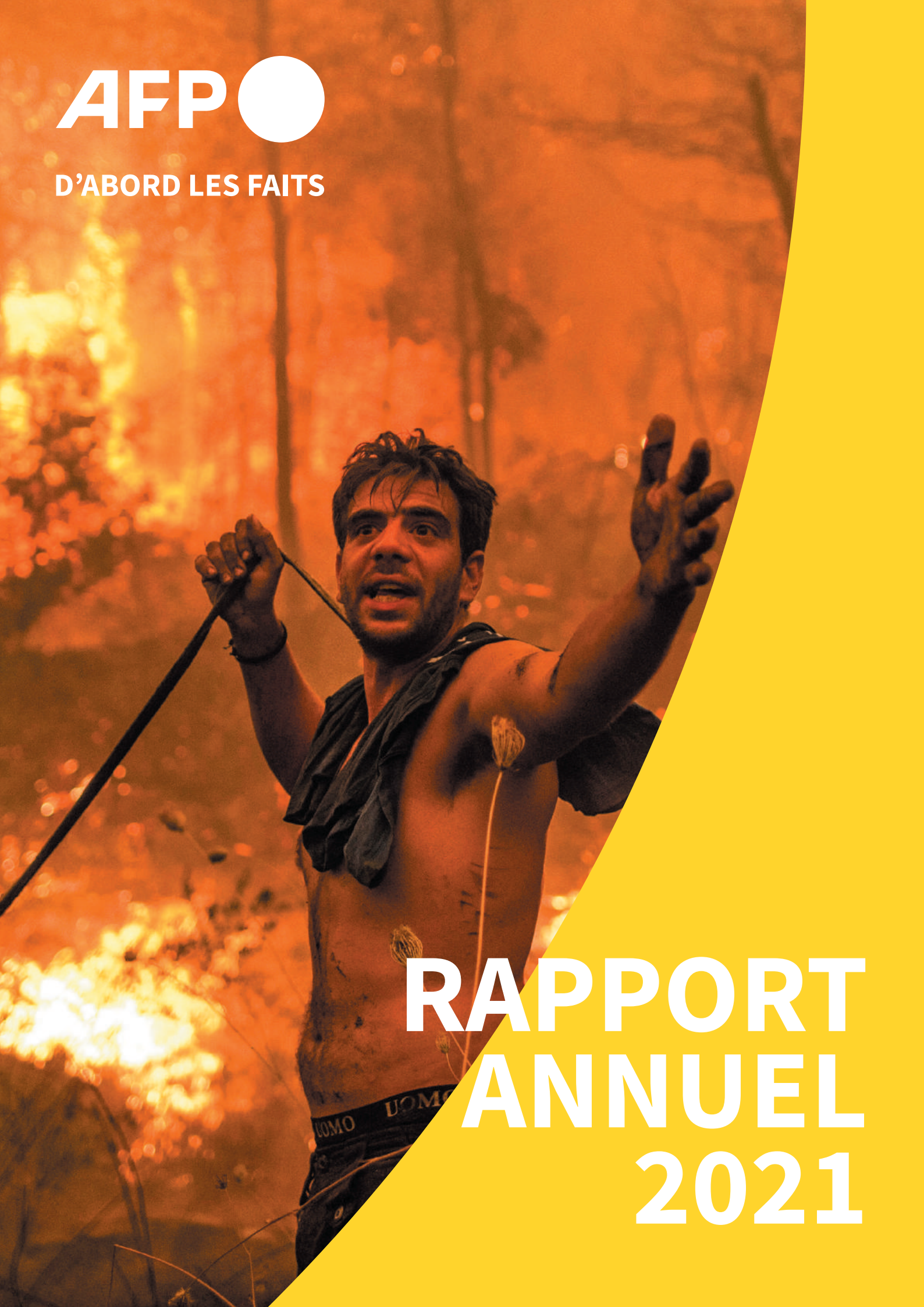




D'ABORD LES FAITS

A photograph of a man in a forest, shirtless and holding a torch aloft in his right hand. He has a concerned or shouting expression. A yellow diagonal shape cuts across the bottom right of the image, containing the title text. The man's dark shorts have the word 'UOMO' visible on the waistband.

RAPPORT ANNUEL 2021

SOMMAIRE

03	L'AFP EN CHIFFRES
04	L'ANNÉE VUE PAR PHIL CHETWYND
06	L'ANNÉE VUE PAR DALILA ZEIN
08	L'ANNÉE VUE PAR PATRICE MONTI
10	L'ANNÉE VUE PAR ANNE DELY
12	2021 EN BREF
14	LA PRISE DU CAPITOLE
18	LES NÉGOCIATIONS SUR LES DROITS VOISINS
20	LA CHUTE DE KABOUL
26	INVESTIGATION NUMÉRIQUE
28	L'AVENIR DE LA PLANÈTE
32	LA RÉORGANISATION DE LA RÉDACTION PARISIENNE
34	SPORT À HUIS CLOS
38	MEDIACONNECT
40	LA GUERRE DES 11 JOURS
44	FACTSTORY : CAP SUR 2024
46	2021 EN BREF
48	MICHÈLE LÉRIDON : L'AGENCE CHEVILLÉE AU CŒUR
50	ORGANIGRAMME
52	PRIX & DISTINCTIONS

ÉDITO

FAITS MARQUANTS



© Anthony Wallace / AFP

**FABRICE
FRIES**
PRÉSIDENT-
DIRECTEUR
GÉNÉRAL

S'habitue-t-on à une pandémie ? Il faut le croire si l'on en juge par le maintien par l'Agence d'une couverture impeccable de l'actualité, en dépit des obstacles et d'une lassitude croissante devant les difficultés d'exercice du métier. En témoigne aussi le fait que, si l'on essaie de faire ressortir les faits marquants de 2021, à la différence de 2020 la pandémie n'écrase plus tout sur son passage. Pensons par exemple à trois épisodes, de nature évidemment très différente, qui pour l'AFP auront « fait » 2021 au moins autant que la Covid.

En août les Talibans entraient dans Kaboul. Nous y avions 11 salariés et un nombre équivalent de pigistes – signe s'il en fallait de la densité de notre réseau. L'opération d'évacuation de ceux des membres de notre personnel afghan, familles comprises, qui avaient demandé à quitter le pays avait été préparée très en amont par la direction du bureau et la direction régionale Asie. Le remarquable travail sur place de l'ambassade et des militaires français a permis la réussite de cette opération à risque, tandis que – moins spectaculaire mais tout aussi important – l'Agence se mobilisait à l'arrivée pour accueillir les familles. En parallèle, des renforts partaient pour Kaboul afin d'assurer la relève et maintenir la couverture des événements du pays : nos images, souvent exclusives, du départ des derniers militaires américains de l'aéroport de Kaboul feront l'histoire.

Changement d'ambiance : le 11 novembre – cela ne s'invente pas – l'Agence signait avec Google un accord reconnaissant et rémunérant les droits voisins de l'AFP. C'était l'aboutissement d'un long combat pour la

reconnaissance de la valeur de l'information. Plus de deux ans après le vote de la loi française, puissamment aidée en cela par une décision de l'Autorité de la concurrence française et un jugement de la cour d'appel, l'AFP obtenait doublement gain de cause : oui, les agences étaient bien éligibles au droit voisin ; et oui, elles l'étaient pour l'ensemble de leur activité, et pas seulement pour la partie – infime – de leur activité « B2C », l'AFP ayant très rarement un accès direct au lecteur. Les droits voisins vont permettre à l'AFP de compenser une partie de la perte de revenus tirés de ses clients presse, affaiblis par le transfert massif des ressources publicitaires vers les plateformes. Les accords commerciaux signés en parallèle permettent quant à eux d'espérer, en dépit de la rudesse de la bataille passée, que se noue désormais avec Google une relation plus constructive.

Enfin, cette fois dans l'atmosphère feutrée de l'hémicycle parlementaire à l'occasion d'une audition de fin d'année, la situation de l'AFP était ainsi résumée : « tous les voyants sont au vert ». En 2021, l'Agence a en effet affiché une nouvelle année de croissance solide. Son plan de transformation porte ses fruits, son désendettement est bien engagé, de nouveaux atouts la consolident – un produit vidéo qui rivalise avec les meilleurs, un leadership mondial dans l'investigation numérique, de nouveaux clients avec les plateformes. Bref, parler de redressement ne semble pas usurpé. C'est le fruit d'un effort collectif, qui ne doit pas être relâché mais qui montre que l'Agence est sur la bonne voie. Le message n'était pas si habituel dans la longue histoire de l'Agence pour qu'il puisse être rangé parmi les faits marquants de l'année.

2021

CRISE MIGRATOIRE

Novembre

L'Occident accuse le Belarus d'avoir orchestré un afflux de migrants en Pologne et en Lituanie, aux portes de l'Union européenne



NOUVEAU PRÉSIDENT AMÉRICAIN

20 janvier

Joe Biden est investi 46^{ème} président des États-Unis



ASSAUT DU CAPITOLE

6 janvier

Des centaines de partisans de Donald Trump prennent d'assaut le Capitole, voulant empêcher la validation de la victoire de Joe Biden



PUTSCH EN BIRMANIE

1^{er} février

L'armée birmane arrête la cheffe du gouvernement civil Aung San Suu Kyi et plusieurs de ses alliés lors de raids menés à l'aube



MORT DU PRÉSIDENT DU TCHAD

19 avril

Idriss Déby Itno meurt des suites de ses blessures subies au front contre des rebelles, son fils prend le pouvoir



COP26

13 nov

Près de 200 pays signent le «Pacte de Glasgow» pour limiter le réchauffement climatique sans assurer de le contenir à 1,5°C, l'objectif fixé dans l'accord de Paris



COUP D'ÉTAT AU Soudan

25 oct, 21 nov

Des militaires arrêtent le Premier ministre Abdallah Hamdok avant de le réinstaller à son poste un mois plus tard



TENSIONS ENTRE TAÏWAN ET LA CHINE

6 octobre

Le ministre taiwanais de la Défense déclare que la situation avec la Chine est «la plus sombre depuis plus de 40 ans» en raison des tensions militaires



PANDÉMIE DE COVID-19

Le seuil des 5 millions de morts dans le monde a été atteint le 1^{er} nov.

Le nombre de cas détectés est passé de 83 millions début janvier à environ 280 millions fin décembre

57,4% de la population mondiale a reçu au moins une dose de vaccin*



PHÉNOMÈNES CLIMATIQUES EXTRÊMES

Vagues de chaleur, inondations catastrophiques et feux de forêt amplifiés par le réchauffement climatique sèment le chaos sur la planète



ÉLECTIONS ALLEMANDES

26 septembre

Les élections fédérales se tiennent en Allemagne sans la chancelière Angela Merkel qui s'apprête à quitter le pouvoir après 16 ans de règne



TOURISME SPATIAL

16-18 septembre

Quatre touristes de SpaceX passent trois jours en orbite lors de la première mission spatiale de l'histoire sans aucun astronaute professionnel à bord



RETOUR DES TALIBANS AU POUVOIR

15 août

Les talibans prennent Kaboul sans rencontrer de résistance à la faveur du retrait des forces américaines et de l'Otan, poussant des milliers d'Afghans à fuir le pays



JO DE TOKYO

23 juillet - 8 août

Avec un retard d'un an en raison de la pandémie, les Jeux olympiques de Tokyo se déroulent quasiment à huis clos



L'AMAZONIE SOURCE DE CO2

14 juillet

Une étude révèle que le sud-est de l'Amazonie émet désormais du CO2 au lieu d'en absorber à cause du changement climatique et de la déforestation



L'ITALIE REMPORTE L'EURO 2020

11 juillet

L'Italie devient championne d'Europe de football en s'imposant aux tirs au but face à l'Angleterre



AFFAIRE PEGASUS

18 juillet

Une enquête révèle que des militants, journalistes et opposants du monde entier ont été espionnés grâce à un logiciel élaboré par l'entreprise israélienne NSO Group



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

L'ancien candidat à la présidence, le sénateur Bernie Sanders (D-Vermont), dans les gradins du Capitole avant que Joe Biden ne prête serment en tant que 46^e président des États-Unis, le 20 janvier 2021, au Capitole à Washington, DC.
© Brendan Smialowski / AFP

L'ANNÉE

VUE PAR...



**PHIL
CHETWYND**

DIRECTEUR DE
L'INFORMATION

« Notre réseau multilingue et multi-métiers est unique. Nous creusons l'écart avec nos concurrents en termes de fiabilité et de densité de couverture. »

Quelles ont été les priorités stratégiques au cours de cette année 2021 ?

L'AFP consolide sa position de leader et accélère sa croissance malgré une année encore marquée par la complexité de la gestion liée à la pandémie.

Nous avons finalisé notre projet immobilier en cohérence avec la réforme de notre rédaction parisienne qui passera dès début janvier 2022 de cinq services à huit pôles. Cette nouvelle rédaction multimédia rassemblée dans notre siège historique place de la Bourse est une évolution très attendue.

Il s'agit d'une nouvelle manière de travailler ensemble, intégrée et ambitieuse, en harmonie avec les nouvelles exigences de nos métiers. Les rédactions en chef multimédia France et internationales sont réunies, les équipes reportage photo et vidéo deviennent intégrées au cœur des équipes texte au premier étage, l'Infographie et la Documentation seront désormais installées ensemble pour renforcer leur coopération, entre autres innovations.

