintenant les fruits de ce travail acharné. La pandémie a donné une grande visibilité au travail d'investigation numérique, et elle s'est avérée très importante pour renforcer notre image de fournisseur mondial d'une information fiable, digne de confiance. Nous avons montré à nos clients et au public l'importance du travail que nous faisons.

Une couverture aussi variée et impressionnante n'aurait jamais été possible sans un solide réseau mondial.

L'un des mots clés les plus importants en journalisme est l'« accès ». À l'AFP, nous estimons avoir l'un des réseaux de journalistes les plus importants et les plus étendus au monde. Nous avons l'impression que nos concurrents ont retiré certains journalistes de localisations qu'ils ne trouvaient peut-être pas importantes. Au contraire, à l'AFP, nous avons toujours adhéré à l'idée que les histoires peuvent se produire n'importe où, et qu'il est donc impossible d'identifier où se situent les lieux les plus importants pour implanter notre réseau. D'une certaine façon pour nous, les lieux importants sont précisément là où d'autres ne sont pas. Si quelque chose se passe dans les rues de Washington, tout le monde sera là pour le couvrir. Si un événement d'ampleur se produit en Éthiopie ou en Arménie, seuls ceux qui disposent d'un réseau efficace réaliseront une couverture de qualité de l'événement. La pandémie a vraiment mis en évidence la force de notre réseau.

Comment votre expertise vidéo a-t-elle enrichi le traitement de l'information ?

Notre offre vidéo a atteint sa pleine maturité cette année. Nous avons construit la vidéo au cours des quinze dernières années : en 2020, nous avons vu à quel point ce travail est précieux. La couverture vidéo de l'AFP a été très variée. Nous sommes maintenant convaincus que, parmi toutes les agences, nous avons la meilleure couverture vidéo de la pandémie. Au cours des six premiers mois de la pandémie, nous avons diffusés à nos clients des directs vidéo en provenance de plus de 1 500 lieux différents. Les réactions ont été extrêmement positives de la part des principales chaînes de télévision du monde entier.

Cette pandémie nous a obligés à vivre différemment. Comment l'AFP a-t-elle réussi à maintenir le lien au quotidien avec ses collaborateurs ?

L'un des plus grands défis pour les collaborateurs a été de trouver comment gérer au mieux le travail à distance. Nous savons que cela a été très difficile pour les équipes et nous y avons prêté une attention particulière. Nous avons parfaitement conscience du stress et de la pression qui pèsent sur nos équipes : les difficultés rencontrées dans le travail, la gestion de l'éducation des enfants, l'éloignement des proches, les collaborateurs pouvant tomber malades. Nous nous sommes efforcés d'aider nos équipes, de leur faire savoir que nous comprenons, de mettre en place des programmes pour les aider, d'organiser des réunions à distance et d'échanger régulièrement ensemble.

Le photographe AFP Sajjad Hussain près de la Porte de l'Inde lors du confinement national imposé par le gouvernement comme mesure préventive contre la propagation du coronavirus Covid-19 à New Delhi, le 9 avril 2020.



L'ANNÉE

VUE PAR...



DALILA ZEIN

DIRECTRICE
GÉNÉRALE

« Nous sommes parvenus à nous fédérer sur nos grands projets malgré la pandémie. »

L'AFP a dessiné fin 2018 une feuille de route de transformation, avec des jalons particulièrement importants pour les deux premières années. La crise sanitaire vous a-t-elle conduit à réviser cette feuille de route ?

En mars 2020, en l'espace de quelques dizaines heures, nous sommes passés d'une pratique balbutiante du télétravail à un télétravail quasi intégral. Toutes nos équipes supports (technique, achats, moyens généraux) ont mobilisé leur énergie, leur expertise et leur créativité pour permettre à chaque collaborateur d'être équipé pour télétravailler, et fournir du matériel de protection sanitaire aux journalistes qui poursuivaient leur travail de couverture de l'actualité sur le terrain. Nous nous sommes adaptés à une vitesse inimaginable et avons fait un bond dans la prise en main des outils collaboratifs. La qualité de notre couverture éditoriale a été largement saluée par nos clients. L'AFP a dans ses gènes une capacité à s'adapter aux imprévus pour assurer en toutes circonstances sa mission d'informer, mais l'AFP doit aussi continuer de se transformer en profondeur.

La feuille de route prévoyait des projets structurants pour l'avenir de l'Agence à préparer en 2020, et dont les effets se feront sentir à partir de 2021 et 2022. Il était primordial de continuer à avancer sur ces projets déterminants, en dépit des barrières érigées par la pandémie.

Le défi était de réussir à fédérer le corps social autour de projets tournés vers l'avenir, quand le quotidien de chacun est mis à l'épreuve par la distanciation sociale et le manque de visibilité. De plus, les projets d'envergure comme la nouvelle plateforme de livraison de nos contenus, le projet Futur Siège ou le projet de réorganisation de la Rédaction parisienne nécessitent un niveau d'interaction important avec les équipes et les représentants du personnel. Il était important pour nous de ne pas sacrifier la qualité des échanges et l'esprit collaboratif indispensables à la réussite de ces projets, et je crois que nous avons plutôt bien réussi.

C'est quoi le projet Futur Siège et quels étaient les objectifs pour 2020 ?

Nous avons décidé en 2019 de rassembler sur un même site les équipes parisiennes, réparties aujourd'hui sur deux sites. Au-delà des aspects économiques (ce projet permettra à terme une économie annuelle récurrente de 2,5 M €), c'est un projet très attendu par la Rédaction, et qui doit permettre de traduire dans l'espace de travail la stratégie éditoriale de l'Agence.

L'objectif de l'année était de construire le projet d'aménagement, jusqu'au micro-zoning, pour pouvoir démarrer fin 2020 le processus de consultation des entreprises qui vont nous accompagner, et lancer les travaux en 2021.

En quoi la crise sanitaire pouvait-elle heurter ce projet Futur Siège et comment vous êtes-vous adaptés ?

La crise sanitaire nous a imposé deux défis majeurs : réussir à instaurer un dialogue et une collaboration malgré la distance et réussir à se projeter pour préparer un aménagement dans les locaux à mettre en



œuvre dans de longs mois, alors que l'espace de travail était questionné partout du fait de la crise sanitaire, et l'existence même des bureaux, parfois, remise en cause... A l'AFP, les locaux, et en particulier ceux de Place de la Bourse, participent du sentiment d'appartenance et contribuent à tisser un lien fort entre les collaborateurs. Pour concevoir notre espace de travail de demain, nous nous sommes basés sur des principes directeurs définis en amont du projet et cohérents avec nos valeurs : appliquer l'équité de traitement, à tous les étages, et dans tous les métiers ; veiller à préserver la qualité de vie au travail ; étoffer les espaces communs pour s'isoler ou se réunir quand les espaces individuels se réduisent et se décroissent ; trouver le juste équilibre entre normalisation et prise en compte des spécificités des métiers ; ne pas imposer le flex office, mais offrir cette possibilité aux services qui souhaitent le pratiquer. Ces principes directeurs ont guidé tous les échanges avec les collaborateurs, avec en toile de fond un objectif simple : être en mesure d'expliquer chaque décision prise.

Pensez-vous avoir réussi à mener le projet aussi bien que si la pandémie n'avait pas été là ?

Sur le projet d'aménagement lui-même, il est évident que discuter de plans détaillés par écrans interposés n'a pas été une tâche facile. L'équipe projet a fait un travail remarquable pour répondre aux attentes de chaque service, tenir compte autant que possible des spécificités en restant dans le cadre prédéfini. Je crois que le résultat est satisfaisant : le projet conçu permet de créer des espaces de travail ouverts, propices à l'échange, rationalisés, avec le bon niveau d'adaptation aux différentes situations.

Sur la manière d'envisager les travaux, la pandémie nous a amené à opter pour un schéma de travaux plus court et moins risqué. Le schéma initial consistait à réaliser les travaux en site occupé, sur une durée de 25 mois. Nous avions conscience des difficultés associées aux travaux en site occupé mais n'imaginions pas d'alternative. Le confinement nous a amené à voir les choses autrement : nous allons vider complètement l'immeuble Bourse, faire

les gros travaux en site complètement vide, en se basant pendant 8 mois sur une rotation des équipes sur un tiers des postes et donc un télétravail renforcé. Ce schéma permet de réduire de 12 mois la durée des travaux et d'éviter les nuisances liées aux travaux en site occupé... Nous n'aurions jamais envisagé un tel scénario de télétravail sans la pandémie.

Plus globalement, le projet Futur Siège a été un accélérateur de chantiers qui ont du sens pour l'Agence : modernisation de nos méthodes de travail (numérisation des documents pour tendre vers une culture zéro papier, lancement du chantier de digitalisation de nos processus qui va se faire par étapes et s'étaler sur plusieurs années) et sécurisation des infrastructures de notre système d'information. Sur le plan social, nous avons signé un accord avec nos organisations syndicales sur le télétravail, pour à la fois couvrir les besoins de télétravail renforcé de la période des travaux et se projeter sur le télétravail en temps normal à l'Agence. Cet accord est une avancée sociale, en cohérence avec nos valeurs : chaque collaborateur pourra recourir demain au télétravail, s'il le souhaite, avec plusieurs formules possibles, mais pas plus de deux jours par semaine, pour préserver le lien social qui est précieux à l'AFP.

Avec du recul, le projet Futur Siège a été un remède à la morosité de cette année 2020 : travailler sur un projet qui concerne tous les collaborateurs parisiens, avec un objectif partagé par tous et se projeter dans un horizon suffisamment lointain pour espérer que la crise sera derrière nous quand nous emménagerons a été un vrai levier de cohésion d'équipe.

Nous nous préparons à entrer maintenant dans cette période particulière des travaux qui va encore bousculer nos habitudes. L'objectif 2021 est de tenir la promesse du planning annoncé pour les travaux, et de continuer, en dépit de cette organisation singulière du travail, à mener nos chantiers de transformation de l'Agence.

Des banlieusards masqués se rendent au travail aux heures de pointe du matin à la gare de Shinagawa à Tokyo le 28 février 2020.



27 avril 2020



27 mai 2017

Quelle «vie normale» avec le coronavirus ?

De nouvelles mesures sont adoptées et des pratiques perdurent pour lutter contre la propagation du nouveau coronavirus

Quelle «vie normale» avec le coronavirus ? De nouvelles mesures sont adoptées et des pratiques perdurent pour lutter contre la propagation du nouveau coronavirus	ÉVITER LES GRANDS RASSEMBLEMENTS  Beaucoup de personnes restent isolées, ne participent pas aux grands rassemblements et respectent la distanciation sociale (à au moins 1 m de distance)	DISTANCIATION AU TRAVAIL  Les employés doivent respecter des règles de distanciation. Le travail depuis chez soi (pour ceux qui le peuvent) et la téléconférence restent pratiqués	PORTER UN MASQUE  De nombreux pays imposent ou recommandent l'utilisation d'un masque dans les lieux publics. Peu de gens portent des gants ou des visières	SE DÉPLACER ET VOYAGER  Beaucoup privilégient la marche, les deux-roues, la voiture plutôt que les transports en commun pour les courts déplacements. Les voyages à l'étranger ou longue distance restent exceptionnels
MEILLEURE HYGIÈNE  Désinfection minutieuse et régulière au travail et à la maison. Fortement conseillé de se laver les mains et éviter de se toucher le visage	SERVICES NUMÉRIQUES  Essor du commerce numérique et des services de livraison « sans contact ». Utilisation accrue des applications, médias et services vidéo en ligne	RENFORCER LE SYSTÈME IMMUNITAIRE  Alimentation saine, exercices physiques réguliers et repos sont essentiels pour renforcer système immunitaire et santé mentale. La gym à domicile et les cours en ligne attirent de nouveaux adeptes	ENSEIGNEMENT À DISTANCE  De nombreuses écoles poursuivent l'enseignement en ligne, avec risque de décrochage pour ceux privés de moyens technologiques. L'école à domicile se développe	E-SPORTS ET STADES VIDES  Beaucoup d'événements annulés, reportés ou «ré-inventés». E-sports, vidéo à la demande, sports en salle gagnent en popularité. Les stades à huis-clos sont devenus la norme

© Sabrina Blanchard, Gal Roma, Aude Genet / AFP

AFP



Médecin du travail à l'AFP depuis 2015, Olivia Hicks revient sur cette année où le service médical a été exceptionnellement sollicité depuis les quatre coins du monde.

Quand les premières inquiétudes de collaborateurs sont-elles apparues ?

Nous avons été sollicités dès janvier 2020 par les équipes en Chine pour envoyer du matériel de protection car nous avions des stocks de masques FFP2 puis nous avons suivi à distance, par téléphone, les reporters qui étaient à Wuhan, jusqu'à leur rapatriement dans le sud de la France.

Quelles ont été les premières dispositions mises en place ?