Cette organisation comporte deux pôles prioritaires nommés L'Avenir de la Planète et Monde Numérique. L'objectif est de proposer une approche globale, couvrir ces grandes tendances dominantes qui touchent tous les pays du monde et tous nos clients.

Le pôle Planète inscrit le thème de l'environnement dans l'avenir et abordera les sujets du climat, la transformation écologique, l'agriculture, l'industrie et l'économie verte.

Le pôle Numérique couvrira les nombreux enjeux de notre vie connectée.

Les conversations sur la couverture seront résolument multimédia et j'espère extrêmement stimulantes.

Les questions liées au réchauffement climatique et aux nouvelles technologies deviennent centrales pour l'AFP comme pour chacun de nous.

Oui, la couverture de la COP a montré ce que nous sommes capables de faire : utiliser la force du réseau de l'AFP pour approfondir les sujets et raconter d'autres d'histoires, se rendre dans des endroits où les autres ne peuvent pas aller. Nos packages créés avant la COP ont montré notre excellence dans le traitement de ces thématiques.

Nous étoffons les équipes dans ce pôle majeur : un fact-checkeur sur les questions climatiques, un référent coordinateur photo, un nouveau JRI.

Nous nous donnerons le même challenge en 2022 pour chercher de nouvelles ressources pour le pôle numérique.

La pandémie a été encore un sujet transversal au cœur des missions d'information de l'AFP.

La couverture de la pandémie s'est imposée comme une priorité pour l'Agence, en même temps qu'une mission de santé publique. Les médias du monde entier sont demandeurs d'informations vérifiées liées à l'évolution du virus, les mesures des gouvernements, la vaccination, les moyens de se protéger et les impacts sur la vie quotidienne.

À nous de fournir des ressources fiables pour mettre en perspective les données, fournir des éléments de compréhension utiles au plus grand nombre et préserver de la désinformation.

La gestion de la pandémie a rendu certains déplacements pratiquement impossibles. Beaucoup de sociétés comme la Chine ou l'Australie sont encore très enfermées. À Hong Kong, notre siège régional pour l'Asie, trois semaines de quarantaine strictes sont demandées pour chaque entrée sur le territoire.

Ces éléments pèsent sur la rédaction. Ils bousculent l'organisation personnelle et familiale de nos collaborateurs, la gestion quotidienne de leur santé et l'éducation des enfants.

À cela s'ajoute la lassitude du travail en virtuel pour des journalistes motivés par le terrain.

Les défis liés à la pandémie ont prouvé l'agilité, la résilience et le professionnalisme de nos équipes. Un de nos challenges pour les années à venir est de veiller à un niveau de satisfaction et de dynamisme au travail.

L'AFP s'est illustrée dans les couvertures complexes, donnant à voir la réalité vécue par les populations sur le terrain.

Nous sommes les yeux et les oreilles de nos clients sur les terrains réel et virtuel, qui sont devenus indissociables et complémentaires.

Notre réseau multilingue et multi-métiers est unique. Nous creusons l'écart avec nos concurrents en termes de fiabilité et de densité de couverture : plus de journalistes sur le terrain que nos concurrents, des bureaux disponibles et proactifs partout, une organisation éprouvée par notre grande expérience des zones hostiles et une cohésion d'équipe remarquable. La qualité de nos productions est unanimement reconnue par nos clients et la profession.

Je salue le courage et l'engagement de nos journalistes dans la couverture des guerres et conflits autant à Gaza qu'en Éthiopie, en Birmanie, bien entendu en Afghanistan et dans beaucoup d'autres endroits.

En Afghanistan, nous avons été capables d'accueillir nos collègues en danger et, en même temps, d'envoyer à Kaboul des reporters spéciaux venus du Pakistan, du Qatar et de Paris.

À Gaza, la réalité vécue par les populations a été montrée avec une grande variété de sources et d'images.

Comment comprendre la défiance croissante d'une partie du grand public pour les médias ?

La confiance dans les médias et envers les journalistes est fragilisée depuis quelques années.

Nous nous sommes toujours distingués dans cette bataille contre les *fake news* et nous allons investir encore davantage dans les années à venir. Nous voulons intégrer l'investigation numérique au maximum dans et en dehors de nos bureaux.

L'investigation numérique ne consiste pas seulement à débunker les fausses informations mais également à proposer une couverture qui témoigne de l'affrontement constant entre les faits et les mensonges. Les fact-checkers doivent être intégrés dans les rédactions pour créer le maximum de synergie. Menaces et violences sont devenues banales à l'endroit des journalistes. Nos équipes travaillent parfois sous une pression très inquiétante. Prendre soin d'eux est une grande priorité et une urgence. Nous les aidons à remonter tous les incidents, à déconnecter et gérer le stress.

Quels sont les nouveaux services et outils mis en place pour aider les clients dans l'utilisation des contenus ?

Outre notre fil d'actualité de référence, l'AFP propose une variété de services pour faciliter l'usage de l'information. Parmi eux, AFP News, l'accès unique à toute la production de l'agence et de ses partenaires, AFP Factcheck et ses enquêtes prêtes à diffuser, AFP Stories et son offre prête à publier sur les réseaux. Nous avons également intensifié notre collaboration avec les plateformes numériques.

En parallèle de la conversation en cours sur les droits voisins, nous travaillons avec Google sur deux projets éditoriaux d'envergure.

Le premier est une formation au fact-checking qui s'adressera à toutes les rédactions. Nombre de nos clients nous demandent comment travailler et se développer dans l'univers numérique.

Notre deuxième projet consiste dans la création de nouveaux modes de storytelling pour le téléphone mobile adaptés aux nouveaux modes de consommation de l'information. Intéresser une audience plus jeune est une priorité pour nous car c'est une priorité pour nos clients.

Nous devons développer nos structures et notre organisation pour traiter les besoins éditoriaux de nouveaux gros clients comme les institutions et les acteurs du numérique.

L'ANNÉE

VUE PAR...



**DALILA
ZEIN**

**DIRECTRICE
GÉNÉRALE**

« Le plan de transformation défini en 2018 a tenu jusqu'ici ses promesses, et même au-delà. »

Fin 2018, l'AFP annonçait le lancement d'un plan de transformation, pourriez-vous nous en rappeler le contexte ?

L'AFP a longtemps fait face à des difficultés financières. Entre 2014 et 2017 : baisse de ses recettes commerciales (-3.6%), augmentation des coûts (+3.7%), résultats déficitaires successifs, trésorerie sous tension permanente. Fin 2017, le niveau d'endettement est proche de 50 M€.

En 2018, le plan de transformation dessine une trajectoire pour les 5 ans à venir, avec pour objectif de redresser durablement les comptes de l'AFP, en retrouvant de la croissance et en réalisant un plan d'économie sans précédent sur les coûts.

Comment avez-vous mis en œuvre ce plan de transformation depuis trois ans ?

Notre ligne de conduite est de veiller en permanence à protéger ce qui fait la valeur de l'AFP : respecter le cadre social exigeant qui est le nôtre, ne prendre aucune décision qui pourrait affaiblir l'Agence sur le long terme, préserver les ressources nécessaires pour garantir notre exigence éditoriale et la densité de notre réseau. En termes d'investissements, nous avons focalisé les ressources dont nous disposons sur les investissements dont nous en avons le plus besoin, selon les axes stratégiques définis.

En termes de mise en œuvre, nous avons mené plusieurs chantiers structurants en parallèle et ce, même pendant la pandémie. Un Plan de Départs Volontaires a été finalisé en 2019, avec une optimisation de nos organisations au niveau du Siège. En complément de ce plan, nous pilotons le remplacement des départs en retraite en fonction des besoins de l'organisation. Le projet de regroupement des équipes du Siège sur un seul immeuble en réalisant des travaux d'adaptation Place de la Bourse a été mené pendant la pandémie et sera finalisé au premier semestre 2022. Il permettra des économies substantielles de 2,5 M€ par an et aura été un formidable accélérateur pour de nombreux chantiers pertinents pour l'Agence (sécurisation salles informatique, dématérialisation, etc). Le projet de nouvelle plateforme de diffusion des contenus a été lancé en 2019 avec là encore des effets transformateurs étendus pour l'Agence sur les plans commercial, marketing, technique et éditorial.

Quels sont les résultats sur la situation financière ?

Sur le plan des revenus, l'AFP a réussi à inverser la tendance, avec des recettes commerciales en progression de +3,8% sur la période 2018-2021. Cela a été possible grâce à trois moteurs, qui ont tous été particulièrement porteurs en 2021 : le développement de l'investigation numérique, la croissance de la vidéo

Des feux d'artifice illuminent le ciel au-dessus du stade olympique lors de la cérémonie de clôture des Jeux olympiques de Tokyo 2020, le 8 août 2021. © Charly Triballeau / AFP



et le développement du segment « entreprises et institutions », porté par notre filiale de production à la demande FACTSTORY. Ces activités en développement ont naturellement nécessité de nouvelles compétences et de nouvelles ressources.

Sur le plan des coûts, l'enjeu a été de réaliser les économies prévues dans le plan mais aussi de renforcer les moyens de l'Agence pour accompagner les activités en développement.

Les efforts réalisés dans le cadre du plan de transformation ont permis 11 M€ d'économie annuelle sur la masse salariale par rapport à 2018, avec 107 départs non remplacés à fin 2021 (sur les 125 prévus à cinq ans dans le plan) et 30 postes créés, notamment pour poursuivre le renforcement du réseau vidéo. En parallèle, l'AFP a progressivement renforcé ses effectifs dans les activités en forte croissance : l'équipe investigation numérique, qui était embryonnaire en 2018, compte désormais plus de 120 journalistes.

Ainsi, grâce aux efforts fournis dans le cadre du plan, l'AFP a réussi à limiter à 2,6% l'augmentation de ses coûts sur la période, tout en faisant face à des charges nouvelles incontournables, et en investissant dans les nouvelles ressources dont elle a besoin pour se développer.

Sur le plan de la trésorerie, le niveau d'endettement était proche de 50 M€ fin 2017 avec des échéances importantes à partir de 2031. L'AFP a mis en œuvre des actions pour réduire significativement le coût de sa dette et opérer un désendettement progressif d'ici fin 2028. Notre dette est passée à 39,5 M€ à fin 2021, malgré la rénovation complète de notre siège de la Bourse et l'investissement dans la nouvelle plateforme de diffusion des contenus.

Peut-on dire que l'AFP a désormais stabilisé durablement sa situation financière ?

Le plan de transformation défini en 2018 a tenu jusqu'ici ses promesses, et même au-delà. La situation financière s'est largement assainie avec, en plus du plan d'économie structurel, les effets conjoncturels favorables de la pandémie sur nos coûts en 2020 et dans une moindre mesure en 2021. Mais il faut garder à l'esprit que ce qui fait notre singularité, produire de l'information de qualité avec une présence internationale dans 151 pays, a un coût élevé, et nous expose naturellement à de nombreux aléas géopolitiques et économiques. Notre activité nécessite en permanence des investissements d'innovation, pour améliorer notre outil de production et répondre aux attentes de nos clients. L'AFP n'a pas d'actionnaire, ce qui lui garantit son indépendance, mais aussi l'oblige à préserver une situation financière saine pour faire face à ces enjeux et assurer son désendettement.

Nos bons résultats 2021 ne doivent pas nous faire oublier qu'il faut poursuivre les efforts sur tous les plans : la gestion rigoureuse des coûts, la défense de notre compétitivité et la réussite des opportunités de développement.

L'ANNÉE

VUE PAR...



PATRICE MONTI

DIRECTEUR
COMMERCIAL
ET MARKETING

« La plateforme AFP News, en tant qu'outil d'acquisition, a dépassé nos espérances, avec une proposition qui séduit le marché. »

Quels sont les faits marquants de l'année 2021 ?

Je dirais que le premier fait marquant de 2021, c'est que l'année a beaucoup ressemblé à 2020 au niveau de la situation sanitaire et de son impact sur nos conditions de travail. Et croyez-moi, c'est une frustration énorme pour les équipes commerciales de l'AFP de ne pas pouvoir aller à la rencontre de leurs clients. Mais après avoir fait preuve d'adaptabilité en 2020, elles ont su faire preuve de résilience en 2021.

Et cela se voit dans nos résultats, ce qui constitue pour moi le deuxième fait marquant de l'année. L'Agence a en effet réalisé de très bons résultats avec un développement de chiffre d'affaires commercial de près de 5 %. Nous avons réussi à maintenir nos résultats en 2020 et nous avons réussi à profiter à plein du rebond de 2021, et ce, sur la quasi-totalité des régions de l'Agence. Un succès dû à l'engagement des équipes, mais aussi aux performances de nos opérations de marketing digital ainsi qu'à l'exceptionnelle qualité de la production éditoriale bien entendu.

Quelles ont été les dynamiques de croissance de cette année ?

Nous avons continué à dérouler notre feuille de route stratégique, axée sur trois relais de croissance principaux : l'investigation numérique, la vidéo et la production à la demande pour les entreprises et les institutions.

2021 était une nouvelle année de croissance à deux chiffres pour l'investigation numérique à l'AFP. La désinformation ne cesse de progresser, et avec elle la nécessité de la combattre. L'AFP est aujourd'hui le leader mondial sur le sujet et continue à se développer de manière très agile et rapide dans ce domaine.

La vidéo quant à elle a connu de nouveau un gain soutenu de nouveaux clients, séduits par la richesse et la qualité de notre production. Cette formidable qualité a d'ailleurs été récompensée pour la deuxième année consécutive par l'*Association for International Broadcasting*.

Le *corporate* enfin, ou notre filiale de production à la demande FACTSTORY, a connu un rebond spectaculaire de son activité avec un développement d'une année sur l'autre de près de 50%.

Comment s'est passé le lancement d'AFP News, la nouvelle plateforme de distribution de contenus, dont 2021 est l'année du lancement commercial ?

C'était effectivement l'un des challenges de l'année que de lancer à la fois une nouvelle plateforme de distribution de contenus et une nouvelle offre commerciale. Et cela s'est très bien passé.

Lorsque nous avons lancé le projet AFP News, les attentes des clients ont été au cœur du projet. Et elles sont restées notre boussole pendant tout le développement de la plateforme.

Le résultat de ce focus continu, c'est que nous avons au final la combinaison d'une expérience utilisateur optimale et d'une nouvelle offre répondant parfaitement aux attentes d'une grande partie du marché, à savoir l'offre de packs de crédits permettant un accès décloisonné à l'ensemble de la production de l'Agence. Bien sûr, il est toujours possible de s'abonner selon une logique de fils illimités par produits pour les clients ayant des besoins importants mais l'offre de packs de crédits séduit beaucoup, parfois d'ailleurs en complément d'abonnements fils.

Nous avons déployé AFP News de manière séquencée tout au long de l'année, au fur et à mesure de la disponibilité de nouvelles fonctionnalités permettant d'embarquer de nouveaux groupes de clients et prospects. Nous avons fini l'année avec près de 150 clients actifs sur la plateforme, dont un nombre significatif de nouveaux clients. AFP News en tant qu'outil d'acquisition a clairement dépassé nos espérances initiales à ce stade de son déploiement.

Qu'en est-il de l'innovation au cœur des autres activités de l'AFP ?

Elle doit continuer et nous avons l'intention de lancer deux nouveaux produits courant 2022.

Le premier produit, lancé en mode *Minimum Viable Product*, sera l'audio puisque nous allons proposer aux acteurs de l'univers de l'audio d'utiliser les pistes sonores des productions vidéo de l'Agence.

Le deuxième produit en cours de construction pour le deuxième semestre sera lui plus spécifiquement dédié aux usages mobiles.

Mais nous allons aussi poursuivre le travail sur l'existant de nos offres, en particulier les offres numériques prêtes-à-publier de l'Agence, AFP Stories, ainsi que AFP Live.

Quels sont vos objectifs pour 2022 ?

Avant tout, revoir les clients de manière régulière ! C'est en les rencontrant dans leur univers que nous sommes le plus à même de comprendre leurs attentes, et donc de mieux y répondre.

Sinon, nous n'allons pas changer une stratégie qui fonctionne pour nous et nous allons donc continuer à capitaliser sur nos relais de croissance, en améliorant les offres et leur segmentation.

Côté AFP News, l'objectif sera d'accélérer le rythme de migration des clients de notre ancienne plateforme en suivant toujours la mise à disposition des nouvelles fonctionnalités. Cela ira de pair avec une pression commerciale et marketing soutenue sur le segment de prospects que nous avons identifié comme prioritaire, celui des *pure players*. Enfin, nous allons aussi proposer sur la plateforme au moins une nouvelle offre, celle d'un pack de crédits sans abonnement pour des clients ayant des besoins de notre production plus ponctuels.

Nous allons en fait tout simplement rester fidèle à notre stratégie tout en conservant l'agilité nécessaire pour savoir saisir rapidement les opportunités. C'est cette dualité de rigueur dans l'exécution et d'agilité qui commercialement fait la force de l'AFP aujourd'hui.



**HENRY
BOUVIER**

RESPONSABLE
DU PROGRAMME
HUB

TOUR D'HORIZON D'AFP NEWS

« En 2021 ont été lancés des chantiers essentiels comme la traduction intégrale de la plateforme en espagnol, allemand et portugais. Autre chantier de taille : la reprise intégrale des archives AFP et de ses partenaires sur les sept dernières années.

Les premiers retours clients ont été précieux pour l'amélioration continue de la plateforme. Etre à l'écoute des besoins des clients est au cœur de la démarche d'AFP News. Aucune fonctionnalité n'est développée sans avoir interrogé en profondeur un panel significatif des utilisateurs à qui elle est adressée.

Il nous faut maintenant accélérer la migration d'AFP Forum vers AFP News et pour cela compléter les fonctionnalités nécessaires pour intégrer les clients restants. Mais ce que l'on voit déjà c'est que la plateforme permet d'attirer des clients nouveaux et de générer ainsi des revenus supplémentaires pour l'Agence.

Nous devons continuer nos efforts pour améliorer encore les performances et la robustesse de la plateforme ainsi que la qualité de l'expérience utilisateur. Ce travail permanent, nous le faisons au fil de l'eau depuis le début du projet.

Il va falloir renforcer la qualité des résultats de recherches qu'AFP News remonte tout comme le contenu associé, ces photos et vidéos qui sont mises en avant notamment lorsque l'on lit une dépêche. Nous avons sur ce point de la marge de progression.

Enfin, il va nous falloir améliorer l'animation éditoriale afin de mieux mettre en avant la richesse et la diversité du contenu produit par l'AFP. C'est une des clés pour générer plus de téléchargements et donc plus de chiffre d'affaires. Ce qui est, après tout, la raison d'être de cette nouvelle plateforme et de la nouvelle offre sur laquelle elle est basée. »

L'ANNÉE

VUE PAR...



**ANNE
DELY**

**DIRECTRICE
DES ACHATS
ET DE LA
POLITIQUE
IMMOBILIÈRE**

« Grâce à la transformation du Siège, les équipes parisiennes de l'AFP sont enfin réunies ! »

Quels étaient les objectifs 2021 ?

Nous avons deux enjeux majeurs : le budget et le planning. Sur le budget, nous avons une enveloppe et aucun dépassement n'était envisageable. Nous avons réalisé un énorme travail de décomposition des lots en amont de la consultation des entreprises, pour sécuriser le coût du socle des travaux et chiffrer des options qui seraient activées ou non au fil de l'eau. Sur le planning, comme nous avons opté pour des travaux en site vide avec un recours renforcé au télétravail, nous voulions absolument tenir la promesse faite aux équipes d'une réintégration huit mois après le début des travaux.

Mais avant même de démarrer les travaux, nous avons deux grands défis à relever.

Le premier : vider entièrement un site de 10 000m² dans un contexte de télétravail intensif imposé par la pandémie !

L'équipe projet, accompagnée des référents aménagements de chacun des services, a mené cette opération en suscitant un véritable élan RSE collectif.

Diverses initiatives ont été mises en œuvre afin de donner une seconde vie aux objets non conservés : bourse aux livres, bourse aux images, redistribution de fournitures à des établissements scolaires, don de la vaisselle du restaurant d'entreprise à des ressourceries parisiennes, etc.

Que faire du mobilier et du matériel informatique de près de 900 postes de travail pendant les travaux ? Notre objectif était de le réutiliser au maximum dans le futur projet mais les nouveaux agencements imposaient certains changements. Le mobilier non conservé a fait l'objet de dons à des hôpitaux et à des créateurs d'entreprises parmi les proches de nos collaborateurs et le mobilier conservé a été confié à un prestataire de stockage sécurisé. Pour celui que nous avons eu besoin de renouveler, notre choix a été de faire appel à du mobilier professionnel de seconde main.

Le vidage de Bourse a été un accélérateur de numérisation de nos documents. Une opération spécifique a permis la dématérialisation de plus de 1 500 dossiers du personnel.

Au total, près de 26 tonnes de déchets et documents ont été détruits grâce au tri effectué par tous les collaborateurs et plus de 150 tonnes de meubles et objets obsolètes ont été récupérés et revalorisés par l'organisme Valdélia.

Premier défi réussi : cette opération réalisée en quelques semaines n'aurait pas été possible sans l'immense mobilisation de tous les collaborateurs de l'AFP.

Le second : externaliser la salle serveurs sans interruption de la production, en un temps record pour ne pas retarder le démarrage du chantier. La mobilisation et les efforts continus de l'équipe Infrastructure ont permis de mener cette opération délicate dans les temps : deuxième défi réussi.

Les travaux ont pu démarrer, comme prévu, début avril.

Entre ces deux étapes, les équipes ont travaillé à réaménager nos locaux de la rue Vivienne de manière optimale, pour permettre à tous les collaborateurs de pouvoir venir sur site par rotation, une à deux fois par semaine.

Ensuite, il n'y avait plus qu'à mener les travaux dans le calendrier prévu...



Quelles ont été les difficultés rencontrées pendant les travaux, notamment du fait de la pandémie ?

Notre réflexion sur l'aménagement du Siège a été menée en amont de la pandémie. Les attendus majeurs de ce projet étaient de regrouper l'ensemble des collaborateurs parisiens sur un seul site, d'accompagner spatialement la réorganisation de la Rédaction, de mettre en œuvre de nouveaux modes de travail dans des locaux plus agréables à vivre et plus collaboratifs. Les travaux devaient également offrir un bâtiment assaini et revalorisé et des infrastructures informatiques sécurisées.

Tout au long du projet, il a fallu s'adapter et prendre en compte de nouvelles attentes et contraintes.

- Gérer les imprévus, plus importants que d'ordinaire, du fait de la pandémie : absences pour cause de virus, problèmes d'approvisionnements de matières premières et de matériels.

- Faire face aux impondérables aléas de chantier : un bâtiment « remarquable » comme celui de Bourse n'est pas sans surprise quand on le met à nu.

- Profiter d'un immeuble vidé de ses occupants pour mener des opérations de maintenance lourde (nettoyage de façade, désamiantage, rénovation structure) entraînant plus de difficultés qu'initialement prévu.

Les travaux se sont malgré tout déroulés dans les temps, avec un décalage de seulement quelques semaines des premiers retours. Dès janvier 2022, les premiers salariés réintégraient l'immeuble Bourse : certains l'avaient quitté 10 ans plus tôt et le retour concordait avec une amélioration de la situation sanitaire. La redécouverte du bâtiment n'en était que plus joyeuse au sein de la nouvelle salle de rédaction !

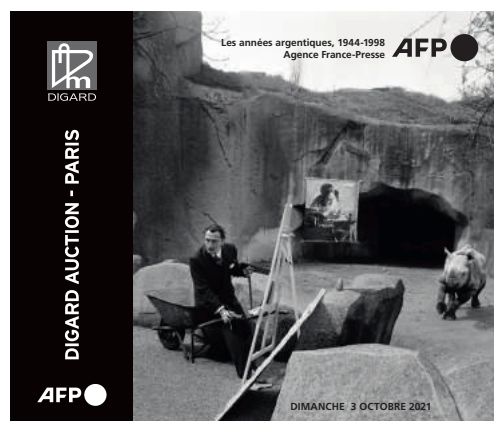
Quelles sont vos prochaines étapes ?

Les travaux se poursuivent jusqu'à mi-mai. Tous les collaborateurs auront réintégré le bâtiment d'ici la fin du premier semestre. L'accompagnement des équipes au sein de ces nouveaux aménagements est la prochaine étape importante.

Un groupe multidisciplinaire travaille sur les modes de vie à Bourse. L'objectif est de permettre à tous les collaborateurs de s'approprier les nouveaux usages liés aux nouveaux espaces et aux nouveaux outils et modes de travail (prise en main des outils de réservations de salles et de visio pour les réunions hybrides...). Il est également de profiter de notre nouveau Siège pour intégrer plus largement les bonnes pratiques pour l'environnement. Il est enfin de partager des règles de vie pour un usage optimal des espaces communs et collaboratifs plus nombreux et adaptés à nos différents besoins (concentration, travail en équipe, convivialité). La mise à disposition d'une salle silence (dans laquelle le téléphone est banni), d'un espace jardin pour déjeuner sur place en dehors du restaurant d'entreprise et d'installations pour mieux profiter de la terrasse du 7^e étage contribueront à remplir le rôle essentiel du projet d'améliorer la qualité de vie au travail de chacun et de mieux vivre ensemble.

2021

EN BREF



« Les années argentiques » : 1^{ère} vente aux enchères de l'AFP

Le 3 octobre 2021 à Paris, l'AFP a réalisé la première vente aux enchères de son histoire, chez we are_ et sur digard.com, rendant disponibles près de 200 photographies tirées de ses archives, dont certaines devenues cultes. C'était l'occasion d'acquiescer un tirage unique d'un instant emblématique jusque-là réservé aux grands médias internationaux. Avec cette première vente aux enchères photo, l'Agence dévoile une partie de son fond argentique, qui compte plus de six millions de clichés (des années 1920 à 1997), dont 350 000 documents sur plaque de verre.