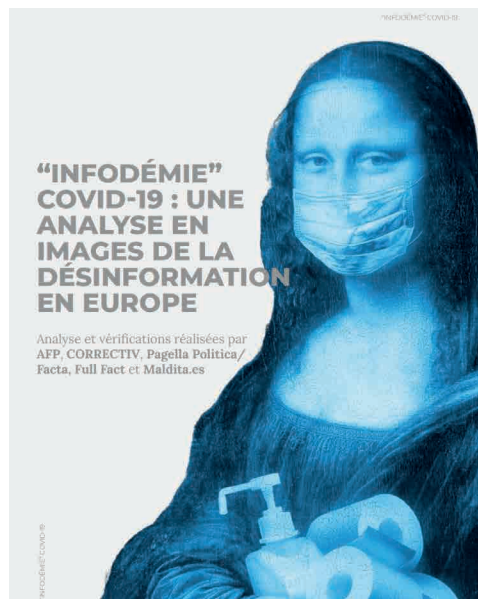
Nous avons participé dès février au groupe « Continuité » avec la Direction générale, les RH, les Achats, les services généraux et techniques et la Communication, qui a permis une coordination très efficace pour gérer cette crise. Le rôle du service médical était central dans la rédaction des protocoles sanitaires, le conseil sur les équipements de protection nécessaires, le suivi des salariés malades, la recherche des cas contacts, la validation du retour au bureau après reportage en zone à risques ou après Covid, et ce dans le monde entier. Les connaissances et recommandations évoluaient en permanence et c'est encore le cas à ce jour. Les infirmières ont été au premier plan pour l'accompagnement des salariés, même lors de leur propre passage en télétravail en confinement. J'ai assuré une permanence sur site tous les matins et étais joignable par téléphone 7 jours sur 7.

Quel(s) enseignement(s) inattendu(s) tirez-vous de cette crise ?

Au Siège parisien, la mise en place du jour au lendemain en mars du télétravail pour lutter contre l'épidémie a permis de se rendre compte que le travail à distance était possible même pour des postes où ça ne semblait pas le cas jusque-là. Même si aujourd'hui la lassitude de mois de travail en distanciel gagne certains, cela permettra à terme une amélioration de la qualité de vie au travail pour beaucoup. De plus, l'application des mesures barrières a permis la quasi-disparition des infections hivernales habituelles.

2020

EN BREF



« Infodémie » Covid-19, un projet symbole de la lutte contre la désinformation

L'AFP, en collaboration avec quatre autres services européens de vérification de médias, a publié une étude sur la désinformation à propos du Covid-19 basée sur 645 fact-checks, provenant de ces organisations. Cet état des lieux révèle les désinformations majeures et récurrentes dans les cinq pays européens les plus touchés par la pandémie en mars et avril 2020.

JournalismAi
FESTIVAL 2020
7-11 DECEMBER

L'AFP au festival JournalismAI

Comment se servir de l'IA pour mesurer les biais et stéréotypes dans les contenus journalistiques, de manière automatisée ? L'Agence a exploré pendant six mois le sujet avec sept autres médias (Reuters, Schibsted, La Nación, Reach PLC, Deutsche Welle, Nikkei, Nice Matin). Le groupe de travail, rassemblé par Polis, un centre de réflexion de la London School of Economics, a présenté ses travaux le 8 décembre 2020.

Le site du groupe de travail : aijoproject.com



Maria Lorente élue au directoire de la SIP

Directrice des bureaux AFP de Buenos Aires et Asuncion, Maria Lorente a été élue au directoire de l'Association de la presse interaméricaine, ayant pour but principal de défendre la liberté de la presse sur le continent américain. Cette nomination vient récompenser le travail de l'AFP dans la région.



Le siège régional Asie-Pacifique de l'AFP se réinvente

Toujours en plein centre-ville, avec sa vue imprenable, le siège de Hong Kong a achevé sa rénovation. Il dispose d'une salle de rédaction plus vaste pour accueillir davantage d'éditeurs texte et de fact-checkers, ses desks sont plus ergonomiques et plus grands pour les éditeurs vidéo, les rédacteurs en chef photo et vidéo sont désormais réunis dans le même bureau, une salle polyvalente avec un espace détente, un studio photo et vidéo, une salle de réunion et, enfin, un espace clos pour les conversations privées et le voicing vidéo.



« Twenty Twenty », le podcast hebdo de l'AFP en immersion

Antoine Boyer, journaliste au bureau AFP de Washington, s'est plongé dans les coulisses de la campagne présidentielle américaine. Entre reportages et entretiens, ce podcast hebdomadaire révèle les interrogations les plus sincères d'un pays divisé. Les 38 épisodes et 2 hors-série en partenariat avec Programme B et Code Source (*Le Parisien*) sont disponibles sur toutes les plateformes de streaming.



© Luis Tato / AFP

Peuls, le nouveau grand angle multimédia de l'AFP

Une équipe tous métiers (texte, photo, vidéo, datavisualisation) de l'AFP est partie à la rencontre de l'un des derniers grands peuples nomades de la planète, pendant plusieurs mois de 2019, au Nigeria, au Mali et au Niger pour raconter l'histoire de ces hommes et ces femmes épris de liberté, ballottés par les grands maux du XXI^e siècle. Plongez dans ce nouveau projet tous médias démontrant une fois encore la force du réseau AFP et la grande qualité de ses journalistes.



L'AFP, en force à Médias en Seine 2020

Cette année encore, l'AFP participe à Médias en Seine, 1^{er} festival international des médias de demain, organisé par franceinfo et *Les Échos*, qui se tient à Paris le 19 novembre pour une 3^e édition 100% virtuelle. Fabrice Fries et Pauline Talagrand interviennent respectivement aux tables rondes *Editeurs : un partenariat avec les GAFA est-il possible* et *Le fact-checking peut-il endiguer la vague de désinformation*, le keynote de Phil Chetwynd explique *Comment une agence mondiale couvre la crise sanitaire*.

L'ANNÉE

VUE PAR...



PATRICE MONTI

DIRECTEUR
COMMERCIAL
ET MARKETING

SUIVRE NOTRE FEUILLE DE ROUTE, MÊME EN PÉRIODE DE CRISE

L'année 2020 restera dans les mémoires comme une année complexe à tous points de vue. Comment l'AFP a-t-elle géré cette situation ?

Effectivement, l'année 2020 a été extraordinaire en tous points pour notre activité. Soudain, il n'y avait plus de règle du jeu quant à notre organisation avec une crise sanitaire qui a complètement bouleversé nos méthodes de travail. Si je ne devais retenir qu'un fait marquant de 2020, c'est la formidable capacité d'adaptation dont a su faire preuve l'Agence dans son ensemble. Et pour la direction commerciale et marketing, c'est l'admirable discipline, dynamisme et résilience des équipes qui n'ont rien perdu en ces circonstances difficiles de leur engagement et de leur focus clients. Nous étions en fait mieux préparés que nous ne le pensions.

Vous réussissez la performance de maintenir votre chiffre d'affaires en 2020 au niveau de 2019 malgré le contexte économique et sanitaire. Comment analysez-vous ce succès ?

C'est effectivement un succès pour l'AFP d'avoir réussi à maintenir son chiffre d'affaires dans un contexte économique et sanitaire si complexe. Je crois que nous le devons simplement à une stratégie commerciale claire que nous nous sommes pleinement attachés à dérouler tout au long de l'année, sans dévier de notre cap.

Nous avons identifié depuis quelques années trois relais de croissance majeurs pour l'Agence : l'image, et plus particulièrement la vidéo, l'investigation numérique et le *corporate* et c'est sur ces axes que nous sommes entièrement concentrés. Si nous pouvons oublier le *corporate* en 2020 où notre développement a connu un arrêt quasi-total dès le mois de mars, les deux autres relais ont joué à plein leurs rôles de stabilisateurs de nos revenus.

Pouvez-vous être plus précis sur ces deux produits et leur développement ?

Bien sûr. En vidéo, nous avons de nouveau connu une croissance à deux chiffres, principalement sur le segment des télévisions. Nous n'avons jamais atteint je pense une telle qualité et une telle diversité dans notre production vidéo – *broadcast, digital* ou *live* – et les clients le reconnaissent clairement. Et ce, dans toutes les régions du monde. Nous avons encore une marge de développement importante sur ce produit pour les années qui viennent.



© Alberto Pizzoli / AFP

En ce qui concerne l'investigation numérique, nous sommes tout simplement devenus le *leader* mondial dans ce domaine. Il est vrai que l'année a été propice aux infox, que ce soit autour du Covid ou d'événements importants comme l'élection présidentielle américaine. L'investigation numérique à l'AFP aujourd'hui, c'est plus de 100 journalistes et une production en 18 langues. Autant d'opportunités pour nos clients médias du monde entier de bénéficier d'une production d'informations vérifiées, souvent virales. Et en profitant de notre savoir-faire dans le domaine, nous avons aussi lancé nos formations à l'investigation numérique. Là encore, nous pensons continuer notre croissance dans les prochaines années.

2020 est-elle une année où l'Agence France-Presse a pu continuer à innover ?

Oui, cela ne s'est pas arrêté à cause de la crise même si nous avons perdu en rapidité pendant quelques mois. Mais dans ce domaine aussi, nous sommes restés extrêmement concentrés sur notre feuille de route.

L'innovation majeure de 2020, c'est bien entendu le lancement d'AFP News, notre nouvelle plateforme de distribution de contenus, qui a vocation à remplacer à terme notre plateforme actuelle, AFPForum. Nous l'avons ouverte commercialement le 24 novembre à nos premiers clients sous la forme d'un MVP (*Minimum Viable Product*) et les développements vont continuer tout au long de l'année 2021.

Nous avons aujourd'hui une production formidable dans tous les métiers de l'Agence et nous devons nous doter d'un outil de distribution qui rendait justice à cette qualité et à cette diversité. C'est chose faite avec AFP News qui offre une formidable expérience utilisateur et une bien meilleure mise en avant

de notre production, sans silo de produits. Cela favorise la « découvrabilité » de nos contenus et donc la consommation de nos clients. Cette innovation technologique s'accompagne d'une innovation commerciale à travers le lancement d'une nouvelle forme de commercialisation proposant des packs de crédits qui permettent d'acheter de façon indifférenciée tous les produits de l'Agence. Vous l'aurez compris, AFP News, c'est pour nous la clé d'une meilleure rétention de nos clients existants et d'une meilleure acquisition de nouveaux clients dans les années qui viennent. Mais nous avons aussi lancé en 2020 une nouvelle version de notre produit live, AFPTV Live, enrichie de nouvelles fonctionnalités ainsi qu'une nouvelle offre à destination de la Presse Quotidienne Régionale en France qui correspond mieux aux besoins de ces clients et que nous avons d'ailleurs co-construite avec eux. Enfin, nous avons continué la digitalisation du département marketing pour accroître sa contribution au développement du chiffre d'affaires et là encore mieux servir la production de l'Agence.

Comment abordez-vous l'année 2021 ?

Avec toute la prudence nécessaire face à une année où tout reste à écrire dans une situation économique qui sera très compliquée mais aussi avec la confiance accumulée en 2020. Ce qui est certain, c'est que nous allons avant tout rester très proches de nos clients et continuer à innover pour eux.

Le JRI de l'AFP Arman Soldin filme une infirmière le 8 avril 2020 dans la nouvelle unité de soins intensifs à l'hôpital Casal Palocco, près de Rome.

DOSSIER

ÉLECTION PRÉSIDENTIELLE AMÉRICAINE



HERVÉ ROUACH
RÉDACTEUR EN CHEF
AMÉRIQUE DU NORD

« *La newsroom de l'AFP a été l'une des rares à Washington à fonctionner en présentiel malgré la pandémie, avec naturellement des mesures sanitaires très strictes.* »

L'élection présidentielle américaine est traditionnellement un sommet de l'actualité mondiale et de l'activité des bureaux d'Amérique du Nord. Mais en 2020, l'événement a pris une dimension supplémentaire du fait du caractère extraordinaire des quatre années de la présidence de Donald Trump et d'un contexte lui aussi sans précédent.

Pandémie, désinformation, violences sociales, tensions raciales avec l'affaire Georges Floyd... Plusieurs problématiques complexes se sont juxtaposées dans un pays divisé et en crise. Elles ont dû être gérées d'un point de vue éditorial mais également d'un point de vue pratique.

Nous avons mobilisé la gamme la plus large des produits de l'Agence pour cette couverture exceptionnelle : une production vidéo extrêmement dense avec notamment des centaines d'heures de direct, une production photo à la hauteur des ambitions de l'Agence, une palette très riche d'angles et de papiers d'explication pour notre couverture texte, les formats multimédia qui en découlent, des infographies fixes et animées, du fact-checking, et même un podcast à titre expérimental !

La pandémie a évidemment pesé sur la campagne. Les candidats ont limité leurs déplacements et leurs activités, surtout Joe Biden qui s'est fort peu éloigné de son fief de Wilmington, dans l'Etat du Delaware, soucieux de donner l'exemple d'une campagne Covid-reponsable. Donald Trump a voulu marquer sa différence, surtout dans les dernières semaines, en arpentant les Etats-clés à coup de meetings qui ont créé la polémique, puisque ses partisans n'y portaient que rarement le masque sanitaire.

Les accès aux candidats étaient restreints à un petit nombre de journalistes et l'AFP a pu bénéficier de décennies d'implantation à Washington et dans les institutions politiques américaines. L'Agence fait partie des « pools de reporters » de la Maison Blanche. Le président des Etats-Unis est suivi en permanence par un photographe de l'Agence et à intervalles réguliers par un de ses deux correspondants texte auprès de la présidence américaine. Un dispositif similaire a été mis en place pour la couverture de Joe Biden.

En 2016, les médias avaient été sévèrement critiqués pour n'avoir pas vu venir la victoire de Donald Trump et n'avoir pas su prendre correctement le pouls de l'Amérique.