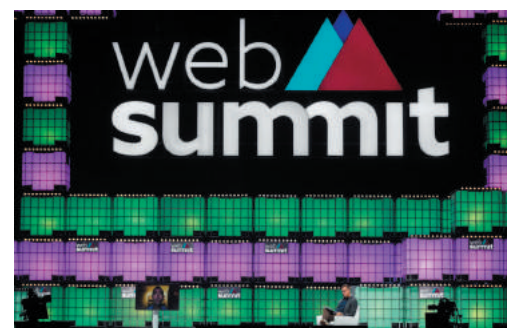
Une photo de Serge Gainsbourg brûlant un billet de banque a été le plus grand succès de cet événement inédit, qui a totalisé des ventes de près de 300 000 euros.

Les recettes de cette première vente intègrent le chiffre d'affaires de l'Agence. Elles serviront notamment à la numérisation de l'immense fond photographique.



L'AFP en force à la conférence Trust in News

Trois journalistes AFP de l'équipe d'investigation numérique ont pris part à la conférence Trust in News organisée par la BBC, visant à partager des connaissances sur la lutte contre la désinformation. Les intervenantes de l'AFP présentes étaient : Katarina Subasic, fact-checkeur senior en charge de la Serbie, Bosnie, Croatie et Monténégro, Maria Clara Pestre, journaliste fact-checking basée au Brésil et Sophie Nicholson, adjointe à la rédaction en chef investigation numérique et réseaux sociaux.



L'AFP au Web Summit 2021

Sophie Huet, rédactrice en chef centrale à l'AFP, a participé au Web Summit de Lisbonne le 2 novembre 2021. Intervenant sur le sujet « Rester calme en temps de reportage de crise », elle a présenté un état des lieux et a partagé des pistes de réflexion pour 2022.



« Retour sur Terre » : une exposition à partir des dépêches AFP

Le 7 octobre 2021, l'université Côte d'Azur a organisé une journée d'exposition consacrée aux dépêches AFP sur la mission Apollon XI. Ces quelques 1 300 dépêches, datant du 16 au 24 juillet 1969, représentent un compte rendu historique des premiers pas sur la Lune, ainsi que des informations sur l'influence de cet événement sur le monde de l'époque. Une conférence et des tables rondes sur des thématiques autour de la société, de l'environnement et du rapport nature/culture ont également eu lieu, en présence de Grégoire Lemarchand, rédacteur en chef investigation numérique à l'AFP.



Pandemia, un beau livre pour l'Histoire

L'AFP et les éditions Les Arènes ont publié un ouvrage unique : « Pandemia – Ce que nous avons vécu ». Ce livre de 500 photos raconte l'année qui a changé le monde et rend hommage à la solidarité et à la créativité humaine observées à travers la planète pendant la pandémie. Pendant des mois, l'actualité du monde entier a tourné uniquement autour du Covid et toute la production photo de l'Agence également. Les photos de cet ouvrage sont accompagnées des textes de Florence Aubenas, Gaël Faye, Francesca Melandri, Susie Morgenstern, Charles Pépin.



L'AFP partenaire du festival *Et maintenant ?* avec France Culture et Arte

En amont du festival Et maintenant ? ayant eu lieu le 29 novembre 2021 à la Maison de la Radio et de la Musique, l'AFP s'est associée à France Culture et Arte pour le lancement d'une vaste enquête sociologique destinée aux 18-30 ans et portant sur cinq thèmes : l'éducation, le travail, la démocratie, l'intimité et la science.

Les résultats de ce questionnaire, élaboré avec la directrice de recherche au CNRS et sociologue Monique Dagnaud, ont inspiré la programmation du festival qui a été ponctuée de rencontres, performances scéniques et débats.



« À bonne distance(s) », une grande exposition photo AFP à Rabat

Entre mars et juin 2021, l'AFP a présenté « À bonne distance(s) », une exposition de plus de 200 images au Musée national de la Photographie à Rabat, en partenariat avec l'Institut français du Maroc et la Fondation des musées du Maroc. L'objectif de ces images, prises par des photographes de l'AFP pendant la pandémie de Covid-19, a été de montrer la capacité de résilience des humains depuis l'apparition du virus dans le monde entier, et de mettre en valeur le travail des reporters fortement mobilisés pour témoigner de cette période.

DOSSIER

LA PRISE DU CAPITOLE



**ÉRIC
BARADAT**

RÉDACTEUR
EN CHEF PHOTO
AMNORD



**JIHAN
AMMAR**

RÉDACTRICE
EN CHEF VIDÉO
AMNORD

NDLR : Éric Baradat a été nommé, le 24 novembre 2021, directeur adjoint de l'Information pour la photo, l'infographie, la data et la documentation et Jihan Ammar a été nommée, le 7 mai 2021, adjointe à la rédaction en chef vidéo France.

« Personne n'aurait imaginé ce qui s'est produit ce 6 janvier à Washington lors de ce grand rituel de la démocratie américaine qu'est la proclamation par le Congrès des résultats de l'élection présidentielle. »

5am

Un de nos photographes avait eu une brillante idée : poster deux reporters dans un des bus du convoi des *Trump supporters* en route pour assister au discours du Président pendant le trajet depuis Boston vers le centre-ville de Washington dans la nuit de mardi à mercredi.

Après une nuit courte et particulièrement agitée du fait de l'euphorie des supporters, notre photographe et notre vidéaste ont été débarqués au petit matin à Washington à la Union Station, à quelques kilomètres à pied de la Maison Blanche où allait avoir lieu l'évènement.

La ville avait un aspect désertique. C'était l'hiver, une température glaciale. Les gens étaient en télétravail du fait du Covid. Peu de voitures. Le périmètre autour de la Maison Blanche était bouclé, les routes fermées par des blocs de ciment gigantesques.

Tout le monde s'attendait à une grande journée. C'était une grande fête pour les Trumpistes. L'occasion de voir leur Président en chair et en os une dernière fois à Washington. Une foule immense, des dizaines de milliers de casquettes rouges venus de toute l'Amérique se sont rassemblées devant la tribune mise en place pour attendre le discours du président sortant Donald Trump en fin de matinée. Nous savions avant même le vote que le président Trump n'accepterait pas les résultats, prétextant une fraude généralisée. Nous ne savions pas en revanche à quel point les supporters allaient exprimer leur protestation.

En y repensant, il y avait beaucoup d'indices sur ce qui allait se passer ce jour-là. Il était tellement impensable de voir ce genre de scène aux États-Unis que personne ne pensait que cela pourrait dégénérer à ce point.

11am

La foule était survoltée, quasi-intenable. L'arrivée de Trump sur scène a achevé de les déchaîner. Au lieu d'un discours traditionnel, Donald Trump a prononcé un discours de colère appelant à marcher sur le Congrès.

Nous avions des photographes à la Maison Blanche, des photographes et vidéastes pour couvrir le discours de Trump, des reporters expérimentés à l'intérieur du Capitole et des photographes et vidéastes postés le long de la route et à l'extérieur du Capitole depuis tôt le matin.

Après ce discours virulent d'une demi-heure, la foule s'est dirigée d'un bloc vers le Capitole. Les images d'un de nos vidéastes fixe depuis l'extérieur du Capitole, nous ont permis de nous rendre compte de cette marée humaine déferlante.

Deux vidéastes filmeront une immense foule depuis deux angles différents franchissant les barrières du bâtiment pour rentrer. De violentes confrontations avec les forces de police du Capitole ont commencé. Des documentaires réalisés après la prise du Capitole ont démontré que les manifestants s'étaient organisés stratégiquement par petits groupes pour envahir le bâtiment.

Un troisième journaliste vidéo AFPTV était en position reculée en train de faire



Des partisans du président américain Donald Trump, dont le membre du groupe conspirationniste QAnon Jake Angeli, alias Yellowstone Wolf (C), entrent dans le Capitole américain le 6 janvier 2021, à Washington, DC. Des manifestants ont violé la sécurité et sont entrés dans le Capitole.
© Saul Loeb / AFP



Richard Barnett, un partisan du président américain Donald Trump, assis dans le bureau de la présidente de la Chambre des représentants Nancy Pelosi alors qu'il manifeste à l'intérieur du Capitole américain à Washington, DC, le 6 janvier 2021.
© Saul Loeb / AFP



Retrouvez le rapport annuel 2021 sur AFP.com

de superbes images de ces gens sur les installations détruites de l'autre côté du Congrès, son *live* a duré plusieurs heures.

Les manifestants sont devenus rapidement agressifs vis-à-vis des journalistes. Une des nôtres s'est faite menacer et insulter à de nombreuses reprises.

Mais sur le moment, c'était proprement inimaginable. La foule scandait « stop the steal » (arrêtez le vol) dans les jardins. Avec l'effet de foule, les barrières physiques et policières ont progressivement toutes cédé.

2pm

Le Tout-Washington était à l'intérieur du Capitole : 435 membres de la Chambre des représentants, les délégués de Washington DC, les représentants des autres territoires, 100 sénateurs et leurs escouades d'attachés parlementaires... Y compris Mike Pence, le numéro 2 du gouvernement sortant, en train de vérifier les votes du collège des grands électeurs – la dernière étape dans le processus électoral.

La foule s'est infiltrée des deux côtés. Les manifestants détruisaient côté Ouest la monumentale tribune mise en place pour l'investiture tandis que les manifestants à l'Est se mettaient à attaquer portes et fenêtres pour s'engouffrer par centaines dans le Capitole.

La tribune où Joe Biden allait prêter serment s'est décomposée sous nos yeux.

Le Capitole, lieu de pouvoir sacré pour tous les Américains, s'est trouvé envahi de milliers de gens hurlants. Nous sommes restés bouche-bée devant la violence réelle et symbolique de ces actes.

Les services secrets et la police étaient dans un état d'alerte maximale.

Notre priorité absolue : l'extrême vigilance pour la sécurité de nos équipes.

La vidéaste Diane Desobeau, qui a subi des menaces et des violences verbales raciales et sexistes, a filmé en *live* la première vague de la foule franchissant les barrières du Congrès à l'extérieur avant de rejoindre Agnès Bun.

Agnès et Diane ont filmé la foule prenant à partie les équipes de AP restées sur place, vandalisant leurs équipements sous leurs yeux. Le fait d'être deux leur a permis de se protéger. Les images très fortes montraient la colère des manifestants.

Très peu de journalistes vidéo sont allés à l'intérieur. Il était très dangereux d'entrer et le matériel à transporter était très contraignant. Parmi les grands médias, une seule équipe TV composée de trois hommes a réussi à filmer. Les UGC (User Generated Content) de quelques vidéastes indépendants et courageux sont sortis. Et c'est seulement à ce moment que tout le monde a pu voir la terreur. A l'intérieur, Saul Loeb, un de nos photographes spécialistes du Capitole et de la politique, avait profité d'une suspension de séance pour aller transmettre ses clichés. Soudain les hauts parleurs ont diffusé un message d'alerte dans tout le bâtiment. « Réfugiez-vous où vous êtes. Fermez la porte et ne bougez pas. » Saul Loeb s'est enfermé dans un bureau. Pareil pour Olivier Douliery un peu plus loin qui s'est retrouvé coincé par la sécurité du bâtiment dans un bureau avec des attachés parlementaires.

Les manifestants, venaient d'entrer, par l'avant et l'arrière du Congrès, suivis par un autre photographe, Roberto Schmidt, qui avait escaladé avec eux un échafaudage. Roberto et Saul se sont croisés sans le savoir à l'intérieur dans le chaos.

Après quelques instants enfermés, Saul s'est décidé à ressortir pour prendre des photos.

Sa parfaite connaissance du Capitole lui a permis, en passant par les étages supérieurs, de se déplacer en sécurité relative à l'intérieur du bâtiment pour aller aux endroits où les insurgés étaient en train de se confronter avec la police.

Il n'y avait pas beaucoup de policiers à l'intérieur. Le danger était partout.

Des photos incroyables, devenus célèbres, ont été prises : l'homme à la tête de bison dans le Capitole, un des trumpistes avec les pieds sur le bureau de la Nancy Pelosi, la cheffe des Démocrates au Congrès, des scènes de chaos absolument impensables, les gens qui se promenaient avec des tableaux sous le bras.

Le Capitole représente pour les Américains et le monde entier un sanctuaire de la démocratie. Ces scènes de coup d'état ont été vécues par bon nombre d'entre eux comme une profanation.

6pm

La Police était depuis longtemps dépassée. Un débat avait lieu au sein du Gouvernement : l'armée doit-elle ou non intervenir ?

Les renforts sont arrivés près de trois heures après le début de l'invasion. C'était



Des supporters de Trump se heurtent à la police et aux forces de sécurité alors que des personnes tentent de prendre d'assaut le Capitole américain à Washington D.C. le 6 janvier 2021.
© Joseph Prezioso / AFP

la première fois de l'histoire des États-Unis que l'armée et la garde nationale sont intervenues dans le Capitole avec des armes. Ils ont mis des heures à reprendre le contrôle.

Les affrontements ont continué jusqu'en fin de soirée. La situation restait tendue. Un couvre-feu était entré en vigueur dans la ville dès 18h.

A compter de ce moment, le Capitole et ses alentours sont devenus une *green zone* avec murs de ciments, armée, camions blindés et militaires dans les rues.

Comment avez-vous vécu cet événement, sachant que les bureaux de l'AFP à Washington se situent à quelques centaines de mètres du Capitole ?

Nous avions tous envie d'y aller. Pendant les deux premières heures de la Prise du Capitole, nous avons reçu très peu de photos de l'intérieur. Les réseaux téléphoniques étaient soit saturés soit brouillés. Difficile à croire pour l'une des villes les plus connectées au monde. Nous ne savions pas ce que nos journalistes sur le terrain avaient réussi à filmer et photographier. Il a fallu que nos photographes se rapprochent du Capitole et qu'ils se connectent sur le wifi Presse du Capitole pour finalement parvenir à nous transférer leurs images. Là, nous avons compris. Côté vidéo, nous sommes restés *live* pratiquement pour toute la journée.

Du fait de l'expérience de nos journalistes, et grâce également à un peu de chance, nous avons réussi à avoir une couverture incroyable de ce qui se passait, illustrer tous les angles de l'histoire qui se déroulait sous nos yeux. Nous avons réussi à diffuser les images dans un temps record.

Combien de temps a pris le retour à la normale ?

Les militaires sont restés plusieurs mois sur place. Les images prises par Saul Loeb des militaires qui dormaient par terre dans les couloirs du Capitole étaient impressionnantes. Nous croisions des véhicules blindés en allant au bureau. C'était très difficile de se rendre à Washington et d'y circuler. Cette capitale, plutôt reconnue pour être une carte postale avec un flux permanente de touristes, était transformée en zone militaire impénétrable et méconnaissable.

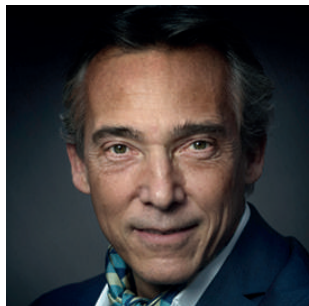
Nous n'avons déploré aucun blessé, ni perdu de matériel. Seulement quelques menaces intolérables, mais pas de violence physique sur nos équipes. Ce fût un grand soulagement.

Cette prise du Capitole a eu lieu après des mois de situations exceptionnelles émeutières à Washington dû au mouvement *Black Lives Matter*. De ce fait, nos équipes commençaient à avoir l'habitude de travailler dans des environnements hostiles, s'étant aguerries aux situations de tension. Il est très étrange de voir des journalistes de Washington, ville d'ordinaire particulièrement calme et paisible, équipés de casques et de gilets anti-émeutes.

C'est une journée qui restera gravée dans nos mémoires et dans l'histoire des États-Unis.

FOCUS

NÉGOCIATIONS SUR LES DROITS VOISINS



**CHRISTOPHE
WALTER-PETIT**

DIRECTEUR
JURIDIQUE

« La signature de cet accord entre l'AFP et Google est une victoire. Cela contribue à rééquilibrer partiellement la perte de chiffre d'affaires subie par l'Agence par la captation des revenus publicitaires des grandes plateformes. »

Résumez-nous la problématique des droits voisins.

C'est l'industrie du phonogramme qui, dans les années 80, est à l'origine des premiers droits voisins. Le producteur, malgré les investissements importants engagés pour la production musicale, ne bénéficie pas de droits d'auteur, à l'inverse du musicien, ce qui venait obérer sa viabilité à terme. Les entreprises de ce secteur ont milité pour qu'un droit voisin du droit d'auteur leur reconnaissant un droit exclusif d'exploitation de leur production.

En ce qui concerne la presse, les éditeurs et agences dépensent beaucoup d'argent pour la production de leurs contenus, et les plateformes se sont arrogées le droit de les diffuser auprès des internautes sans avoir jamais négocié de licence d'exploitation et sans jamais rémunérer les médias.

Pourquoi l'usage de la législation du droit d'auteur ne suffit-elle pas ?

Il est vrai que le droit d'auteur vient protéger les contenus de presse. Mais il s'agit d'un droit très formaliste, qui nécessite que l'originalité soit démontrée au juge œuvre par œuvre. Il ne peut être revendiqué, d'un point de vue pratique, pour les 4 000 dépêches ou les 3 000 photos quotidiennes produites par l'AFP.

Devant cette difficulté pratique, éditeurs et agences de presse ont milité en faveur d'un droit voisin sur leurs contenus lorsque celui-ci est repris par les plateformes. Il vise à protéger les investissements réalisés par les agences et éditeurs dans la production de leurs contenus.

Google tire un revenu direct et indirect des contenus produits par les médias : direct quand des publicités sont associées aux contenus présentés, et indirect car l'affichage de ces contenus permet de conserver l'internaute dans l'écosystème Google et ainsi le confronter à des publicités présentes ailleurs dans cet écosystème. Google est ainsi devenu un moteur de réponse et plus seulement un moteur de recherche. Ce maintien de l'internaute dans son écosystème permet également à Google de collecter une quantité considérable de données et d'en tirer profit.

Comment a débuté cette négociation capitale sur les droits voisins ?

La problématique des droits voisins remonte à 2016, lorsque l'Agence France-Presse a répondu à une consultation de la Commission européenne sur l'opportunité de la mise en place d'un droit voisin, qui à l'époque n'était envisagé qu'au bénéfice des éditeurs de presse. L'AFP y a répondu en insistant sur le fait que ce droit voisin à naître devait également concerner les agences de presse.

Le droit voisin a pour objet de rééquilibrer la valeur perdue par les médias et cette valeur a été perdue par les éditeurs de presse tout autant que par les agences.



Le PDG de l'AFP Fabrice Fries (à droite) pose avec le vice-président et directeur général France de Google Sébastien Misseff au siège de l'AFP, à Paris, le 17 novembre 2021. © Thomas Coex / AFP

Quelle a été la réception de ce nouveau texte ?

Finalement la Directive du 17 avril 2019 a consacré le droit voisin au bénéfice des éditeurs et agences de presse au niveau européen et la France a, la première, transposé cette Directive dans la loi du 29 juillet 2019. Dès l'adoption de cette loi, Google a informé les éditeurs qu'en cas de refus de concéder à Google une licence gratuite pour la reprise de leurs contenus, ils seraient exclus du moteur de recherche. L'APIG, le SEPM et l'AFP ont alors saisi l'Autorité de la concurrence pour agissement anti-concurrentiel assorti d'une demande de prise de mesures conservatoires.

L'Autorité de la concurrence a rendu le 9 avril 2020 une décision en urgence, avant sa décision au fond, imposant des négociations encadrées dans un délai précis pour déterminer les modalités de ce droit voisin. L'AFP a constaté que les négociations n'avaient pas abouties à l'issue du délai et a dû saisir à nouveau l'Autorité pour non-respect de ces mesures conservatoires.

Quelle a été la réaction de Google ?

Google ayant fait appel de ces mesures conservatoires, l'AFP a dû intervenir devant la cour d'appel de Paris en parallèle de la nouvelle action devant l'Autorité pour non-respect des mesures conservatoires. L'arrêt de la cour d'appel, rendu le 8 octobre 2020, a clairement confirmé les mesures prises par l'Autorité. Sur la seconde saisine relative au non-respect des mesures conservatoires, l'Autorité, dans une décision du 12 juillet 2021, a considéré qu'en effet les négociations n'avaient pas été menées de bonne foi par Google et a condamné cette dernière à une amende record de 500 M€.

Cela a modifié sensiblement la nature de vos négociations avec Google ?

Oui. La clarté de la décision de l'Autorité sur la notion de publication de presse et l'amende record infligée à Google nous ont permis de finaliser ces négociations qui sont restées cordiales mais tendues jusqu'à la signature d'un accord entré en vigueur le 15 novembre 2021.

Comment avez-vous vécu cet épisode ?

Nous avons tenu bon. Google a souhaité au départ mélanger des accords commerciaux avec le droit voisin en amalgamant l'un et l'autre, l'Agence a toujours refusé.

La pression a toujours été très forte parce que les montants envisagés pour les contrats commerciaux n'étaient pas négligeables ; en les refusant, nous nous privions d'une source de revenus importante immédiatement disponible face à une entreprise rompue à la stratégie d'épuisement juridique. Pour autant, nous avons toujours eu pour exigence d'avoir un droit voisin encadré dans un contrat ne visant que le droit voisin. Un accord commercial est un accord qui a par essence une durée de vie limitée tandis qu'un accord sur le droit voisin, dont le fondement est dans la loi, a vocation à durer dans le temps.

L'AFP a donc conclu avec Google un accord mondial sur les droits voisins pour l'ensemble de l'Union européenne qui est couvert par la directive mais tous les pays n'ont pas encore transposé cette directive dans leur législation nationale ?

A la différence des éditeurs, l'AFP a une audience internationale et ses contenus sont repris à peu près partout dans le monde. N'ayant aucune envie de multiplier les procédures onéreuses et chronophages devant les autres Autorités de la concurrence de chacun des Etats membres, nous avons souhaité dès le départ avoir une négociation globale avec Google qui est également une société internationale. Alors même que la Directive n'est transposée que dans quatre pays, l'AFP a réussi à négocier un accord global.

DOSSIER

LA CHUTE DE KABOUL



**DAVID
FOX**

**DIRECTEUR
DE BUREAU
POUR
L'AFGHANISTAN
ET LE PAKISTAN**

« Le vaste réseau de l'AFP s'est une fois de plus révélé dans ces circonstances. Beaucoup de collaborateurs avaient déjà été en poste dans la région, ils ont donc aidé à la couverture grâce à leurs connaissances. »

Comment s'est organisée l'évacuation du personnel de l'AFP ?

Nous avons immédiatement mis en place un plan d'évacuation que nous avons commencé à élaborer l'année passée. Nous devions nous organiser pour obtenir des visas français, ou une promesse de visas, pour la rédaction, mais également pour beaucoup d'autres personnes – nos cuisiniers, nos chauffeurs... tous ceux qui avaient mangé un croissant au bureau de l'AFP à Kaboul nous demandaient de l'aide !

Les évacuations ont commencé le 16 août, nous avons redirigé la plupart de nos équipes vers l'ambassade française à Kaboul, et de là ils ont été transportés jusqu'à l'aéroport. Les équipes de l'AFP présentes là-bas se disaient calmes et soulagées, comparé au chaos en ville, mais tout ne s'est pas déroulé facilement. L'un de nos collaborateurs disait ne jamais avoir eu l'intention de quitter l'Afghanistan, mais il décida à la dernière minute d'entrer dans l'ambassade avec tout le monde – alors qu'il n'avait ni passeport ni visa. Heureusement, les autorités françaises ont été conciliantes.

Au total, nous avons évacué presque 60 personnes de Kaboul – des collaborateurs et leurs familles.

Quelques jours après la chute de la ville, il ne restait plus que moi et deux membres de la rédaction : Wakil Kohsar, notre extraordinaire responsable photo et Emal Haidary, notre reporter, qui sera évacué quelques mois plus tard. Nous étions le seul bureau toujours ouvert et il ne restait peut-être que quatre ou cinq journalistes étrangers à Kaboul, dont moi.

Ce qui m'a fait rester était la crainte que si nous abandonnions le bureau, les talibans s'empareraient tout simplement des lieux – comme ils avaient pu le faire avec Reuters – et que nous n'aurions plus de bureau si nous décidions de revenir. De plus, l'AFP est très fière de son histoire en Afghanistan : nous avons eu une présence ininterrompue dans le pays depuis des décennies, en temps de guerre comme de paix.

Au deuxième jour, je crois, de la prise de pouvoir, quatre talibans sont entrés dans le bureau, armés, m'exigeant de leur dire qui j'étais, ce que je faisais, et pourquoi je n'avais pas évacué les lieux. La tension était palpable, mais nous avons réussi à négocier avec eux et après une trentaine de minutes – et beaucoup de thé vert afghan – ils se sont calmés et ont quitté les lieux, en disant qu'ils reviendraient le lendemain.

En fait, nous ne les avons revus au bureau que trois semaines plus tard, mais ils nous ont laissé tranquilles.

Le bureau est une grande maison sur deux étages que l'AFP occupe depuis à peu près huit ans. À l'étage se situent les chambres des collaborateurs étrangers, et le bureau occupe le rez-de-chaussée. L'équipe habituelle est composée d'un journaliste étranger francophone et d'un journaliste étranger anglophone et huit ou neuf collaborateurs locaux – pour le texte, la vidéo et la photo.

En août dernier, Jay Deshmukh était notre directeur du bureau à Kaboul et Elise



Un soldat américain pointe son arme vers un passager afghan à l'aéroport de Kaboul, le 16 août 2021. © Wakil Kohsar / AFP



Des combattants talibans montent la garde dans un véhicule au bord de la route à Kaboul, le 16 août 2021. © AFP

Blanchard notre journaliste francophone ; ils ont été évacués tous les deux. Moi, je supervise les opérations depuis Islamabad comme directeur du bureau pour le Pakistan et l'Afghanistan, mais je me trouvais à Kaboul au moment de la prise de pouvoir – il s'agissait de ma première visite au bureau depuis ma nomination quelques mois plus tôt.

Le mérite pour le plan d'évacuation revient à Jay. Ce fut une vaste entreprise. Il s'est chargé du personnel – ce qui demandait parfois de les bousculer un peu – pour que leurs papiers soient en règle. C'est lui qui a discuté avec les autorités françaises avant, pendant et après que les collaborateurs et lui furent évacués. Rien n'aurait été possible sans son immense travail, mais nous avons également reçu une grande aide des collègues du Siège à Paris, de la direction régionale à Hong Kong et d'ailleurs.