En 2020, nous avons fait un effort considérable de déploiement sur le terrain, encore augmenté le nombre de journalistes sur l'ensemble du territoire pour couvrir au maximum l'éventail des opinions, des enjeux, les situations particulières d'un Etat à l'autre, d'une sociologie à l'autre.

Nous avons essayé de raconter l'Amérique dans sa diversité et ses clivages : le socle de l'électorat trumpiste, traditionaliste et religieux ; les électeurs des minorités qui ont joué un rôle déterminant dans l'élection ; les Etats-clés qui avaient basculé côté Trump en 2016 et ont donné cette fois l'avantage à Joe Biden. Sans oublier l'impact de la pandémie, et celui du débat sur les discriminations raciales qui est venu percuter la campagne.

La présence de l'AFP sur le terrain a été massive pendant les primaires, puis dans la dernière ligne droite avant le scrutin du 3 novembre.

Le président américain Donald Trump s'adresse à la presse à l'aéroport international General Mitchell à Milwaukee (Wisconsin), le 2 novembre 2020.
© Brendan Smialowski / AFP



Le candidat Joe Biden, lors d'un discours « drive-in » à Coconut Creek (Floride), le 29 octobre 2020.
© Jim Watson / AFP



Une offre vidéo à maturité

Pour l'AFP, cette campagne présidentielle a aussi été marquée par la nouvelle étape franchie par notre offre vidéo. Elle est désormais mature, compétitive, et bien positionnée par rapport à la concurrence. L'AFPTV a pu proposer des centaines d'heures de direct aux télévisions qui sont ses clientes, qu'il s'agisse d'opérations de vote ou d'événements de campagne.

Mais elle a continué dans le même temps à offrir des coups de projecteurs sur la société américaine grâce à la coordination et aux synergies avec les reporters texte et photo, une intégration entre les métiers qui est la marque de fabrique de l'AFP.

L'Agence a pu aussi tirer profit, par rapport à 2016, d'un réseau de reporters vidéo et de pigistes en plein développement aux Etats-Unis, ainsi que d'accords avec des chaînes américaines, ce qui permet un maillage complet du territoire.

Une nuit électorale traditionnelle

Sur le terrain, les reporters de l'AFP ont pris les plus grandes précautions sanitaires pour se protéger du Covid-19. La règle est de porter les équipements de protection, d'éviter autant que possible les lieux fermés propices aux contaminations et de réaliser un test au retour de mission. Beaucoup de journalistes ont été volontaires pour partir en reportage et l'Agence a pu atteindre un niveau très élevé de production sur le terrain.

Au bureau, la règle du volontariat s'applique également en ces temps de pandémie. Mais nous voulions que la soirée électorale du 3 novembre soit la plus proche possible de ce que nous faisons habituellement, préserver la cohésion indispensable pour réussir la couverture des grands événements. La *newsroom* de l'AFP a ainsi été l'une des rares à Washington à fonctionner en présentiel malgré la pandémie, avec naturellement des mesures sanitaires très strictes. Les journalistes ont dû se faire tester dans les jours précédents, ont porté des masques de haute protection FFP2 pendant toute la soirée, ont respecté la distanciation physique...

Un podcast format *making-of* a été produit pendant cette soirée afin de faire vivre aux auditeurs la fièvre de la soirée électorale américaine dans une salle de rédaction.



Hervé Rouach donnant ses dernières consignes dans la *newsroom* de Washington lors de la nuit de l'élection présidentielle, le 3 novembre 2020.

Twenty Twenty

Il s'agissait d'un numéro hors série du podcast Twenty Twenty, parti d'une idée d'Antoine Boyer, journaliste au desk francophone du bureau de Washington.

Tout au long de l'année 2020, **l'AFP a proposé un épisode hebdomadaire de ce podcast pour raconter l'Amérique en campagne.**

Une aventure professionnelle passionnante et enrichissante car l'AFP n'avait pas d'expérience récente dans le domaine de l'audio.

Le podcast a développé un thème de la campagne chaque semaine, principalement en format reportage, en faisant appel régulièrement à des journalistes de l'AFP pour leur analyse ou leur éclairage.



Le fact-checking

Après l'élection américaine de 2016 et ses problématiques liées à la désinformation, il était apparu qu'on ne pourrait pas couvrir l'élection de 2020 sans une forte compétence fact-checking.

La dimension de la désinformation via les réseaux sociaux est désormais présente dans les processus électoraux de toutes les grandes démocraties.

Elle a pris une ampleur particulière aux Etats-Unis avec la présence de Donald Trump à la Maison Blanche, puisqu'il a été accusé à de nombreuses reprises de diffuser des informations fausses, relayées par ses supporteurs, et d'alimenter des théories du complot. Dans ce domaine, la production de l'AFP aux Etats-Unis a pu profiter de l'apport d'une équipe de sept journalistes se consacrant principalement, dans le cadre d'un accord entre l'AFP et Facebook, à traquer les fausses informations qui circulent sur les réseaux sociaux aux Etats-Unis. Des accords de ce type existent dans de nombreux pays et l'AFP est au premier rang des médias de référence participant au programme de vérification et de signalement des fake news initié par Facebook.

Intimement liée aux réseaux sociaux, la présidence de Donald Trump, dont le compte Twitter est devenu un outil de gouvernement, a baigné dans une atmosphère de défiance à l'égard des médias traditionnels comme de complaisance à l'égard d'informations non-vérifiées. Mais tout ce qui mijotait depuis quatre ans autour de la désinformation et des thèses conspirationnistes a littéralement explosé après le 7 novembre, lorsqu'a été annoncée la victoire de Joe Biden. Donald Trump a convaincu une partie de ses supporteurs que l'élection lui avait été volée, qu'une fraude à grande échelle avait eu lieu, ce qui a accentué les divisions et la violence. Celle-ci a bien sûr culminé le 6 janvier avec les événements du Capitole.

Le fact-checking s'est donc imposé comme un format éditorial indispensable, surtout dans ce genre de séquences électorales. Mais la désinformation est aussi devenue un enjeu industriel pour les grands réseaux sociaux, comme Twitter et Facebook qui se sont rendus compte qu'il fallait agir et sévir de façon beaucoup plus déterminée contre les utilisateurs qui propagent ces théories, et donc in fine contre Donald Trump, désormais muselé par Twitter et Facebook. Usage des réseaux sociaux et désinformation, toute la présidence Trump, du premier jour à la toute dernière heure, a été une période à la fois historique, surprenante, totalement déstabilisante pendant laquelle nous avons dû complètement repenser nos façons de travailler.



Human error in Michigan county vote tally sparks claims of election fraud

Louis Boudoin-Lucman, AFP USA

Publié le 17 novembre 2020 à 10:20



**Retrouvez
sur AFP.com la
version enrichie
du rapport
d'activité 2020**

FOCUS

BREXIT: DEAL OR NOT DEAL?



**FRANÇOISE
MICHEL**
DIRECTRICE
DU BUREAU
DE BRUXELLES

Le feuilleton des négociations post-Brexit depuis mars jusqu'à l'annonce d'un accord commercial entre Britanniques et Européens à la veille de Noël a été une œuvre collective des bureaux de Londres et de Bruxelles, avec un engagement total de tous les métiers et dans toutes les langues. A Bruxelles, nous étions tous persuadés qu'il y aurait un deal. Mais quand ? « That was the question ».

Notre organisation a permis de suivre les rencontres des négociateurs en chef, Michel Barnier et David Frost, au gré des aléas des pourparlers. Par chance, la représentation britannique comme le Berlaymont, siège de la Commission européenne, étaient proches du bureau. Photographes et JRI de l'AFP y montaient la garde, guettant les sorties et les arrivées de Frost et Barnier dans l'espoir de recueillir la petite phrase qui donnerait le ton de la journée.

Le but de ces rendez-vous au sommet était de faire émerger un compromis... ou le plus souvent de constater une impasse sur l'un des innombrables points sur lequel butaient leurs équipes, fortes de plus de 100 experts de chaque côté.

Le Brexit a nécessité un important travail de recoupage de sources (britanniques, européennes, diplomatiques, parlementaires). Le tout dans un climat de spin et de rumeurs intenses avec le risque de partir sur de fausses pistes. En mars, au début des négociations, nous fonctionnions par mail avec le bureau de Londres. Puis, très vite, la création d'un groupe WhatsApp s'est imposée pour être en liaison constante.

Régulièrement, le bureau de Berlin était mis dans la boucle car l'Allemagne, qui occupait la présidence tournante de l'Union européenne, pesait de tout son poids pour arracher un accord. Pour Angela Merkel, un « no deal », qui aurait terni le bilan de sa présidence, était la pire des hypothèses.

Le sujet éminemment politique de la pêche a bloqué les discussions pendant des semaines et fait courir le risque d'un échec jusqu'au dernier jour. Avant le divorce, Belges, Français ou Néerlandais pêchaient depuis des lustres dans les eaux britanniques mais le Brexit a redistribué les cartes, le Royaume-Uni faisant du contrôle de ses eaux un symbole de sa souveraineté retrouvée. Et il en a fait une arme pour peser sur des Etats européens qui refusaient de sacrifier leurs pêcheurs à un accord de commerce avec Londres.

La force du réseau de l'Agence a joué à plein. Quand nous apprenions qu'une proposition était sur la table sur cette question hypersensible, nous alertions les bureaux AFP des Etats pêcheurs (Pays-Bas, Danemark, France, Belgique...) pour confirmation ou démenti.

A Paris, nous avions des contacts étroits avec les journalistes spécialisés du service économique au fait des méandres de ce marchandage avec leurs sources ministérielles et professionnelles. Sans oublier ceux de l'Elysée, car Emmanuel Macron suivait de près la recherche d'un accord qu'il appelait de ses vœux mais « pas à n'importe quel prix ».

Notre proximité avec de nombreuses sources à Bruxelles a aussi été déterminante. Nous avions accès à une dizaine de représentations des 27 Etats membres, ce qui nous permettait de suivre les pourparlers. Une source haut placée proche de la présidente de la Commission, Ursula von der Leyen, et une autre qui suivait au quotidien les tractations se sont révélées cruciales. Michel Barnier informait régulièrement le Parlement européen ainsi que les ambassadeurs des Vingt-Sept à huit clos, avec là encore autant de possibilités de récupérer des infos.

Les dates butoirs n'ont jamais été respectées par Londres ni par Bruxelles, mais à aucun moment, même ceux d'extrême tension, il n'a réellement été



Des membres du personnel enlèvent le drapeau du Royaume-Uni du bâtiment du Parlement européen le 31 janvier 2020.

envisagé que l'une ou l'autre partie jette l'éponge. Au bureau, le scénario noir d'un « deal » à l'arraché le 30 décembre, voire le 31, hantait les esprits, alors que les leaders européens comme britannique, se vantaient haut et fort de pouvoir se passer d'un accord.

La dernière ligne droite du mois de décembre fut éprouvante pour tous : journalistes, négociateurs comme diplomates étaient épuisés par cette saga sans fin. La semaine comme les week-ends, il nous fallait écrire sur les moindres soubresauts, les menaces d'échec ou les déclarations impétueuses de l'un ou l'autre.

Creusement de méninges à Londres comme à Bruxelles pour qu'une histoire ressassée *ad nauseam* suscite toujours de l'intérêt.

Dans la dernière ligne droite, les désaccords ont été réglés au plus haut niveau, directement entre Boris Johnson et Ursula von der Leyen, surveillée de près par Angela Merkel et Emmanuel Macron. La nuit du 23 au 24 décembre devait être l'ultime séquence de négociations. Dave Clark, l'adjoint du bureau, et le journaliste Clément Zampa ont assuré la veille.

A une heure du matin, nous avons su que ce ne serait pas pour cette nuit-là. Une autre équipe a pris le relais tôt le lendemain.

Une rumeur a commencé à courir, celle d'une prolongation pour une nouvelle nuit... Et aussi la crainte d'une interruption pour la trêve de Noël, avant une reprise le 26 décembre...

L'accord « historique » a finalement été trouvé dans l'après-midi du 24 décembre, confirmé avant l'annonce officielle par nos sources : l'émoji d'un pouce levé et un « oui » lapidaire, suscitant un énorme ouf de soulagement de part et d'autre de La Manche !

Une dizaine de papiers, préparés de longue date, à Bruxelles, Londres mais aussi à Paris par la Documentation ont déferlé sur le fil tandis que l'Europe applaudissait ce dénouement aux forceps.

Boris Johnson a brandi l'accord de 1 200 pages le 24 décembre au soir dans une intervention télévisée. Nettement plus sobres, Ursula von der Leyen et Michel Barnier ont donné une conférence de presse. « The clock is no longer ticking », a enfin pu annoncer le négociateur européen, une allusion à sa formule rituelle « the clock is ticking » qu'il s'était plu à répéter pendant 10 mois.

Nous étions remobilisés pour le 31 décembre à minuit... mais il ne s'est strictement rien passé à Bruxelles. Aucun tweet, aucune déclaration pour dire au revoir à « nos amis britanniques ». L'Union européenne donnait le signal qu'une page était tournée et que le Brexit était derrière elle.

Pour cette soirée historique, une couverture massive avait été déployée au Royaume-Uni mais aussi en France, comme à Lille, Calais ou Paris, pour suivre les nouvelles aventures du pays divorcé. Une première dans la longue histoire de la construction européenne.

Les Européens, quoi qu'ils en disent, sont loin d'en avoir fini avec le Brexit.

Les Britanniques vont tester les lignes rouges du nouveau traité, bien décidés à éprouver la résistance et l'unité des Vingt-Sept.