Comment avez-vous réussi à travailler après l'évacuation de vos collègues ?

C'était un incroyable défi que d'évacuer tous les collaborateurs et de continuer à couvrir l'actualité en même temps.

Les personnes évacuées ont essayé de contribuer depuis l'étranger, mais la plupart des fonctionnaires afghans étaient également partis et nous n'avions pas leurs coordonnées. Il était donc difficile d'avoir des informations sur le terrain. Nous devions nous contenter de ce que l'on voyait de nos propres yeux, mais c'était tout aussi compliqué au vu des restrictions de déplacement.

Le bureau est situé dans la « zone verte », et tout ce secteur avait été évacué. Pendant des semaines, nous avions la seule maison occupée dans ce secteur – alors qu'il comptait plus de 150 maisons – et j'étais parfois seul au bureau plusieurs jours durant, avec des chats errants pour seule compagnie. Les talibans contrôlaient l'entrée et la sortie de la zone. Le droit de passage dans un sens comme dans l'autre dépendait de leur humeur.

J'essayais de sortir deux à trois fois par jour. Au bout d'un moment, les gardes me reconnaissaient et me laissaient circuler comme je l'entendais, me prenant au passage pour un étranger complètement fou. Nous possédons trois voitures de fonction AFP mais ils ne me laissaient pas les prendre pour sortir. Il fallait donc que je conduise jusqu'au portail, que je sorte et prenne un taxi pour faire mon travail, puis que je reprenne un taxi pour rentrer, marcher vers la « zone verte » puis conduire dans cet espace déserté.

Quelques semaines plus tard, j'ai rencontré un très haut fonctionnaire taliban qui m'a donné un papier me permettant de conduire où je voulais. Enfin ! Puis j'ai engagé un nouveau chauffeur – vous pouvez me croire, vous ne voulez pas conduire à Kaboul...

Une fois encore, le vaste réseau de l'AFP s'est vraiment révélé dans ces circonstances. Beaucoup de collaborateurs avaient déjà été en poste dans la région, ils ont donc aidé à la couverture grâce à leurs connaissances.

Justement, comment avez-vous « reconstitué » le bureau ?

Nous avons tout bonnement relancé le bureau à partir de zéro. La première embauche a été un nouveau responsable administratif. J'avais besoin de quelqu'un qui sache comment payer les factures, où s'approvisionner, ce genre de choses. Il m'a ensuite aidé à embaucher de nouveaux chauffeurs, un cuisinier, un agent d'entretien. Nous avions besoin d'un lieu de travail et de vie fonctionnel.

Trouver de nouveaux membres pour la rédaction était cependant très difficile. Presque tous les journalistes afghans parlant français ou anglais étaient partis. La seule option qui me restait était d'engager de jeunes étudiants enthousiastes et de les former. Ils devaient être capables de tenir tête aux talibans, d'interroger leurs fonctionnaires...

Au début, nous avons souvent fait appel à des envoyés spéciaux, des collaborateurs confirmés de l'Agence missionnés pour un mois ou six semaines pour aider. Mais il fallait obtenir des visas afghans, or très peu d'ambassades afghanes étaient encore en activité. Pendant des semaines, il n'y a pas eu de vols commerciaux, et les routes étaient considérées trop dangereuses.

Trouver des collaborateurs étrangers prêts à venir pour un ou deux mois fut plus simple. Les volontaires étaient nombreux pour venir au bureau de Kaboul et d'Islamabad. Photographes, rédacteurs et JRI sont venus du monde entier : Paris, Bruxelles, Nicosie, Turquie, Norvège, Allemagne et même des États-Unis, ennemis jurés des talibans. Pour la première fois, l'AFP a aussi transféré un reporter arabophone en mission spéciale – Rouba El Husseini du bureau de Beyrouth – qui a réalisé une formidable série de reportages sur la situation des femmes dans le pays. Cet engagement a permis de montrer la force de l'AFP.

Comment voyez-vous la future direction du bureau à court terme ?

Heureusement Jay, le directeur du bureau de Kaboul, est désormais de retour. Nous l'avions évacué au tout début du fait de sa nationalité indienne vu qu'historiquement il y a des tensions entre les talibans et New Delhi. Nous avons désormais plus de 20 nouveaux collaborateurs uniquement en CDD. Certains voudront quitter le pays dès qu'ils en auront l'opportunité, d'autres sont conscients de l'engagement de l'AFP ici et réfléchissent sérieusement à leur avenir avec nous.

Avez-vous subi des pressions des talibans ?

Il n'y a pas eu de réelle tentative de manipulation de notre couverture de leur part mais, pour être honnête, le combattant taliban moyen a peu de chances d'être lettré et n'a aucune idée de qui nous sommes. Quelques fonctionnaires confirmés, cependant, connaissaient bien la réputation de l'AFP et avaient conscience que même s'ils essayaient de nous manipuler, ils échoueraient.

Couvrir la zone est une autre histoire. Nous avons eu des photographes ou des JRI menacés ou frappés en couvrant des manifestations, mais nous n'avons jamais été traités différemment des autres journalistes. Les combattants talibans sont bien sûr moins susceptibles de s'en prendre aux journalistes manifestement étrangers qu'aux journalistes afghans, même s'il y a eu plusieurs arrestations récentes d'étrangers.

Nous étions déterminés à essayer d'engager des femmes comme stagiaires ou traductrices malgré l'énorme pression des talibans pour nous en dissuader. Nous avons tenu bon et j'en suis fier. À chaque fois qu'un Taliban nous disait de ne pas faire quelque chose, nous allions chercher son supérieur pour avoir sa permission. Si lui aussi refusait, nous allions trouver son supérieur. Peut-être qu'ils se sont lassés et nous avons maintenant une femme travaillant pour nous depuis un mois, et nous comptons bien en embaucher une autre.

Cela a dû être une expérience unique, même pour un journaliste expérimenté comme vous ?

Je travaille pour l'AFP depuis seulement trois ans – avant cela j'ai passé plus de vingt ans chez Reuters – mais en 30 ans de couverture de guerre et de catastrophes naturelles, je n'avais jamais rien vu de tel. C'est aussi assez amusant en sachant que j'ai couvert la chute du premier régime taliban en 2001, et que j'ai passé beaucoup de temps dans le pays depuis lors.

Étrangement, une fois que nous avons évacué tous nos collaborateurs, mon travail est devenu plus simple. Je n'avais plus à m'inquiéter de leur sécurité immédiate, donc je pouvais me concentrer sur les reportages.

Une nouvelle fois, j'ai été impressionné de l'attention portée par l'AFP à l'« histoire afghane » – pas seulement à la rédaction, mais aussi au commercial et au marketing. J'ai été interviewé en direct dans le monde entier – de l'Australie à l'Irlande, du Royaume-Uni aux États-Unis, sur leurs principales chaînes d'information avec des célèbres présentateurs télé. Des amis m'envoyaient des messages du monde entier pour me dire qu'ils m'avaient vu à la télé. C'était un défi, mais ce fut également enrichissant.

Je suis conscient que je suis un reporter très expérimenté – en particulier en zone de conflit – mais ce sont des choses que l'on ne peut pas faire seul, et j'ai été très impressionné par le soutien que j'ai reçu de Paris et de ma base régionale à Hong Kong, à chaque étape du parcours.

Avec le regard de quelqu'un de relativement nouveau dans l'entreprise, je félicite l'AFP pour sa gestion de l'ensemble du drame afghan. La sécurité du personnel passait avant tout le reste. Nous étions bien organisés. L'envoi de renforts nous a permis de maintenir la qualité de la couverture. C'était une organisation bien pensée et qui a fonctionné.

Afghanistan : de l'occupation soviétique au retrait américain

1979-1989 Occupation soviétique

Moscou envahit le pays en déc. 1979 en soutien au pouvoir communiste. Les moudjahidine afghans, soutenus par l'Occident, combattent l'Armée rouge pendant 10 ans, jusqu'en 1989



1992-1996 Guerre civile

Près de 100 000 personnes sont tuées en deux ans. Émergence du mouvement taliban, soutenu par le Pakistan



1996-2001 Le règne des talibans

Le mouvement fondamentaliste musulman prend le pouvoir. Mené par le mollah Omar, le régime se rapproche d'Al-Qaïda et abrite son leader, Oussama Ben Laden. La loi islamique la plus stricte est imposée, la musique est interdite, les femmes et les filles sont privées d'éducation et de travail

2001 L'intervention occidentale

Moins d'un mois après les attentats du 11-Septembre, les États-Unis lancent une vaste offensive militaire en Afghanistan, qui refuse de livrer Ben Laden. Un gouvernement intérimaire, présidé par Hamid Karzaï, est mis en place, et une force internationale de l'Otan est déployée

2004-2014 L'ère Karzaï

Karzaï remporte en 2004 la première élection présidentielle au suffrage universel de l'histoire de l'Afghanistan. Il est réélu en 2009, dans un scrutin marqué par une fraude massive, une forte abstention et des violences commises par les talibans

2014-2016 Le retrait américain

L'Otan met fin à sa mission de combat. 12 500 soldats étrangers restent sur place pour former les troupes afghanes et mener des opérations antiterroristes, en accord avec le nouveau président afghan, Ashraf Ghani. En juillet 2016, le président des États-Unis, Barack Obama, reporte le départ planifié des troupes américaines

2017 Renforts américains

Le nouveau président américain, Donald Trump, abandonne tout calendrier de retrait et envoie des milliers de soldats sur place. Les attaques meurtrières menées par les insurgés s'amplifient

6 septembre 2021 Prise du Panshir

Les talibans annoncent avoir pris le contrôle de la vallée du Panshir, dernière poche de résistance. Mais le Front national de résistance (FNR) appelle à un «soulèvement national»

Mai-août 2021 Retrait américain, retour triomphal des talibans

En mai, les États-Unis et l'Otan entament le retrait de leurs 9.600 derniers soldats. Les talibans prennent Kaboul le 15 août après une offensive éclair, aidée par l'effondrement de l'armée afghane. Le président Ghani s'enfuit. Un gigantesque pont aérien s'organise pour évacuer étrangers et Afghans menacés par les talibans. Le 26 août, un attentat fait plus de 100 morts à l'aéroport, dont 13 soldats américains. Le 30 août, un dernier avion militaire américain décolle de Kaboul, mettant ainsi fin à 20 ans de guerre

2020 Accord USA-talibans

Les deux parties signent un accord historique ouvrant la voie au retrait des troupes occidentales, en échange de garanties sécuritaire et de négociations entre les talibans et Kaboul



Aéroport de Kaboul, 30 août



Combattant anti-talibans, Panshir, 2 sept



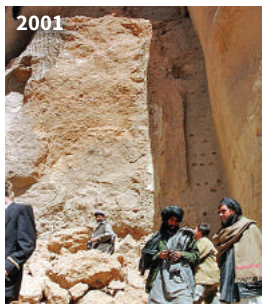
Des femmes afghanes assistent à un cours d'alphabétisation, à Kaboul dans les années 1980



Des combattants talibans dans la province du Laghman, 15 août



Des soldats soviétiques reçoivent des fleurs près de Kaboul, 1988



Des talibans près des statues dynamitées de bouddhas géants de Bamiyan, 2001



Des soldats américains arrivent à la base aérienne de Bagram, 2002



ODILE DUPERRY

JOURNALISTE
MOBILITÉ
ET PROJETS
À LA DIRECTION
DE L'INFORMATION



CLAUDIA RAHOLA

JOURNALISTE
MOBILITÉ
ET PROJETS
À LA DIRECTION
DE L'INFORMATION

LE RETOUR DE NOS COLLÈGUES AFGHANS

Comment les collaborateurs ont-ils pu être aussi vite exfiltrés, sains et saufs ?

Les démarches avaient été engagées depuis plusieurs mois par la direction Asie-Pacifique de l'AFP et le bureau de Kaboul.

Lors de la prise de Kaboul le 15 août 2021, notre dispositif a permis que les salariés du bureau soient déjà sur des listes d'exfiltration.

Tout Kaboul s'est précipité à l'aéroport dans un chaos absolu. Nos collaborateurs et leurs familles ont eu juste quelques minutes pour se préparer et partir. Beaucoup de valises ont été perdues pendant le périple et certains sont arrivés en France avec un simple sac à dos.

Les deux premiers vols avec nos collaborateurs sont arrivés les 18 et 19 août à Paris. Il y avait des journalistes texte, photo et vidéo mais également des chauffeurs et le technicien du bureau. D'autres sont arrivés les mois suivants. Avec leurs familles, cela fait au total une soixantaine de personnes.

Une chaîne de solidarité s'est mise en place dès leur arrivée sur le sol français ?

L'Agence s'est tout de suite mobilisée pour leur fournir des articles et vêtements de première nécessité. Une collecte de vêtements et de matériel de puériculture a été organisée à l'intérieur de l'AFP, avec un grand succès.

Les autorités françaises ont placé nos collègues dans un hôtel à Montrouge sous la gestion de l'association France terre d'asile. Au début, ils étaient à la fois complètement perdus et soulagés d'avoir quitté Kaboul. Beaucoup ne parlaient pas anglais, aucun ne parlait français.

Comment se sont déroulées leurs démarches ?

Après une quarantaine Covid à l'hôtel, ils ont pu engager les démarches pour obtenir le statut de réfugié.

Chaque famille s'est vu attribuer un « référent » AFP, souvent un ancien du bureau de Kaboul, pour un accompagnement plus personnalisé.

Nos collègues sont restés près d'un mois en région parisienne, avant d'être relogés dans des appartements partout en France, où ils résident toujours. Seulement cinq d'entre eux sont restés à Paris ou en banlieue.

Les promesses faites par le président de la République dans son allocution du 16 août 2021 sur l'Afghanistan ont été tenues et les demandes d'asile ont été acceptées dans les trois mois.

L'AFP les a soutenus dans leurs démarches administratives, a répondu à leurs nombreuses interrogations et a essayé de les aider au mieux au quotidien : prise de rendez-vous, traductions, accompagnements divers (de la salle d'accouchement à une opération en urgence, en passant par un dépôt de plainte pour agression...).

Une sortie en bateau-mouche a été organisée début septembre pour tout le groupe. Une occasion pour eux de découvrir Paris.

Où en sont-ils aujourd'hui ?

La quasi-totalité a obtenu le statut de réfugié en France. Ils essaient de s'adapter à leur nouvelle vie, bien décidés à s'en sortir. Leur priorité absolue est l'apprentissage du français, nécessaire pour pouvoir travailler ou poursuivre leurs études. Ils deviennent éligibles aux aides de la CAF. Les chauffeurs vont devoir repasser le permis de conduire. Les enfants sont pour la plupart scolarisés. Un père et deux de ses fils ont déjà trouvé un emploi à Strasbourg.

Un nouvel assistant social à l'AFP a pris en charge de nombreuses démarches administratives en lien avec leurs assistants sociaux locaux. Leur installation se poursuit. Nous sommes toujours en lien avec eux sur WhatsApp, et allons le rester, pour les aider à résoudre un petit problème, pour leur dire comment traduire et prononcer une phrase ou juste pour admirer le sourire d'un bébé ou une nouvelle coiffure.

Des Afghans sur le toit d'un avion à l'aéroport de Kaboul, le 16 août 2021. Des milliers de personnes ont envahi l'aéroport de la ville en essayant de fuir le régime islamiste dur et redouté du groupe. © Wakil Kohsar / AFP



Dimanche 5 septembre 2021, l'équipe de la DRH a organisé pour le groupe une sortie dans Paris, avec un tour en bateau-mouche, pour lui offrir un petit moment de répit. © Sophie Huët / AFP



FOCUS

INVESTIGATION NUMÉRIQUE



GRÉGOIRE LEMARCHAND

ADJOINT
À LA RÉDACTRICE
EN CHEF
CENTRALE,
RÉDACTEUR
EN CHEF
INVESTIGATION
NUMÉRIQUE

L'AFP a consolidé en 2021 sa position de leader mondial du fact-checking. Depuis son apparition en 2017, l'Agence construit ce réseau de spécialistes de l'investigation numérique pour répondre au besoin grandissant de médias, d'institutions et de plateformes de bénéficier d'une expertise pour démêler le vrai du faux.

Comment définir le fact-checking ? Il s'agit d'un métier jeune avec lequel le grand public se familiarise mais ce terme ne peut-il prêter à confusion ?

Nous souffrons effectivement encore d'une vision assez sommaire de notre métier par le grand public. Le fact-checking consiste à vérifier la fiabilité d'une information. Directement issu du journalisme, le fact-checking en reprend l'essence et l'exigence la plus fondamentale : la vérification précise des faits et des sources, sans pour autant se limiter à cela.

Notre méthodologie consiste à travailler sur le faux. Le faux devient en effet de plus en plus consommé, parfois davantage que le vrai. Face à cela, vérifier, trier et rétablir le vrai ne peut suffire : il s'agit de le démontrer. Nos fact-checkeurs vont approfondir, remettre du contexte et faire de la pédagogie.

Nos fact-checks sont parfois plus longs que les autres. Non pas que nous ne sachions pas faire court ! Mais pour remettre du sens, de la complexité et dissiper une vision trop simpliste des événements.

C'est pour toutes ces raisons que nous employons de moins en moins le terme de fact-checking, nous préférons celui de l'investigation numérique. Notre métier comporte une large part d'enquêtes : nos experts sont formés à des techniques pour savoir comment chercher puis vérifier les infos, photos et vidéos en ligne, rechercher où et comment elles ont été diffusées puis utilisées.

Comment se développe l'activité de fact-checking au sein de l'AFP ?

Fin 2021, l'Agence compte environ 120 journalistes spécialisés dans le fact-checking et l'investigation numérique dans plus de 30 bureaux qui publient en 24 langues, un réseau unique dont aucun autre média ou agence ne dispose et qui nous conforte dans notre position de *leader*.

Nous investissons dans certains pays où la lutte contre la désinformation est la plus pertinente, en raison de la taille du pays, de la situation politique ou sociale. Nous avons renforcé nos effectifs au Brésil, en Inde, projetons d'en faire plus aux États-Unis et en France en 2022 en raison des élections.

La Commission européenne a lancé ces derniers temps de nombreux appels d'offres auxquels l'AFP a répondu dans plusieurs pays. Nous lancerons donc début 2022 plusieurs hubs de lutte contre la désinformation en Europe (DE FACTO en France, EDMO BELUX en Belgique et au Luxembourg, CEDMO en République Tchèque, Slovaquie et Pologne et enfin 444.hu en Hongrie).



À ce jour, l'AFP dispose de plus de 120 journalistes chargés des investigations numériques, couvrant près de 85 pays, en interaction permanente avec les autres journalistes du réseau mondial de l'Agence.

L'investigation numérique est-elle désormais au cœur du dispositif de production de l'AFP ?

Nous sommes fiers en quatre ans d'avoir monté un réseau structuré, international, reconnu dans de nombreux pays. Nous sommes de plus en plus approchés, ce qui montre la pertinence de notre travail. La force de notre réseau nous permet d'avoir souvent un coup d'avance et de gagner un temps précieux. Quand, par exemple, vous avez de la désinformation sur les vaccins, cette désinformation est souvent véhiculée par des informations similaires sur les différents continents. Il est fréquent de retrouver d'une semaine sur l'autre des sources d'information falsifiées circuler en France, au Mexique, aux États-Unis ou en Espagne. Nous sommes dès lors beaucoup plus prompts à réagir avec efficacité. Répondre à la désinformation est une course de vitesse : plus tôt nous y répondons, plus tôt nous pouvons freiner sa viralité.

Nous constatons les nouvelles façons de consommer l'information, la perte de vitesse de la presse écrite et la suprématie des moteurs de recherche et des réseaux sociaux. Comment l'AFP relève-t-elle ce défi numérique ?

La force de l'AFP est de mener l'enquête sur le terrain physique et sur le terrain numérique de façon parfaitement complémentaire. Quand parfois, pour des raisons de sécurité et d'accès, il y a des régions dans le monde où on ne peut plus aller, l'investigation numérique devient plus nécessaire encore. Cette nouvelle philosophie se diffuse dans l'AFP : nos journalistes se sont familiarisés avec ce savoir-faire. L'Agence travaille en bonne intelligence avec les plateformes. Celles-ci ont besoin de notre valeur ajoutée et, en retour, nous laissent une totale liberté et l'indépendance éditoriale. Nous travaillons avec les réseaux sociaux depuis 2017. Facebook est un partenaire privilégié mais nous travaillons aussi avec WhatsApp et TikTok.

La négociation d'accords commerciaux avec Google sur les droits voisins fin d'année 2021 permettra de développer encore davantage le réseau AFP et son expertise en se consacrant à la formation.

Les journalistes sont de plus en plus victimes de cyberharcèlement. Comment l'AFP réagit-elle face à l'augmentation et à la banalisation de cette violence ?

Nous sommes de plus en plus attentifs au harcèlement. Il est difficile d'imaginer cette violence tant qu'on ne l'a pas subie, à quel point cela peut être intrusif et perturbant. Nous agissons fort heureusement dans de nombreux pays où la liberté de la presse est respectée, mais nous travaillons aussi dans des pays comme les Philippines, certains pays d'Afrique où il est beaucoup plus dur au quotidien d'être journaliste. Nous avons plusieurs cas en France qui ont entraîné des actions et des poursuites.

Aujourd'hui les journalistes dans leur ensemble peuvent être harcelés, et les fact-checkers, de par leurs fortes expositions sur des terrains idéologiques ou communautaires sensibles, ne font pas exception. Les jeunes journalistes et les femmes sont des cibles privilégiées. Quand les journalistes font face au mécontentement de telle ou telle communauté suite à la déconstruction de leurs pseudo-informations, ces derniers n'hésitent pas à lancer des campagnes de harcèlement virulentes.

Nous faisons le maximum pour préserver nos journalistes et, quand l'action se produit, les aider à gérer. Parfois la sidération fait perdre quelques bons réflexes. Nous sommes là pour réagir dès les premiers signes.

DOSSIER

L'AVENIR DE LA PLANÈTE



**SOPHIE
HUËT**

**RÉDACTRICE
EN CHEF
CENTRALE**

« La question du réchauffement climatique constitue depuis quelques années une priorité éditoriale pour L'AFP. Nous voulons en faire un sujet central tant il est au cœur des grands enjeux géopolitiques et économiques contemporains. »

Comment le Pôle Planète a-t-il vu le jour ?

La question du Climat est devenue vitale, une réalité que doit refléter la couverture de L'AFP. Une fois ce constat réalisé, nous nous sommes engagés dans des mesures concrètes.

La mesure principale a été la réorganisation éditoriale, entrée en vigueur en janvier 2022. Cette réorganisation, préparée en 2021 avec Jean-Luc Bardet à la manœuvre sur la réorganisation des services de production France, crée notamment un pôle Planète.

Ce pôle, basé à Paris, a vocation à être le plus transversal possible, à produire une couverture d'intérêt mondial, traiter une grande variété de secteurs et de thèmes. Le pôle Planète regroupe des spécialistes de référence très pointus sur les sujets climatiques et environnementaux, que nous couvrons depuis des dizaines d'années, ainsi que des spécialistes d'autres thématiques d'ordre économique et social, soit à l'origine soit dépendantes du réchauffement climatique. Nous voulons que cette expertise soit utilisée par l'ensemble du réseau, que toute l'Agence s'empare de cette thématique pour faire du reportage, pour traiter des problématiques spécifiques à une région ou à un événement.

L'impact visuel des sujets environnementaux est considérable. Un photographe et un JRI ont rejoint ce pôle Planète pour que cette couverture soit pleinement multimédia. A chaque fois que nous avons des images fortes sur ces sujets (fonte des glaces, pollution, biodiversité), cela contribue à la prise de conscience de ce qui se produit, au-delà des chiffres alarmants et frappants des rapports.

Nous avons également créé un poste investigation numérique dédié pour lutter contre la désinformation sur ce thème.

L'influence de ce pôle sera donc de plus en plus perceptible avec le temps ?

Nous sommes heureux de voir que cela a déjà eu un impact en 2021. La rédaction a immédiatement compris la nécessité de couvrir davantage ces thèmes sur le terrain, où l'on peut expliquer concrètement des sujets complexes comme les points de non-retour du réchauffement climatique.

Nous voulons poursuivre ce travail transversal : créer un réseau informel et mondial de journalistes et bureaux intéressés par cette couverture.

La couverture multimédia doit être travaillée très en amont du calendrier éditorial : nous avons fait évoluer nos pratiques pour travailler davantage sur l'anticipation de grands événements comme les COP. Nous avons par exemple lancé une série de reportages sur les réfugiés climatiques.

Les grands reportages demandent un fort investissement en ressources et en temps : ils se déroulent souvent dans des zones éloignées, là où le réchauffement climatique est visible et où les journalistes ne sont pas présents en permanence.



Il s'agit d'un défi de formation auprès de toutes les équipes de l'Agence ?

Nous allons aussi travailler sur la formation de l'ensemble de la rédaction.

Nous avons déjà, grâce aux contributions de nos spécialistes climat, créé il y a quelques années des consignes pour contextualiser les événements climatiques extrêmes. Nous souhaitons développer cette boîte à outils destinée à la rédaction pour apporter le bon contexte, les bonnes sources et la bonne formulation.

Des journalistes du pôle Planète ont pris en charge des formations au Siège.

Nous sommes en cours de réflexion pour développer d'autres types de modules pour sensibiliser la rédaction à ces problématiques.

LA GENÈSE DU PÔLE PLANÈTE

Quelles sont les évolutions fondamentales liées à la réforme de la rédaction parisienne ?

Auparavant, nous avions d'un côté un grand Service économique qui couvrait l'économie française par secteurs : finance, services, agriculture, industrie... tout en contribuant à des sujets internationaux. Séparément, un îlot de spécialistes francophones et anglophones couvrait les grands enjeux climatiques et environnementaux mondiaux, au sein d'un vaste service qui embrassait un éventail de domaines allant des sciences à la littérature en passant par les arts et le spectacle vivant.