Et, si le Brexit ne tient pas ses promesses, la perspective d'un retour du Royaume-Uni dans le giron européen pourrait ne pas être une chimère... si le Royaume comme l'Union ne se sont pas désintégré d'ici là.

DOSSIER

CORONAVIRUS



**SOPHIE
HUËT**

RÉDACTRICE EN CHEF
CENTRALE

2020, l'année où l'impossible est devenu possible. Un quotidien de science-fiction, un monde en hibernation prolongée, privé des contacts humains, paré de nouveaux réflexes masqués et savonnés, aguerri aux sigles banalisés : Covid, PCR, ARN...

Comme un lent tsunami, la pandémie a envahi la planète, dans une progression extraordinairement documentée par la rédaction de l'AFP, à hauteur humaine, avec des mots, des visages, jaillissant de milliers de reportages, en texte, photo et vidéo. Il fallait être sur le terrain pour surmonter la sidération, donner à voir, à comprendre, ouvrir des fenêtres sur nos vies sous cloche. Montrer les villes désertées, incarner la solitude des malades sous respirateur, témoigner du dévouement des soignants épuisés et de l'absence des défunts partis sans adieux. Nos reporters ont complété leur équipement de masques FFP2, lunettes de protection et gel hydro-alcoolique.

Durant des mois, l'incertitude, l'horreur, le néant ont surgi partout : de Wuhan, épice de la silencieuse pandémie, jusqu'à la petite ville de Codogno, en Italie, jusqu'à Manaus, au cœur de l'Amazonie. Ouvrant aussi de vastes espaces à tous les complotistes, à tous les autoritarismes. A tous ceux qui préfèrent la communication et la propagande à un journalisme libre et indépendant. Partout nos reporters ont témoigné aussi d'extraordinaires histoires de lutte, de résilience, de créativité et de solidarité : les applaudissements à 20h aux balcons du monde, les paniers de collecte de victuailles à Naples, le foot sur le toit à Dacca, les étreintes sous film plastique à Sao Paulo... Il a fallu raconter aussi le sport à l'arrêt, avec ses avatars de supporters dans des stades vides. Et toujours en s'appuyant sur les faits, sur des sources recoupées et dignes de confiance face à la déferlante de la désinformation.

Nos journalistes spécialistes de la santé accomplissent un inlassable travail d'explication et de décryptage sur le virus et la course aux vaccins. Notre réseau mondial (96 fact-checkers) a écrit plus de 2 400 articles en 18 langues démontant les infos liées à la pandémie. Jour après jour, nos datajournalistes mesurent grâce à leurs bases de données la progression de l'épidémie et des vaccinations, expliquée au fil de dépêches, en vidéo et en infographie. Grâce à tous nos bureaux et à nos spécialistes de l'économie, l'implacable crise provoquée par cet invisible virus s'est rapidement dessinée : effondrements et mutations accélérés au profit des géants de la technologie, fractures sociales et inégalités amplifiées. Un héritage laissé à une jeunesse déjà déboussolée par la crise depuis longtemps annoncée du réchauffement climatique.

L'AFP s'est convertie au télétravail en un clin d'œil. Envoyer une alerte en pyjama est devenu banal. Chacun dans son salon, dans un coin de chambre, seul au bureau ou avec de rares collègues, tous masqués, pour aboutir collectivement à une couverture solide, puissante, déjà primée, basée sur les faits et le terrain. Jamais, depuis la Seconde Guerre mondiale, un seul sujet n'avait monopolisé l'actualité mondiale aussi longtemps. S'insinuant partout, le virus a aussi attaqué nos résistances et notre endurance professionnelles. Nous ne sommes pas immunisés non plus contre la peur, la fatigue, le stress, l'isolement pour certains. Pas de solution magique, mais une attention redoublée et une assistance psychologique désormais à la disposition de tous. Jamais les contacts informels, les échanges entre collègues n'ont paru aussi essentiels à notre équilibre personnel et à la richesse du débat rédactionnel. Jamais notre travail n'a paru aussi vital pour relier les humains. Jamais, face à tant d'incertitudes, l'humilité n'aura autant guidé notre métier.



Leo Ramirez, JRI à Wuhan

« Nous étions l'un des rares médias sur place (à Wuhan). C'était une grande responsabilité pour nous. Chaque jour nous sortions de l'hôtel sans savoir ce que nous allions voir. C'était vraiment au jour le jour. »

Après sa quarantaine à Carry-le-Rouet : « Nous avons pu voir beaucoup de choses : le plus triste et le plus courageux dans cette épidémie, je suis triste d'être ici maintenant, si loin de ce qui se passe là-bas. Je suppose que c'est le processus et je comprends que nous ayons dû partir, en tant qu'équipe et je suis heureux que moi et mon équipe, nous soyons tous en sécurité. »



Tom Little, journaliste à Stockholm

« Nous avons dû apprendre à travailler avec des contraintes sanitaires – en gardant nos distances avec les personnes interrogées, en portant des masques et en désinfectant méticuleusement notre matériel photo. La Suède n'a jamais été confinée, alors – par moments – la vie nous semblait presque normale. Mais les mesures supplémentaires nous rappelaient toujours à quel point la situation était grave. »



Sébastien Bozon, photographe à Mulhouse

« Le réel, c'est quand on se cogne » disait Lacan ; pour moi, avec la Covid, ce fut quand j'ai vu pour la première fois un patient évacué par hélicoptère, branché, perfusé et entouré de soignants équipés de la tête aux pieds de mesures de protection.

Dans la peur d'être à son tour touché par le virus et avec des mesures de protection drastiques à suivre, il fallait chaque jour négocier des autorisations, trouver des contacts, organiser des reportages afin de donner à voir un large panorama des effets de cette pandémie. »



Miguel Medina, photographe à Milan

« Je couvrais les défilés de mode à Milan quand tout a commencé. J'ai dû me rendre dans la petite ville de Codogno, où les premiers cas ont été identifiés. Puis Bergame, les hôpitaux, les services de soins intensifs et de réanimation. C'est perturbant/troublant de demander l'âge des patients intubés et de s'entendre répondre 52 ans, mon âge. Mais tu fais ton métier, avec double-masque, gants, ...

Les Italiens du Nord étaient étonnamment très disciplinés, strictement confinés à Milan pourtant si dynamique comme dans les petits villages. Pas de match de foot, pas de restaurant. Je passais trois heures chaque soir sur WhatsApp avec mes amis du monde entier. Les autoroutes étaient vides, aucun bouchon. Le seul point positif : il était très agréable de conduire. »



Catherine Triomphe, directrice du bureau de New York

« New York était synonyme de foules, d'embouteillages, de spectacles, d'effervescence. Effarés par le record de morts au printemps, la capitale économique américaine est depuis comme en hibernation. Retrouvera-t-elle son énergie légendaire ? Beaucoup y croient, même si cela pourrait prendre du temps... »



Laurent Thomet, coordinateur de la couverture de Pékin depuis Saint-Germain

« En tant que journaliste, tu as envie d'être proche de l'action, c'était donc frustrant d'être si loin de mon équipe à Pékin. Mais grâce à la technologie, nous avons pu rester en contact étroit. Je suis fier de leur travail. »



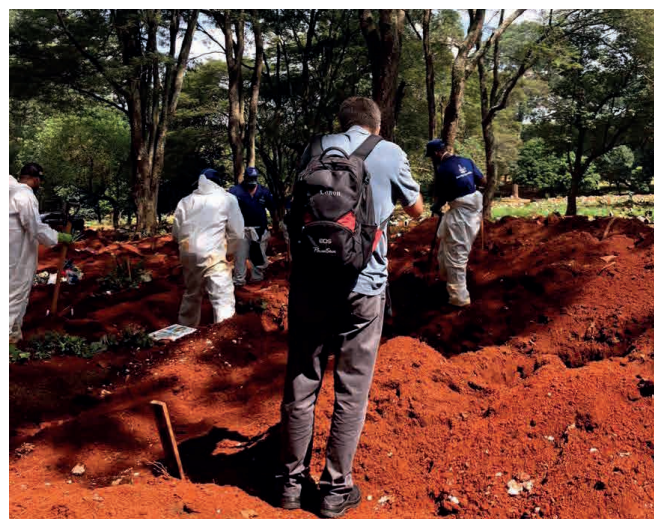
Autoportrait du photographe Jim Watson dans la James Brady Press Briefing Room, la salle de presse de la Maison Blanche, le 9 avril 2020, à Washington (Etats-Unis).



La journaliste Daphné Rousseau et le JRI Colin Bertier avec un patient infecté par le Covid-19 à l'hôpital Lariboisière AP-HP (Assistance Publique - Hôpitaux de Paris) à Paris (France), le 27 avril 2020. © Joël Saget / AFP



Autoportrait au téléphone portable réalisé le 9 avril 2020 de la photographe Lillian Suwanrumpha portant un équipement de protection après avoir couvert un reportage de Covid-19 à Bangkok (Thaïlande).



Le photographe Nelson Almeida au cimetière de Vila Formosa, dans la banlieue de Sao Paulo (Brésil), le 31 mars 2020. © Paula Ramon / AFP



Le JRI Tom Little interviewe Sergio Brusin, expert principal des opérations de réponse et d'urgence au Centre européen de prévention et de contrôle des maladies (ECDC), le 27 mars 2020 à Solna (Suède). © Jonathan Nackstrand / AFP



Le JRI Raphael Ambasu à Nairobi (Kenya), le 28 mai 2020. © Céline Cléry / AFP



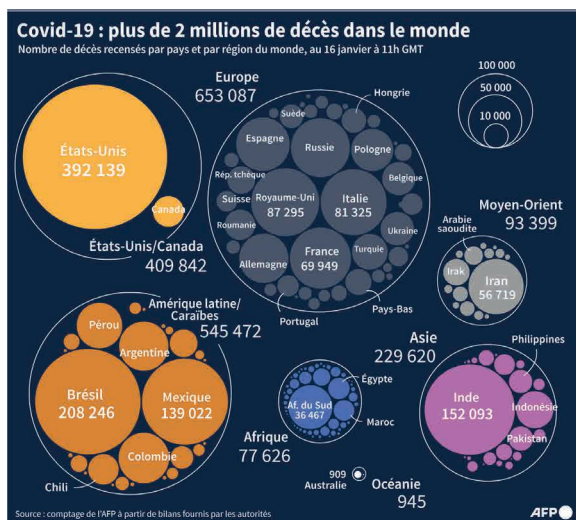
Pascale Trouillaud, directrice du bureau de Rio

« L'AFP-Brésil vit une situation surréelle avec ses trois bureaux fermés depuis 10 mois et absolument aucune perspective de réouverture en pleine 2e vague et avec 218 000 morts du coronavirus. Je n'ai pas vu mon équipe depuis... mars 2020. Notre défi quotidien : continuer de couvrir l'actualité de cet immense pays comme si nous étions dans des conditions normales. »



Paul Ricard, journaliste Santé/Médecine à Paris

« En arrivant à la rubrique santé/médecine en 2017, je me suis dit : "Il y aura moins d'actu chaude, ça laissera plus de temps pour des sujets froids." Quel flair !... Plus sérieusement, avec la cellule Covid-19 du service Société, nous vivons depuis un an une expérience professionnelle unique : raconter la science en train de s'écrire sous nos yeux. Incroyable d'avoir à la fois couvert l'apparition d'une maladie inconnue de l'humanité et la mise au point de ses vaccins. C'est certes tout nouveau, mais cela implique de coller plus que jamais aux bonnes vieilles règles du journalisme d'agence. Faits, précision, équilibre. Ne pas s'emballer, ne pas minorer. Covid ou pas, c'est d'ailleurs ce qu'exige la couverture du domaine de la santé, sans doute plus qu'aucune autre. Mal couvrir les questions de santé – maladies et recherche de traitements –, c'est risquer de provoquer autant de peurs infondées que de faux espoirs. »



Julie Charpentrat, journaliste fact-checking à Paris

« L'autre virus, c'est la désinformation. Hasard du calendrier, j'ai commencé le fact-checking santé en janvier 2020. Le baptême du feu a été rapide et intense. Depuis un an, ma vie professionnelle, c'est 100% infox Covid. Le flot est continu mais malgré la lassitude parfois, il ne faut pas lâcher. Pour moi, c'est une question de santé publique. »



Alain Bommenel, chef du service Infographie et Innovation

« Alimentées par nos bureaux à travers le monde, gérées par une petite équipe de data journalistes à Paris, les bases de données Covid-19 ont été au cœur de la couverture sur la pandémie, permettant de produire, jour après jour, bilans et cartes semi-automatisées, tendances et éléments d'analyse, data-visualisations et séquences vidéo. »

FOCUS

NAGORNY-KARABAKH : DEPUIS LA LIGNE DE FRONT



**MICHAEL
MAINVILLE**

DIRECTEUR
DU BUREAU
DE MOSCOU

Le conflit du Haut-Karabakh opposant l'Arménie et l'Azerbaïdjan couvait depuis des décennies, jusqu'à ce qu'il explose à l'automne 2020. Les journalistes de l'AFP étaient sur le terrain durant six semaines pour couvrir les violents combats et les conséquences de cette guerre.

Comment ce conflit apparemment gelé au Karabakh s'est-il soudain transformé en guerre ?

En juillet 2020, des affrontements impliquant des tirs d'artillerie ont eu lieu pendant quatre jours aux frontières nord de l'Arménie et de l'Azerbaïdjan. C'était le premier affrontement majeur depuis plusieurs années, donnant une première indication que ce conflit entre les deux pays démarrerait peut-être de nouveau. Au moins 17 personnes ont été tuées, dont plusieurs commandants militaires azerbaïdjanais.

A cet instant, nous ne savions pas qu'un conflit beaucoup plus important se préparait. Le conflit du Karabakh était gelé depuis près de trente ans. L'Azerbaïdjan investissait des sommes énormes dans le développement d'une armée moderne, mais les séparatistes du Karabakh, soutenus par l'Arménie, avaient passé des décennies à construire leurs défenses.

Nous ne nous attendions certainement pas à ce qu'une véritable guerre éclate du jour au lendemain, comme ce fut le cas quelques mois plus tard.

Comment avez-vous réussi à déployer des journalistes dans cette zone de guerre en si peu de temps ?

La seule façon de couvrir correctement un conflit est d'être présent sur le terrain. Couvrir une zone de guerre est toujours un défi humain et logistique, mais cette fois-ci, nous avons également dû faire face à la pandémie du Covid-19. Dans les 24 heures suivant le début du conflit, nous avons envoyé une première équipe depuis Moscou composée d'un journaliste texte, d'un reporter photo et d'un JRI. Ils se sont d'abord rendus à Erevan. Et après avoir obtenu les accréditations et passé des tests Covid, ils ont conduit pendant 10 heures sur des routes de montagne pour se rendre à Stepanakert, la ville principale du Karabakh. On a rapidement compris à quel point la couverture de ce conflit allait être dangereuse. Peu après leur arrivée au Karabakh, notre équipe a été prise sous des frappes azerbaïdjanaises sur la ville de Martuni, une roquette explosant à seulement 50 mètres de leur voiture, faisant sauter ses vitres. Notre équipe n'a pas été blessée, mais cela a été le cas pour des journalistes d'autres médias lors des frappes, dont un reporter et un photographe du *Monde* qui ont dû être évacués.

Nous avions besoin de davantage de journalistes sur le terrain pour couvrir le conflit, y compris du côté azerbaïdjanais, mais nous étions confrontés à des restrictions de voyage en raison de la pandémie. Et il était clair qu'il nous fallait des reporters de guerre expérimentés. En lien avec Paris, nous avons constitué des équipes de journalistes qui pouvaient se rendre dans la région et qui avaient l'expérience nécessaire pour évoluer dans un environnement hostile. Au total, l'AFP est la seule agence à avoir déployé sur le terrain depuis Moscou, Paris, Istanbul, Athènes et Beyrouth plus de 15 reporters texte, photo et vidéo.



Chronologie des principaux événements du conflit dans l'enclave disputée du Nagorny-Karabakh.
Sophie Ramis, Gal Roma, Romain Allimant / AFP

Comment l'AFP s'est-elle organisée sur place étant donné l'intensité des frappes ?

Les combats ont débuté le 27 septembre et se sont poursuivis jusqu'au cessez-le-feu conclu le 9 novembre. Ces six semaines ont été très intenses pour nos équipes. L'accès au front était très difficile et la ville de Stepanakert faisait face à de lourds bombardements des forces azerbaïdjanaises. La journée, nos équipes partageaient réaliser reportages et interviews tout en étant sous la menace constante de tirs d'artillerie et de roquettes. Les drones azerbaïdjanais, dont ils entendaient le bourdonnement, étaient particulièrement terrifiants. Ils passaient ensuite la nuit dans des abris souterrains, essayant de dormir malgré le bruit des bombardements. Nous avions une autre équipe près de la ligne de front du côté azerbaïdjanais. Ils couvraient les zones qui étaient sous le feu du Karabakh, comme dans la ville de Ganja, où ils sont arrivés peu après une frappe alors que des sauveteurs fouillaient les débris d'un immeuble d'habitation à la recherche de survivants. Nos autres journalistes étaient déployés à Erevan, où nous avons réussi à obtenir une interview du Premier ministre arménien au plus fort des combats, à Bakou, capitale de l'Azerbaïdjan, et à Tbilissi, capitale de la Géorgie, pour recueillir des informations officielles. L'équipe basée à Moscou gère la rédaction et l'édition des dépêches, le choix et les légendes des photos, le montage des vidéos, le tout en assurant la coordination avec les journalistes sur le terrain et Paris. Tout le monde a travaillé incroyablement dur, mais ce sont les journalistes sur le terrain qui m'ont particulièrement impressionné. Ils ont réalisé des reportages dans des conditions

difficiles, tout en faisant des choix sous pression, mesurant si les risques pris en valaient la peine pour raconter telle ou telle histoire. Communiquer avec l'équipe était également compliqué : les réseaux des téléphones portables étaient souvent coupés et nous devions faire attention aux appels par satellite qui auraient pu être utilisés pour cibler l'équipe. C'était un vrai soulagement quand nous pouvions leur parler.

Sur cet zone de conflit, comment avez-vous fait face à cet autre stress généré par la pandémie ?

La pandémie a ajouté une complexité supplémentaire difficile à gérer. Elle a eu un lourd impact sur la logistique de cette mission : vols, transit, tests sur place, transport, contacts, etc. Nous avons dû nous organiser pour que l'équipe puisse rester concentrée tout en respectant les règles sanitaires. Les journalistes ont dû subir des tests PCR dès leur arrivée à l'aéroport. Dans la plupart des cas, ils ont pu se rendre sur le front dans un délai d'environ 12 heures. En plus des gilets pare-balles, casques et équipements de communication dont nous avons habituellement besoin dans les zones de conflits, nous devions nous assurer qu'ils disposaient de suffisamment d'équipements de protection individuelle difficiles à trouver sur le terrain.

La distanciation sociale et le port du masque n'ont pas toujours été faciles à respecter. Comment garder 2 mètres de distance dans des tranchées avec des soldats ou dans des abris bondés avec des civils ? Des membres de l'équipe ont contracté le Covid et plusieurs ont été contraints de rester en quarantaine sur place alors qu'ils auraient dû rentrer chez eux après une mission éprouvante.



© Aris Messinis / AFP

Une femme porte son enfant dans un abri en sous-sol de la ville historique de Shusha, le 8 octobre 2020, à une quinzaine de kilomètres de Stepanakert, la capitale de la province contestée du Haut-Karabakh.



© Alexander Nemenov / AFP

Un homme passe devant une maison en feu dans le village de Charektar, près de la ville de Kalbajar, le 14 novembre 2020, pendant le conflit militaire entre l'Arménie et l'Azerbaïdjan sur la région séparatiste du Haut-Karabakh.

Après le cessez-le-feu, la situation est restée tendue et instable pendant de nombreux jours. La population a protesté contre les autorités arméniennes, les accusant d'avoir cédé. Comment avez-vous couvert les conséquences de cette guerre ?

Le cessez-le-feu du 9 novembre a été une surprise, nous sommes restés éveillés toute la nuit pour garantir sa couverture alors que des manifestations éclataient à Erevan. Même après la fin des combats, il était important pour nous de rester sur place aussi longtemps que possible, pour continuer à montrer l'impact humain des événements.

L'AFP a été l'un des seuls médias à rester à Stepanakert du début à la fin du conflit et même bien après. Durant plusieurs semaines, l'Arménie a rétrocédé 3 districts à l'Azerbaïdjan et nous sommes restés jusqu'au dernier, capturant, en images notamment, l'entrée des soldats azerbaïdjanais dans les districts. La présence de nos équipes multimédia sur place signifiait que nous étions toujours en mesure de couvrir ces instants. Nos journalistes ont recueilli des témoignages émouvants de personnes ayant dû abandonner leurs maisons par familles entières, emmenant même leur bétail. Nous avons aussi produit des images saisissantes de ces gens préférant brûler leurs maisons plutôt que de les laisser tomber entre les mains de l'Azerbaïdjan.

La couverture de cette guerre a une fois de plus montré la qualité et la réactivité du réseau mondial de l'AFP.

La qualité de cette couverture a été le résultat d'une formidable mobilisation de l'Agence. Nous avons pu déployer suffisamment de ressources sur le terrain, ce qui nous a permis de produire une couverture de grande qualité même dans les conditions les plus extrêmes.

Si vous voulez que les gens s'intéressent à une histoire, surtout une histoire compliquée comme le conflit du Haut-Karabakh, vous devez leur donner l'occasion de se plonger dans les situations que la population vit sur place, de saisir le côté humain derrière les mots et les images. Comment vous sentiriez-vous si votre maison se retrouvait sous le feu des attaques, si vous deviez l'abandonner ? Que feriez-vous si vous étiez à leur place ? Le meilleur journalisme consiste à transmettre des faits et de vraies émotions, à donner aux gens une compréhension de ce qui se passe vraiment.

Être reporter de guerre exige force et ténacité. Nous savions que nous pouvions faire confiance aux journalistes de l'AFP déployés, à la fois pour gérer les risques et pour produire des images et des contenus uniques depuis le lieu où l'histoire était en train de s'écrire.

L'AFPTV

FAIT LA COURSE EN TÊTE



**JULIETTE
HOLLIER-
LAROUSSE**

DIRECTRICE D'AFPTV

L'AFP est fière d'avoir décroché le prix de la meilleure agence de l'année lors de la seizième édition des AIB Media Awards en novembre de l'année dernière. Cette distinction est le résultat du travail exceptionnel des JRI de L'AFPTV partout dans le monde, en cette année si particulière.

Quel bilan dressez-vous de 2020 ?

2020 a été une année à la fois éprouvante et enrichissante.

Au début de l'année, nous nous étions fixé trois objectifs : amplifier la dynamique de croissance engagée depuis plusieurs années, réaliser une couverture optimale de la campagne présidentielle américaine avec plus de moyens et des équipes plus nombreuses que lors de la précédente et nous distinguer lors des grands rendez-vous sportifs de l'année, les jeux Olympiques et l'Euro de football en tête.

Nous avons prévu parallèlement de poursuivre notre travail sur la qualité éditoriale de notre production, avec le renforcement de notre réseau et de notre présence sur le terrain. Nous avons aussi la volonté de proposer une variété toujours plus grande de contenus dans différents formats, de la *breaking news* aux reportages en passant par des magazines, des archives et des portraits.

Dès février, le choc de la pandémie a réécrit notre scénario : très forte tension du marché pour nos clients, une campagne présidentielle américaine réduite à son strict minimum, les grands rendez-vous sportifs annulés, une multitude d'événements annulés ou reportés sans date.

Faire notre métier de journaliste en 2020 est devenu du jour au lendemain un défi humain, éditorial, technique et logistique. Nous avons fait face et mieux que cela : notre engagement sur le terrain nous a valu la fidélité de nos abonnés et la reconnaissance de nos pairs.

Comment l'AFPTV s'est-elle organisée face à cette crise soudaine ?

Nos équipes ont été en tous points incroyables : elles se sont adaptées en un temps record à une situation jamais vue. Nous avons pu disposer d'accès techniques pour continuer nos activités de production en télétravail quand personne ou presque ne pouvait avoir accès aux locaux. Nous nous sommes efforcés de maintenir une écoute et un dialogue entre nous malgré les distances pour faciliter la gestion des impacts personnels et professionnels de cette crise. Le but était que chaque collaborateur ait les moyens de travailler de la façon la plus sereine possible.

Nous avons dû faire avec quantité de limitations : comment raconter des histoires humaines alors que la population est confinée et les possibilités de rencontres limitées ? Il fallait aller plus loin que les images certes saisissantes de villes aux rues désertées. Nous avons détaillé des procédures sanitaires strictes pour aller à la rencontre des personnes, privilégiant les interviews à l'extérieur quand cela était possible, utilisant les perches plutôt que les micros au poing, adoptant l'usage des nouveaux outils de messagerie vidéo quand l'interview en présence n'était pas possible.

L'AFP a été la 1^{ère} agence média étrangère à arriver à Wuhan le 11 janvier 2020 et a démontré une fois de plus sa réactivité.

Notre mission consiste à réaliser des images des soubresauts de notre planète, en temps réel au plus près de ses habitants, montrer la réalité du terrain. A Wuhan, nous étions présents dès les toutes premières heures. Nous avons pu immortaliser des images saisissantes comme celle de ce vieux monsieur apparemment mort sur un trottoir, devenu emblématique de la violence avec laquelle la pandémie s'est abattue sur la ville.

L'impact est progressivement devenu mondial : nouveaux cas, hospitalisations massives, informations médicales contradictoires, démultiplication des conférences de presse officielles... Saisis par un sujet mondial qui écrasait tous les autres, les médias du monde entier étaient en demande d'images et d'informations fiables pour donner du sens à ce qui se produisait au-delà des statistiques.

Nous avons traversé cette période difficile avec le sentiment qu'il se passait quelque chose d'inédit et d'exceptionnel sur le plan humain. Dans chacune de nos productions, nous avons mis volontairement l'accent sur les conséquences concrètes dans la vie des gens. Nos journalistes sont allés à la rencontre des victimes directes et indirectes de cette crise sanitaire, médicale, sociale et économique. Il nous tenait à cœur de montrer également la résilience, les formidables élans de solidarité, les musiciens à leurs fenêtres, les profs de gym en Amérique latine au pied des immeubles, la solidarité envers les personnes âgées.

Nous avons pu nous appuyer sur la qualité du réseau global de l'AFP pour démultiplier les angles et proposer un regard mondial sur ce phénomène, sur tous les continents, de l'Afrique du sud au Brésil ou au Pérou, de l'Europe à l'Asie, des Etats-Unis au Moyen Orient...

L'AFPTV a largement tenu ses promesses pour la couverture de l'élection présidentielle américaine, mettant en place des moyens humains et techniques inédits.

Oui, ce fût un succès et nous en sommes fiers. L'élection américaine était une de nos grandes priorités en termes de renforcement éditorial de couverture. Notre équipe a été considérablement étoffée depuis l'élection de Donald Trump : 23 staffs en 2020 contre 7 en 2016, sans compter un vaste réseau de pigistes. Nous voulions faire au moins jeu égal avec nos concurrents historiques sur le terrain. Une régie live a été ouverte à Washington et de nombreux accords ont été passés avec des sources importantes pour récupérer les flux officiels.

Autoportrait de la JRI de l'AFP
Diane Desobeau à New-York,
le 2 février 2021





© Andreas Solaro / AFP

La JRI de l'AFP Sonia Logre, aidée par un membre du personnel médical, pour porter un équipement de protection individuelle afin de travailler dans l'unité de soins intensifs pour les patients infectés par le nouveau coronavirus Covid-19 à l'hôpital Policlinico di Tor Vergata, à Rome, le 8 avril 2020.

La campagne a été réellement atypique, mais notre réactivité a permis de nombreuses fois de faire la différence. Notre organisation millimétrée a permis de proposer un live quasi instantanément au moment emblématique où la foule s'amassait sur le Black Lives Matter Plaza, entre autres exemples. Nous étions souvent dans les temps, parfois même un peu en avance ! Cette réactivité a impliqué un travail de préparation précis et une flexibilité constante face aux imprévus liés à la pandémie, aux calendriers de campagne et aux candidats eux-mêmes.

La meilleure preuve de succès pour nous, c'est le niveau des reprises de notre production par nos abonnés, et ce malgré le fait que tous les grands médias avaient de très nombreux envoyés spéciaux sur place, et que nos concurrents étaient très présents. Tout au long de 2020, et y compris sur les Etats-Unis, nous avons été clairement identifiés par nos clients internationaux comme un partenaire de premier choix pour les grands événements.

Outre l'élection américaine et le Covid-19, nous avons également répondu présents sur toutes les grandes histoires de l'année, l'explosion au Liban, le mouvement *Black Lives Matter*, le Yémen, les incendies en Australie... avec, à chaque fois le souci de transmettre la dimension humaine de l'événement, les témoignages des personnes impactées.

Cette grande qualité de production vous a valu le prix de la meilleure agence de l'année aux AIB Media Awards.

Nous sommes très honorés d'avoir remporté ce prix. C'est d'autant plus significatif que l'AIB est une association qui regroupe les plus grands broadcasters internationaux.

Force est de constater que notre offre vidéo est maintenant à pleine maturité. Elle fait la différence et est désormais unanimement considérée comme une des meilleures au monde, sinon la meilleure.

Nos clients trouvent dans nos productions ce dont ils ont besoin et c'est là notre plus grande satisfaction. Nous avons réussi à démontrer que la qualité de notre couverture sur le terrain, la variété des contenus vidéo de l'AFP étaient utiles pour des salles de rédaction très diverses, des télévisions, médias digitaux, journaux ou sites web.

Leurs nombreux témoignages de satisfaction, le dialogue constant avec nos clients et leur fidélité sont une indication que nos efforts vont dans la bonne direction. Nous avons la chance d'avoir des équipes vidéo formidables, épaulées au quotidien par l'Agence toute entière. C'est un succès collectif au service d'une couverture globale, rapide, mise en contexte et vérifiée, la marque de fabrique de l'AFP.

FOCUS

LE TIGRÉ, DE LA PAIX À LA GUERRE CIVILE



**THOMAS
MORFIN**

RÉDACTEUR EN CHEF
AFRIQUE

Comment cette crise a-t-elle éclaté ?

Le 4 novembre 2020, le Premier ministre éthiopien Abiy Ahmed, qui n'est autre que le lauréat du prix Nobel de la paix 2019, annonce le lancement d'une offensive militaire contre le Tigré, une région située dans l'extrême nord du pays. Les tensions n'ont cessé de monter depuis des mois entre, d'un côté, le pouvoir fédéral et, de l'autre, les autorités régionales dirigées par un parti, le Front de libération du Peuple du Tigré (TPLF), qui pendant longtemps a présidé aux destinées de tout le pays. C'est un développement majeur chez un des géants d'Afrique — un poids lourd démographique et économique, un pays clé à beaucoup d'égards.

L'Agence dispose d'une équipe texte-photo-vidéo basée dans la capitale Addis Abeba en permanence, sous l'autorité du bureau de Nairobi, en charge de la couverture pour l'ensemble de l'Afrique de l'Est. Nous suivions depuis des mois les tensions entre le pouvoir fédéral et les autorités tigréennes. Cette équipe s'était rendue au Tigré quelques mois plus tôt, quand la région avait organisé ses propres élections locales - un scrutin non reconnu par le pouvoir fédéral, et annonciateur de la crise à venir.

Mais tout bascule en ce 4 novembre : l'Éthiopie entre en guerre. Pour accomplir notre travail de journalistes, la situation est d'emblée difficile. Un black-out sur les communications rend nos sources dans la zone largement injoignables. Les accès à la région sont bouclés. Pendant ce temps, les autorités éthiopiennes délivrent leur communication de guerre à haute dose.

Nous ne pouvons pas nous contenter de déclarations belliqueuses d'un côté comme de l'autre, d'un choc de communiqués. Nous décidons d'aller le plus vite possible au plus près de la situation.

Comment l'Agence a-t-elle organisé cette couverture exceptionnelle ?

Notre équipe – Robbie Corey-Boulet pour le texte, Eduardo Soteras pour la photo, Solan Kolli en vidéo – a réussi à pénétrer dans cette région pour réaliser deux missions successives. L'Agence France-Presse est le seul grand média international à avoir eu une couverture aussi précoce, aussi approfondie et aussi complète sur ce terrain. Les déplacements et reportages de la presse internationale ont été en effet extraordinairement limités ; depuis novembre les autorités éthiopiennes n'ont délivré qu'une poignée d'autorisations aux médias. Notre équipe d'Addis Abeba, en lien constant avec le bureau régional de Nairobi, est parvenue à se faufiler à force de talent, d'obstination et sans doute — il en faut toujours ! — d'un peu de chance aussi. Une chose est certaine : le fait que nous soyons en permanence là-bas, la construction de relations au long cours avec toutes sortes d'autorités, d'officiels et de non-officiels par nos reporters, a grandement joué en notre faveur.

La première mission s'est déroulée courant novembre, la deuxième durant la première quinzaine de décembre.

Les premières semaines du conflit ont été les plus intenses. Nos journalistes sont tout d'abord allés dans l'ouest du Tigré, tout près du Soudan, recueillir des témoignages exclusifs d'habitants terrorisés de la localité d'Humera, soumise à des tirs de barrage d'artillerie puis reconquise par l'armée fédérale après d'intenses combats. Ce sujet sera le tout premier d'une série exclusive que nous publierons depuis le Tigré pour montrer les traces physiques et psychologiques du conflit, la violence et la terreur.

Or, quelques jours plus tôt, le 12 novembre, l'AFP avait déjà été la première agence de presse internationale à publier des images de la traversée de la frontière soudanaise par des Éthiopiens fuyant la guerre civile.

Ce sont plusieurs dizaines de milliers d'Éthiopiens qui se sont réfugiés au Soudan. Notre bureau de Khartoum, rattaché à la région Moyen-Orient de l'AFP, a pu dépêcher dans l'urgence une équipe pour aller recueillir leurs paroles et



Village de Bisober, dans la région du Tigré, le 9 décembre 2020.

© Edouardo Soteras / AFP

témoigner de cette crise humanitaire. L'Agence est restée dans cette région du Soudan durant des semaines, grâce à une rotation de collaborateurs travaillant dans des conditions assez spartiates.

Côté Tigré, nous étions les premiers également dans la localité de Maï-Kadra. Amnesty international avait d'abord, sur la base de témoignages, fait état d'un massacre ethnique sur place, parlant de nombreux civils sommairement exécutés. En se rendant sur place, nos reporters ont pu faire entendre des témoignages saisissants, et livrer au monde les toutes premières images de fosses communes prises dans cette localité meurtrie, attestant des tueries.

Avoir deux équipes, une au Tigré, une au Soudan, nous a permis de dresser un tableau plus complet et plus complexe des événements de Maï-Kadra. Les autorités d'Addis Abeba présentaient en effet leurs adversaires du TPLF comme l'unique responsable de ce massacre. Or, grâce aussi à de nombreux témoignages recueillis côté soudanais, nous avons pu documenter le fait qu'il y avait manifestement eu des tueries commises par les deux camps.

L'explosion de la crise tigréenne a fait les gros titres de la presse du monde entier et ces premiers reportages ont connu des niveaux de reprise exceptionnels parmi nos abonnés, signe de la qualité comme de la rareté du travail réalisé. Pour de très nombreux médias, il n'y avait guère d'autre choix que de se tourner vers nous pour donner à voir et à comprendre cette crise majeure.

Comment s'est déroulée la seconde mission ?

Notre équipe parvient à retourner sur place début décembre tandis que la plupart des médias internationaux sollicitent encore, en vain, des visas. Cette deuxième mission s'est effectuée dans l'Est, dans une autre région du Tigré, à un tout autre moment de l'histoire en cours. Le 28 novembre, le Premier ministre éthiopien proclame

en effet la victoire, la fin de la guerre ou plutôt de son « opération de maintien de l'ordre », selon la terminologie officielle, en annonçant la prise de Mekele, la capitale du Tigré. Notre équipe de reporters quitte alors une nouvelle fois Addis Abeba pour retourner sur le terrain. L'enjeu : voir si la guerre est vraiment terminée, évaluer la crise humanitaire.

Cela a donné lieu à une nouvelle série de reportages exceptionnels. Nous sommes parvenus notamment à documenter des exactions imputées à l'armée éthiopienne contre les civils, à l'encontre du discours du pouvoir central éthiopien. Des habitants étaient dans une situation alimentaire extrêmement critique, avalant de l'eau chaude pour tromper la faim...

Cette guerre civile a en outre réveillé des antagonismes anciens entre communautés, liés à l'accès au pouvoir et à la terre spécialement. Des contentieux lourds de menaces pour l'Éthiopie d'aujourd'hui, qui joue rien moins que son unité désormais car les foyers de tensions se multiplient aussi hors du Tigré.

La couverture de ce conflit est une fierté pour les équipes sur place et pour l'Agence France-Presse toute entière.

Cette guerre est une crise majeure, non seulement pour l'Éthiopie et pour l'Afrique, mais pour la communauté internationale, et l'AFP a pu s'ouvrir un accès exceptionnel à la région pour la couvrir. L'Agence se distingue une fois de plus par sa maîtrise de ce genre de couverture extrêmement complexe. Au prix de nombreuses difficultés, nos journalistes ont pu accomplir ce qui fait l'honneur de notre métier : enquêter sur le terrain, raconter des histoires humaines, déjouer les propagandes et présenter le plus fidèlement possible les situations, même les plus tragiques.

HOMMAGE

NABIL HASAN AL-QUAETY



**MOHAMED
HASNI**
JOURNALISTE
AU BUREAU
DE DUBAÏ

« Nabil se débrouille avec les moyens du bord. Il convient de le former quelque peu pour qu'il réalise des images précises (...), mais son talent et son implication se perçoivent à vue d'œil. »

Journaliste à l'AFP depuis 1986, recruté pour couvrir le Moyen-Orient, je connais le Yémen depuis 1988. Ce pays, dirigé à l'époque par Ali Abdallah Saleh, était relativement stable politiquement. Il était et il demeure le plus pauvre de la péninsule arabique.

Le mouvement de contestation du Printemps arabe a, petit à petit, eu raison de cet équilibre fragile. Le Yémen s'est progressivement enfoncé dans la guerre civile et le chaos. Les rebelles Houthis, du nom de leur leader Hussein Badreddine al-Houthi, appartiennent à la minorité zaidite (le zaidisme étant une branche du chiisme). Ils s'étaient structurés en un puissant mouvement dans la province de Saada, région montagneuse du nord du pays, en réaction à des actes de discrimination du pouvoir central, dominé par les sunnites.

J'ai effectué ma dernière mission au Yémen en avril/mai 2015 à Aden, dans le sud, la capitale Sanaa, dans le Nord, étant tombée dès 2014 aux mains des Houthis, qui en interdisaient l'accès aux journalistes internationaux. A l'époque, le gouvernement reconnu par la communauté internationale s'était replié dans le sud.

Ancien comptoir britannique, Aden donne sur le golfe du même nom. Elle a une position stratégique proche de l'entrée de la mer Rouge quand on vient de l'océan Indien, appelée le détroit de Bab-el-Mandeb, un étroit passage d'eau qui sépare la corne de l'Afrique de la péninsule arabique.

J'étais à Aden alors que les rebelles poursuivaient leur avancée vers le sud et se rapprochaient de la ville. La crainte de leur arrivée imminente créait une certaine effervescence. Les télévisions panarabes Al-Jazeera et Al-Arabiya étaient actives depuis mars. Mon objectif était de recruter rapidement un journaliste vidéo sur place, la vidéo étant devenue une priorité pour l'AFP.

Un matin, je tombe sur un jeune homme dans le lobby de mon hôtel qui essaie de vendre des images à des journalistes de télévisions arabes. Je décide de l'approcher, séduit par son dynamisme. Je lui propose de faire des vidéos pour l'Agence. C'est ainsi que ma collaboration avec le jeune Nabil Hasan al-Quaety a débuté.

Nos premiers films ensemble ont traité de la ville d'Aden, son héritage colonial très prononcé, ses superbes bâtiments, ses nombreux temples, églises et lieux de culte, témoignages de son illustre passé. Nous réalisons, entre autres, un sujet sur une vieille salle de cinéma encore en activité, héritée de l'époque où Aden était une capitale culturelle.

Nabil se débrouille avec les moyens du bord. Il convient de le former quelque peu pour qu'il réalise des images précises sur des sujets, mais son talent et son implication se perçoivent à vue d'œil.

Le 14 mars 2015, la rumeur enfle sur une entrée imminente des rebelles à Aden. Je m'enfuis littéralement par le dernier vol, et laisse sur place Nabil avec toutes mes recommandations de prudence. La situation s'est tendue quelques heures plus tard. L'Arabie saoudite est intervenue militairement pour soutenir le gouvernement en place et arrêter les rebelles aux portes d'Aden.



© Nabil Hasan / Facebook / AFP

Le Yémen est un pays à la géopolitique complexe. Les Houthis tiennent la capitale au Nord et une bonne partie du reste du pays. Dans le sud, le gouvernement est soutenu par les Emirats arabes unis et l'Arabie saoudite. Et, dans le sud profond, un mouvement séparatiste réuni au sein d'un Conseil de transition du sud veut profiter de cette situation pour rétablir le sud du Yémen en tant qu'Etat indépendant, comme il l'était avant 1990.

Nabil a continué à travailler pour nous durant les cinq années qui ont suivi. Il a fourni à l'AFP des images d'une qualité exceptionnelle, des vidéos rares. Je me souviens en particulier de ses images lors de l'attaque des rebelles contre un défilé militaire où plusieurs soldats sont morts : ces images poignantes ont fait le tour du monde. Sa distinction comme finaliste du prix Rory Peck en 2016 pour sa couverture du conflit yéménite est amplement méritée.

Nabil était ce que l'on pourrait appeler un journaliste citoyen. Il était très actif sur les réseaux sociaux, impliqué politiquement avec les gens du Sud et opposé aux rebelles du Nord. Il militait pour le retour à l'indépendance du Yémen du Sud. Cela ne l'empêchait

pas de fournir des couvertures impartiales pour l'Agence. Il a indiqué avoir reçu de nombreuses menaces de mort du fait de son activité sur les réseaux sociaux. Je ne les ai pas prises au sérieux, tant cela est malheureusement courant dans un pays en guerre.

Le 2 juin 2020 dernier, Nabil a été tué devant chez lui par un commando armé à bord d'une voiture qui a ensuite pris la fuite. Il était père de trois enfants, sa femme attendait le quatrième. L'AFP a perdu ce jour-là un collaborateur précieux, un collègue sympathique au sourire désarmant d'humanité, un professionnel qui apprenait très vite, promis à une belle carrière. J'ai été affecté par sa disparition car j'ai accompagné ses premiers pas dans ce métier difficile. Il y a eu des arrestations de gens soupçonnés de ce meurtre, ensuite libérés on ne sait comment. Le pouvoir yéménite, sa justice, ses forces de sécurité sont en plein chaos. Militants, politiques, journalistes et personnalités assassinés, des dizaines de cas comme celui-là restent impunis.

Je salue la mémoire de Nabil. Nous demandons la vérité pour notre ancien collaborateur.



**OTMAN
MERICHE**

DIRECTEUR GÉNÉRAL

FOCUS

FACTSTORY : LA TRANSFORMATION

« Changement d'identité réussi, performance commerciale et décentralisation en Amérique latine... 2020 a été une année positive et productive pour FACTSTORY. »



**FLEUR
LAURENT**

RESPONSABLE
COMMERCIALE
ET MARKETING

Quel bilan tirez-vous de l'année 2020 ?

2020 a été une année à la fois compliquée et riche en transformations positives. Nous avons terminé l'année avec un chiffre d'affaires de 5,8 millions d'euros, soit une baisse de 25% environ par rapport à notre performance de 2019. Nous dégagons un résultat net positif pour la quatrième année consécutive. Nous avons maintenu nos positions auprès de nos principaux clients institutionnels et poursuivi la fidélisation de nos clients entreprises.

Les périodes « creuses » de l'année ont été l'occasion de revoir en profondeur notre méthodologie commerciale notamment avec la mise en place d'une cellule spécifique dédiée à la réponse aux appels d'offres.

Nos fondamentaux demeurent solides que ce soit au niveau de notre réactivité business ou de la variété de nos expertises : nous sommes clairement identifiés comme une agence de production de contenus à la demande.

2020 est l'année où AFP-Services est devenue FACTSTORY. Comment s'est déroulée cette transformation ?

Nous voulions un positionnement qui ne prête à aucune confusion. FACTSTORY illustre parfaitement ce que nous proposons : FACTSTORY est une *factory* de contenus, une société d'envergure internationale qui fait du *storytelling* avec des valeurs fortes.

Nous avons mis à profit nos compétences en *storytelling*, notre créativité et notre réactivité pour réaliser l'intégralité de ce repositionnement stratégique en interne, en quelques mois. Cette transformation nous offre une plus grande liberté pour communiquer sur nos points forts : notre présence mondiale, de fortes valeurs ajoutées culturelles et éditoriales au niveau local ainsi que notre engagement éco-responsable. C'est l'occasion également de communiquer autrement sur nos réseaux sociaux et le site web.

Nous sommes ravis de la vitesse d'adoption de ce nouveau *branding* tant par les entreprises que par les institutions.

L'investissement dans votre méthodologie de réponses commerciales a permis de gagner de nombreux appels d'offres.

Les institutions sont depuis toujours le marché historique de FACTSTORY. Nous avons renouvelé le contrat avec le Parlement européen pour les cinq prochaines années, avec un budget en augmentation. Également remporté, un contrat avec la Commission européenne, la DG ECHO, pour les quatre prochaines années. Nous avons gagné plusieurs appels d'offres avec



**HORTENSE
DE VALROGER**

DIRECTEUR GÉNÉRAL
ADJOINTE



Dans les coulisses d'un tournage de FACTSTORY, à Montevideo (Uruguay).



les Nations Unies, signé des contrats-cadres notamment avec OCHA, le bureau de coordination des affaires humanitaires, l'UNICEF et UNFPA. Ces succès nous offrent une visibilité bienvenue sur notre avenir dans ce secteur. Les institutions nous mobilisent pour traiter des problématiques particulièrement engageantes et engagées : la réaction de l'Europe face à la pandémie, le sujet du harcèlement sexuel, les problématiques humanitaires complexes...

Nos clients sont sensibles à notre savoir-faire éditorial issu de notre fibre journalistique. Côté entreprises, nous produisons en majorité des contenus sur les thématiques sociétales et environnementales liées à leur développement (RSE, égalité femmes-hommes, diversité, gestion de la crise sanitaire). Nous sentons depuis deux ans un très fort déplacement des formats vers les réseaux sociaux. Des équipes dédiées ont été créées pour répondre à cette tendance de fond, proposer des contenus pertinents et rentables. Nos productions suivent des méthodologies de tournages spécifiques qui favorisent la transmission d'émotions tout en respectant les contraintes sanitaires en vigueur (choix d'angles, intégration du *motion design*...).

La décentralisation des activités est un enjeu majeur pour FACTSTORY depuis plusieurs années. Comment évolue votre implantation en Amérique latine, le deuxième marché de FACTSTORY ?

Le contrat gagné avec Coca-Cola en Amérique latine il y a quatre ans a remis le sujet de notre décentralisation au premier plan. FACTSTORY a aujourd'hui deux spots principaux : Bruxelles pour des raisons historiques et Paris où se trouve le siège social. Le fait d'avoir déjà développé une part de nos activités en Amérique latine est un atout supplémentaire pour y poursuivre notre décentralisation.

19 personnes composent actuellement l'équipe Projets Coca-Cola. Nous avons monté une équipe complémentaire à Montevideo pour gérer le développement commercial composée de 4 collaborateurs : un chargé de production, une *content strategist*, un graphiste et une cheffe de projet.

L'Amérique latine a été très touchée par la pandémie notamment au Brésil et au Mexique. Nous sommes cependant parvenus à obtenir plusieurs contacts commerciaux importants dans des pays comme l'Argentine, l'Équateur et la Bolivie. Nous travaillons déjà avec plusieurs institutions sur place. Cette décentralisation en Amérique latine est une des clés de notre développement international.

Quels sont les piliers du développement commercial de FACTSTORY ?

Notre force en tant qu'agence de contenus est de proposer des compétences pointues et recherchées toutes associées à une réactivité à toute épreuve, partout dans le monde. Notre présence mondiale permet d'activer instantanément notre propre réseau d'experts locaux et d'offrir une couverture qualitative partout sur la planète.

Enfin, il est important pour nous de concilier développement et environnement en réduisant notre empreinte carbone dans chacune de nos productions. Nous avons à cœur d'être un acteur responsable de ce monde en transformation.



**Retrouvez
sur [AFP.com](https://www.afp.com) la
version enrichie
du rapport
d'activité 2020**

2020

EN BREF



© Martin Bernetti / AFP

L'AFP, partenaire du festival de La Gacilly

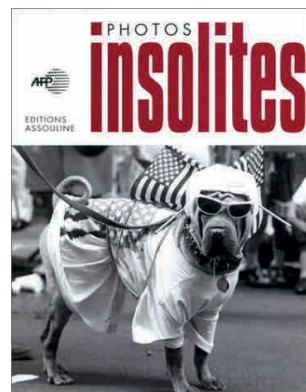
L'édition 2020 du festival de La Gacilly, centrée sur l'avenir de la planète, s'est associée à l'AFP pour exposer le travail de trois photographes de l'Agence travaillant en Amérique latine : Martin Bernetti, Pedro Pardo et Carl de Souza. Leurs photos soulignent les enjeux environnementaux importants auxquels la région fait face.



© Thomas Coex / AFP

« Les gardiens du tombeau de Jésus » à Montmartre

La basilique du Sacré-Cœur de Montmartre à Paris accueille sur ses grilles une exposition de l'AFP sur les Franciscains de Jérusalem à l'occasion de leur 800^e anniversaire de présence en Terre sainte. Thomas Coex, photographe pour l'AFP, a pu être le témoin de leur quotidien et le premier à l'immortaliser en images.



Avant les travaux, des livres pour tous

Les préparatifs de l'évacuation du Siège parisien de Bourse pour la durée des travaux de rénovation ont fourni l'occasion d'une distribution inédite. En vidant les armoires, en rationalisant les sous-sols, ce sont plusieurs milliers de livres, dont de prestigieux albums AFP, ainsi que plusieurs dizaines de photos AFP emblématiques qui ont été rassemblés : autant de fragments d'histoire de l'Agence qui ont été mis à libre disposition de ses collaborateurs, lors d'une opération dont le succès a duré plusieurs mois. Nous avons également fait bénéficier tout un réseau de bibliothèques et associations à travers la France de plus d'un millier de livres.



© Alberto Pizzoli / AFP

Le confinement italien vu par la presse étrangère, dont l'AFP, à Rome

Les photographes de l'AFP basés en Italie ont eu l'opportunité d'exposer leurs photos prises au cours de la première vague de coronavirus en Italie au Musée du Capitole à Rome. L'exposition « Lockdown Italia » met notamment en avant la résilience du peuple italien.



© Olivier Douliery / AFP

Accompagnement psychologique des équipes AFP

Pour les aider à affronter les bouleversements de leurs conditions de vie et de travail causés par la pandémie, l'Agence a renforcé pour tous les collaborateurs ses dispositifs d'accompagnement psychologique qui se sont enrichis au fil des mois. Guides du télétravail, conseils sur l'organisation de la vie familiale en temps de confinement mais aussi, quel que soit le métier et le lieu de travail, des consultations avec des psychologues expérimentés, en tout anonymat et confidentialité, ont été rendues accessibles dans une vingtaine de langues, 24/24 et 7/7.



© Anthony Wallace / AFP

L'AFP dans l'expo « Black Carbon » à Bangkok

Une exposition sur la crise croissante de la pollution de l'air en Asie s'est ouverte jeudi 30 janvier à l'Alliance française de Bangkok. Organisée par l'IRD, l'institution française publique de recherche, les commissaires ont sélectionné une dizaine d'images de l'AFP provenant de toute la région pour illustrer l'impact de l'activité humaine sur la détérioration de la qualité de l'air que nous respirons.

De la silhouette d'une ville de Hong Kong couverte de smog aux protestations d'étudiants masqués contre la pollution de l'air en Inde, les 22 panneaux présentés comprennent des photos, des textes explicatifs en anglais et en thaïlandais, ainsi que des graphiques et des vidéos.

L'ORGANIGRAMME

AU 2 AVRIL 2021



FABRICE FRIES

PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL



DALILA ZEIN

DIRECTRICE GÉNÉRALE



PATRICE MONTI

DIRECTEUR COMMERCIAL
ET MARKETING



BORIS BACHORZ

DIRECTEUR DE LA MARQUE
ET DE LA COMMUNICATION



ANNE CALCHÉRA

DIRECTRICE FINANCIÈRE



CLÉMENT DU LIMBER

DIRECTEUR DÉLÉGUÉ



ANNE DELY

DIRECTRICE DES ACHATS ET
DE LA POLITIQUE IMMOBILIÈRE



JÉRÔME JAROUSSIE

DIRECTEUR DES SYSTÈMES
D'INFORMATION



**CHRISTOPHE
WALTER-PETIT**

DIRECTEUR JURIDIQUE



en attente de recrutement

DIRECTRICE/DIRECTEUR
DES RESSOURCES HUMAINES



PHILIPPE ONILLON

DIRECTEUR DE LA
RÉDACTION ET DES
PARCOURS PROFESSIONNELS



BORIS BACHORZ

DIRECTEUR RÉGIONAL
AFRIQUE



BRIGITTE DUSSEAU

DIRECTRICE RÉGIONALE
AMÉRIQUE DU NORD



PIERRE AUSSEIL

DIRECTEUR RÉGIONAL
AMÉRIQUE LATINE



THOMAS MORFIN

RÉDACTEUR EN CHEF
AFRIQUE



HERVÉ ROUACH

RÉDACTEUR EN CHEF
AMÉRIQUE DU NORD



ALFONS LUNA

RÉDACTEUR EN CHEF
AMÉRIQUE LATINE



PHIL CHETWYND

DIRECTEUR DE L'INFORMATION



JEAN-LUC BARDET

ADJOINT AU DIRECTEUR
DE L'INFORMATION



**JULIETTE
HOLLIER-LAROUSSE**

DIRECTRICE D'AFPTV



MARIELLE EUDES

DIRECTRICE DE LA PHOTO



SOPHIE HUËT

RÉDACTRICE EN CHEF CENTRALE

**DIRECTIONS
RÉGIONALES**



PHILIPPE MASSONNET

DIRECTEUR RÉGIONAL
ASIE-PACIFIQUE



CHRISTINE BUHAGIAR

DIRECTRICE RÉGIONALE
EUROPE



JEAN-LUC BARDET

DIRECTEUR RÉGIONAL
FRANCE



SYLVAIN ESTIBAL

DIRECTEUR RÉGIONAL
MOYEN-ORIENT AFRIQUE DU NORD



GILES HEWITT

RÉDACTEUR EN CHEF
ASIE-PACIFIQUE



DAVID WILLIAMS

RÉDACTEUR EN CHEF
EUROPE



ANNIE THOMAS

RÉDACTRICE EN CHEF
FRANCE



JO BIDDLE

RÉDACTRICE EN CHEF
MOYEN-ORIENT AFRIQUE DU NORD

PRIX

ET DISTINCTIONS

En 2020, le travail des journalistes de l'AFP figure au palmarès de nombreux prix internationaux parmi lesquels le World Press Photo remporté par Yasuyoshi Chiba, photographe japonais basé à Nairobi. Rencontre.



Au moment où vous avez pris cette photo, saviez-vous qu'elle aurait un impact particulier ?

Je ne m'attendais pas à ce qu'il y ait un impact quand j'ai fini de prendre cette photo. Mais j'ai ressenti une certaine émotion et je savais que cette photo serait l'une de mes préférées.

Pour Mohamed Yousif, le prix que cette photo a reçu représente une grande victoire pour la liberté et pour l'humanité. Et pour vous, que signifie ce prix ? Que représente-t-il ?

Personnellement, ce prix est ma nouvelle motivation pour la photographie. Il est une sorte de soutien invisible qui me remonte le moral pour que je puisse toujours prendre de meilleures photos.

Mohamed Yousif étudie actuellement à Maastricht ? Êtes-vous en contact régulier avec lui ?

J'ai été très heureux d'apprendre que Mohamed a quitté le Soudan et qu'il étudie aux Pays-Bas grâce à une bourse d'études. Après avoir échangé des e-mails avec Mohamed, j'ai eu une autre mission au Soudan en décembre 2020. J'ai donc pu visiter la maison de Mohamed avec les tirages grand format et le catalogue de l'exposition du World Press Photo 2020. Même si Mohamed n'était pas là, c'était le moment idéal pour rencontrer ses parents et tous ses frères et sœurs. Je suis sûr que Mohamed et moi allons nous revoir un jour.

Ce prix a-t-il changé votre façon de travailler ?

Honnêtement, cela ne m'a pas vraiment changé mais j'ai désormais l'impression de porter une certaine responsabilité à l'égard de ce que je photographie.



19 juin 2019 – Khartoum, Soudan – C'est l'une des images les plus emblématiques de la révolution soudanaise : Mohamed Youssef, 15 ans, la main sur la poitrine, récitant un poème au milieu d'autres manifestants. Le photographe japonais de l'AFP basé à Nairobi, Yasuyoshi Chiba, a remporté pour cette image le prix de la photo de l'année 2020 de la presse mondiale. Il a également remporté le premier prix des World Press Photo Awards dans la catégorie « Informations générales - Image seule ».



Yasuyoshi Chiba

World Press Photo 2020

Photo de l'année 2020

1^{er} prix dans la catégorie « Informations générales, image seule »

POYi

Prix d'excellence dans la catégorie
« Vie quotidienne »



14 février 2019 – Port Harcourt, Nigeria

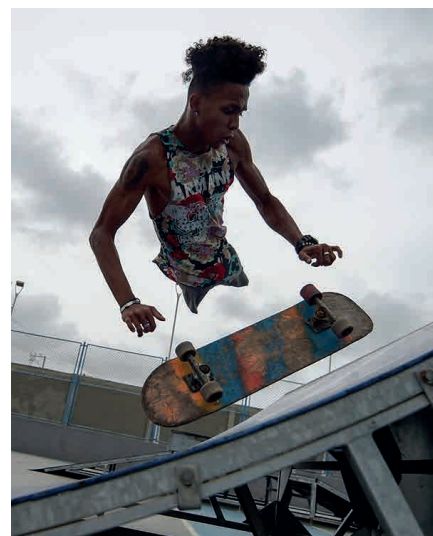
L'ensemble des photos et reportages primés
à retrouver sur [AFP.com](https://www.afp.com), dans la version enrichie
de ce rapport d'activité 2020



Raul Arboleda

AIPS Sport Media Awards

1^{er} prix dans la catégorie « Photo (Action) »



28 septembre 2018 – Barranquilla, Colombie



Nicolas Asfour

World Press Photo 2020

1^{er} prix dans la catégorie « General News – Singles »

POYi

Prix d'excellence dans la catégorie « General News »



12 septembre 2019 – Hong Kong, Chine



01 octobre 2019 – Hong Kong, Chine



Sean Davey

World Press Photo 2020

2^e prix dans la catégorie « Contemporary Issues – Singles »



31 décembre 2019 – Bega, Australie



Franck Fife

Istanbul Photo Awards

3^e place dans la catégorie « Story Sports »



01 mai 2019 – Merzouga, Maroc



Mahmud Hams

Istanbul Photo Awards

2^e place dans la catégorie « News – Single »



4 avril 2019 – Beit Hanoun, Territoires palestiniens



Sammy Ketz

Fondation May Chidiac

Prix MCF du journaliste engagé



L'ensemble des photos et reportages primés
à retrouver sur [AFP.com](https://www.afp.com), dans la version enrichie
de ce rapport d'activité 2020



Bülent Kiliç

POYİ

Prix d'excellence dans la catégorie « Nouvelles nationales/internationales en images »



17 février 2019 – Hassaké, Syrie



Kirill Kudryavtsev

« The Energy of victories » Sports Journalism Award

2^e prix dans la catégorie « Single News »



7 février 2020 – Moscou, Russie



Leila Macor

Sunshine State Awards

Prix de la « meilleure journaliste de l'année en presse écrite/digitale » de langue espagnole





Jeff Pachoud

POYi

Prix d'excellence dans la catégorie « Action sportive »



18 juillet 2019 – Bagnères-de-Bigorre, France



Cristina Quicler

Prix du Journalisme d'Andalousie

2^e prix dans la catégorie « Photographie »



20 août 2019 – Huelva, Espagne



Hector Retamal

The Guardian

Photographe d'agence de l'année



30 janvier 2020 – Wuhan, Chine



Oli Scarff

World Press photo

3^e prix dans la catégorie « Sports – Singles »



2 juin 2019 – Liverpool, Royaume-Uni

L'ensemble des photos et reportages primés
à retrouver sur [AFP.com](https://www.afp.com), dans la version enrichie
de ce rapport d'activité 2020



Oli Scarff

POYi

Prix d'excellence dans la catégorie « Vie du sport »



27 juillet 2019 – Gwangju, Corée du Sud



Brendan Smialowki

POYi

Prix d'excellence dans la catégorie « Actualités générales »

WHNPA

3^e place dans la catégorie « Portfolio politique »



02 décembre 2019 – Washington, Etats-Unis



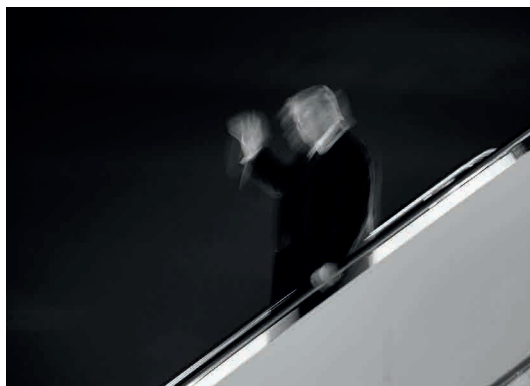
21 mai 2019 – Montoursville, Etats-Unis



Brendan Smialowski

WHNPA

Prix d'excellence dans la catégorie « Politique :
histoire en images »



08 novembre 2019 – Maryland, Etats-Unis



Eduardo Soteras

POYi

Prix d'excellence dans la catégorie « Vie quotidienne
en images »



7 janvier 2019 – Lalibela, Ethiopie



Carl de Souza

POYi

3^e place dans la catégorie « Science et histoire
naturelle »



26 août 2019 – Rio de Janeiro, Brésil



Angelos Tzortzinis

UNICEF

Prix de la Photo de l'Année



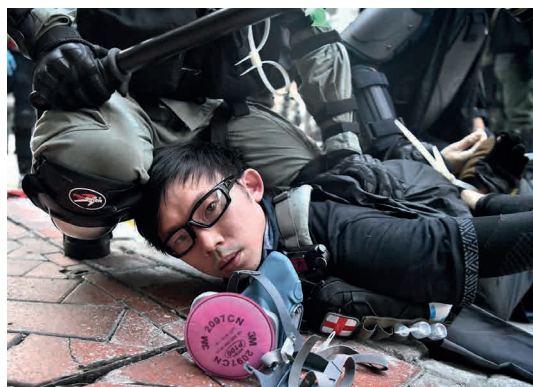
21 avril 2018 – Sokota, Nigeria



Anthony Wallace

**Prix Bayeux Calvados-Normandie
des correspondants de Guerre**
Prix du public dans la catégorie photo

2^e prix dans la catégorie photo par le jury
international



1^{er} octobre 2019 – Hong-Kong, Chine

Visa pour l'image

Prix de la Ville de Perpignan Rémi Ochlik



31 août 2019 – Hong-Kong, Chine

Human Rights Press Award

Série de photographies sur les manifestations
à Hong Kong en 2019



27 juillet 2019 – Hong-Kong, Chine

Agence France-Presse

AIB Media Awards

Prix de la meilleure agence de l'année



Nicolas Asfour
Philip Fong
Isaac Lawrence
Hector Retamal
Anthony Wallace

The SOPA Awards

Prix d'excellence photo pour leur couverture des manifestations de Hong Kong



© Isaac Lawrence / AFP

15 septembre 2019 – Hong Kong, Chine



Andrew Beatty
Xiao Eva
Eric Randolph
Sam Reeves
Pak Yiu

The SOPA Awards

Mention honorable : reportage sur les droits de l'Homme pour une série sur la persécution des Ouïghours en Chine



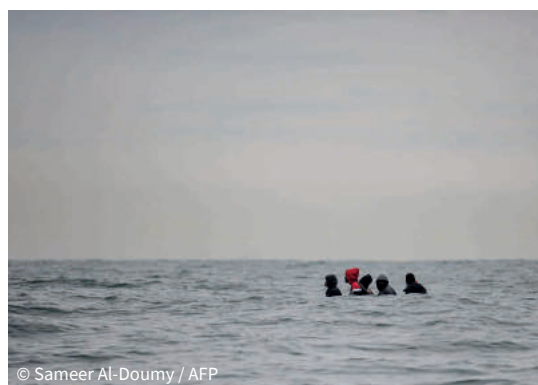
9 octobre 2019 – Shayar, Chine



Clément Melki
avec la collaboration
de Thomas Bernardi
et Sameer Al-Doumy

Grands Prix du Club de la Presse des Hauts de France

Prix Jeune journaliste de la presse écrite pour « Dieu, l'eau et nous : quand des migrants traversent la Manche »



© Sameer Al-Doumy / AFP

27 août 2020 – Sangatte, France

UN LIVRE

POUR L'HISTOIRE

Focus

Édition spéciale

Le regard des photographes de l'AFP



À retrouver dans toutes les librairies



**Découvrez également le site web
enrichi du rapport d'activité 2020
sur [AFP.com](https://www.afp.com).**

Coordination : Coline Sallois
Rédaction : Charles Clèdes-Flahaut
Maquette : Coline Sallois

ISSN 2494-5668
© Agence France-Presse
Avril 2020

Retrouvez-nous sur



afp.com • making-of.afp.com • factuel.afp.com