La restructuration en pôles a permis de réunir nos spécialistes du climat et de l'environnement et ceux des secteurs économiques les plus émetteurs de gaz à effet de serre et donc les plus à même de développer des solutions contre le réchauffement climatique. Ces secteurs sont l'agriculture, les transports et l'industrie dont en particulier le bâtiment et l'énergie.

Se sont joints à cette équipe deux journalistes issus du Service social pour suivre l'actualité sociale de l'industrie et des transports et se pencher sur les enjeux sociétaux du dérèglement climatique et de la transformation de l'économie. Un photographe et un journaliste reporter d'images apportent la dimension visuelle indispensable à ces sujets.

L'autre moitié de l'ex-Service économique, qui couvre notamment macroéconomie, banques, assurance, tourisme, luxe... a pris le nom de pôle Entreprises/Macro. Il est tout près de nous. Ses journalistes sont au fait de ce que nous faisons, nous savons ce qu'ils font. La thématique du climat s'invite tout naturellement chez eux (finance verte, réflexions sur une approche du calcul de la richesse nationale qui tiendrait compte de l'environnement...).

Et, au-delà, le pôle Planète a commencé à prendre contact avec les rédactions en chef régionales pour créer un réseau informel mondial de journalistes particulièrement motivés par ces sujets.

Quels sont les points forts de cette réorganisation ?

Les effets de la proximité et du contact humain se sont fait sentir dès les premières réunions du pôle Planète, marquées par des discussions animées entre spécialistes de l'environnement/climat et journalistes couvrant à temps plein l'agriculture, les transports et l'industrie. Ce rapprochement décuple les interactions qui existaient déjà entre eux.



**URSULA
HYZY**

**CHEFFE DU PÔLE
PLANÈTE**

Cette organisation resserrée sur quelques secteurs nous donne plus d'agilité et sert de catalyseur d'idées pour tout le réseau mondial de l'AFP, en coopération avec les rédactions en chef régionales.

Elle permet de passer plus rapidement d'une approche centrée sur les impacts du dérèglement climatique sur l'environnement et sur les conditions de vie à une couverture également soutenue des moyens de réduire les émissions de gaz à effet de serre responsables du réchauffement, des solutions industrielles, des transformations de l'économie et des entreprises.



RICHARD CARTER

ADJOINT
À LA
RÉDACTRICE
EN CHEF
CENTRALE

LA COUVERTURE PLANÈTE DE 2021

Quels ont été les temps forts de l'année 2021 ?

2021 a été une grande année pour le climat avec deux événements importants pour notre couverture.

La COP 26 à Glasgow a été une priorité éditoriale pour le pôle et toute l'Agence. À cette occasion, nous avons eu un grand scoop : notre senior editor Marlowe Hood du pôle environnement a pu obtenir le projet de rapport clef du GIEC dès le mois de juin 2021 avec 8 mois d'avance sur sa publication officielle en février 2022. Il s'agit d'une synthèse des rapports scientifiques pour guider les décideurs mondiaux sur le climat, celui plus spécifiquement dédié à l'analyse des impacts. C'est un grand travail de source de Marlowe Hood. Nos sources ont choisi l'AFP car elles savaient que nous allions bien traiter cette information capitale. Elles voulaient que les informations sortent avant la COP en novembre et décembre pour stimuler le débat, ce qui explique le timing. Nous avons exploité toute la force du réseau de l'AFP sur les thèmes abordés dans le rapport.

Il y a eu deux phases de travail d'exploitation avec Marlowe et toute l'équipe ainsi que les rédacteurs en chef. Premièrement, comment le traiter : nous avons travaillé en secret pour éviter les fuites sur le rapport lui-même. Deuxièmement, nous avons réalisé de nombreux reportages annexes pour illustrer et contextualiser le rapport : un grand reportage sur les villes côtières menacées par le réchauffement climatique comme Venise, Dakar, Le Cap, Rotterdam.

Nous étions extrêmement contents d'avoir eu le temps de faire de grands sujets avec de nombreuses contributions, des témoignages, vidéos, photos, infographies.

Comment l'AFP a-t-elle publié son scoop ?

Nous avons publié le projet de rapport le 23 juin. Ce jour-là, nous avons sorti cinq alertes, des papiers avec des encadrés d'explications sur les points principaux. Il y a eu un impact colossal, non seulement de nombreuses reprises des clients mais aussi des reportages sur le fait que nous ayons eu ce rapport avant tout le monde. La jeune militante Greta Thunberg entre autres a réagi et nous a réservé une interview sur le rapport, ce qui démontre l'ampleur du scoop.

Ce rapport nous a aussi été très utile pour la préparation de la COP 26 en novembre : ces milliers de pages renferment des centaines d'idées de reportage. Nous avons sollicité toutes les équipes climat, économie, industrie et mobilisé les bureaux dans le monde entier. Plus d'une centaine de propositions ont été reçues. Il a fallu coordonner l'ensemble, combiner les sujets et s'assurer de ne pas faire de doublons.

Cinquante papiers ont été réalisés et progressivement diffusés tout au long des 5 semaines avant la COP. Chaque lundi et mardi, nous proposons un package thématique avec un reportage, des encadrés. Enfin un package quotidien la dernière semaine avant la COP.

Un thème majeur dans le rapport étaient les points de bascule, c'est-à-dire les événements qui ont un effet irréversible. Nous avons ainsi réalisé des reportages de plusieurs semaines en Scandinavie sur la fonte du permafrost, en Amazonie sur le thème de la déforestation.

Comment envisagez-vous l'avenir ?

Tous ces événements ont eu lieu avant la création du pôle Planète. La nouvelle structure de notre rédaction permettra à l'avenir de traiter avec encore plus de fluidité et d'efficacité des thèmes comme ceux-là, créer des synergies, démultiplier les coopérations et mobiliser le réseau entier pour montrer les problèmes mais également les solutions.

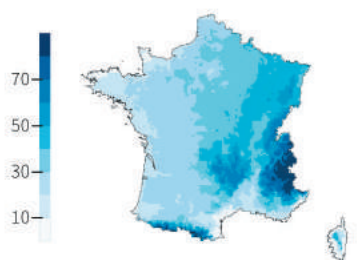
Un habitant tient un tuyau d'eau vide lors d'une tentative d'extinction de feux de forêt à proximité du village de Pefki sur l'île d'Eubée, la deuxième plus grande île grecque, le 8 août 2021. © Angelo Tzortzinis / AFP



Climat en France à la fin du siècle : des nuits plus chaudes, moins de gelées

Moyennes 1976-2005

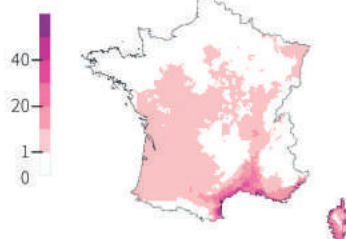
JOURS DE GEL en hiver



► Jusqu'à 89 jours en montagne

NUITS TROPICALES en été

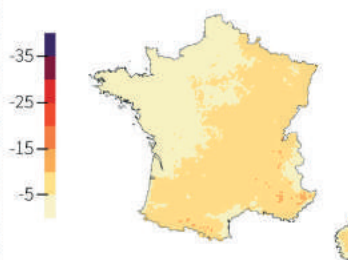
(la température ne descend pas sous les 20 degrés)



► Moins de 10 jours, sauf sur le pourtour méditerranéen, les vallées du Rhône et de l'Aude

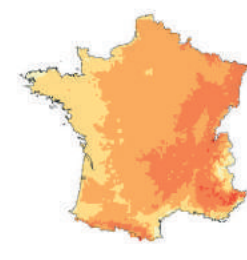
Écart du nombre de jours par rapport à la moyenne 1976-2005, à l'horizon 2070-2100

► Jusqu'à 10 jours en moins



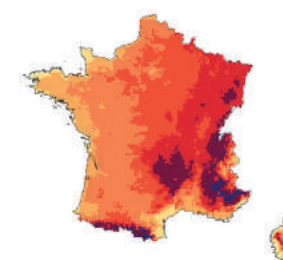
Scénario optimiste (RCP2.6) : politiques climatiques conformes à l'accord de Paris

► Jusqu'à -30 jours



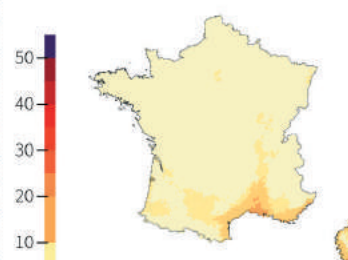
Scénario intermédiaire (RCP4.5) : décroissance tardive des émissions de gaz à effet de serre

► Jusqu'à -45 jours



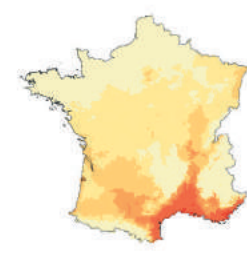
Scénario pessimiste (RCP8.5) : pas de politique de diminution des émissions

► Jusqu'à 15 nuits en plus



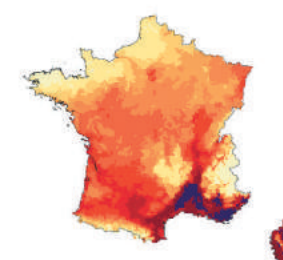
Scénario optimiste (RCP2.6)

► Jusqu'à +30 nuits



Scénario intermédiaire (RCP4.5)

► Jusqu'à +55 nuits



Scénario pessimiste (RCP8.5)

Source : Météo France, DRIAS 2020. Les données portent sur la France métropolitaine uniquement



FOCUS

LA RÉORGANISATION DE LA RÉDACTION PARISIENNE



**JEAN-LUC
BARDET**

DIRECTEUR
RÉGIONAL FRANCE
ET ADJOINT
AU DIRECTEUR
DE L'INFORMATION



**RAPHAËL
HERMANO**

RÉDACTEUR
EN CHEF
FRANCE

8 PÔLES POUR UNE COUVERTURE PLUS RICHE ET PLUS TRANSVERSALE

Quelles étaient vos ambitions avec cette nouvelle organisation ?

Notre volonté était de développer la couverture des thématiques prioritaires identifiées par la direction de l'Information, de mettre plus de cohérence dans l'organisation de la rédaction et d'accentuer la synergie entre services. La dernière réforme de la rédaction parisienne remontait à près de 25 ans.

Cette réforme a été lancée en 2019. Nous avons multiplié les groupes de travail, questionnaires et ateliers afin d'identifier les principales thématiques à couvrir et l'organisation qui en découlait. Cette réflexion a abouti à la définition de huit pôles, dont les périmètres et la composition ont ensuite été affinés et détaillés avec la rédaction.

Les deux thématiques prioritaires sont l'avenir de la Planète et la vie numérique. Au fil des travaux, nous avons ajouté une autre thématique essentielle : les sujets de société. Le champ est vaste, des questions de santé à la pauvreté en passant par l'éducation, la dépendance, l'égalité femmes-hommes et le genre, les religions, les migrations. Tous ces sujets sont regroupés dans un pôle spécifique. L'objectif était d'obtenir des couvertures plus internationales et transversales. Les pôles ont vocation à faciliter le travail de la rédaction, à devenir des référents pour l'ensemble du réseau français et international.

Nous voulions aussi mettre les images, photo, vidéo et infographie, au cœur de la rédaction.

La rénovation du Siège historique de l'AFP a-t-elle tenu compte de cette réforme ?

Le regroupement de l'ensemble de la rédaction dans notre Siège rénové et modernisé place de la Bourse facilite ces synergies et accompagne évidemment la réforme. Les services de production texte, photo et vidéo sont regroupés au 1^{er} étage, l'édition et les sports au 2^e, toutes les rédactions en chef au 3^e. Cela permet une meilleure communication et simplifie les interactions.

Pouvez-vous nous présenter les grandes lignes du schéma en pôles, et le périmètre de chacun d'eux ?

La rédaction France basée à Paris était organisée en cinq services. Il y a désormais sept pôles plus un huitième ; le pôle **international** (NDLR : l'ancien Bureau de Paris) qui couvre la diplomatie, la défense et le terrorisme international, ainsi que la France pour l'étranger (en français, anglais, espagnol et allemand).

Le pôle **Planète** regroupe des spécialistes des questions d'environnement, francophones et anglophones, et des journalistes chargés des principaux secteurs économiques qui ont un impact sur la planète et peuvent être affectés par la lutte contre le réchauffement climatique : industrie, énergie, transports et agriculture.

Le pôle **Numérique/Culture** rassemble les journalistes qui suivent les questions



culturelles, les médias et la tech, notamment les plateformes. Notre vie est de plus en plus numérique. Nous avons jugé pertinent de réunir les journalistes qui suivent les canaux de diffusion et ceux qui s'occupent de tous les contenus culturels.

Le pôle **Société/Social** traite des grands sujets de société, de la naissance à la mort, en particulier la santé dans ses dimensions médicale et scientifique, mais aussi économique et sociale, ainsi que l'hôpital et l'organisation du système de soins. Il couvre l'éducation et la formation, la pauvreté et l'exclusion, la dépendance, mais aussi les religions, les migrations, le travail et les mouvements sociaux.

Le pôle **Politique** se focalise, sans surprise, sur la vie politique, l'Exécutif avec Elysée et Matignon, le Parlement, les partis et les élections.

Le pôle **Enquêtes** couvre tous les sujets police/justice, notamment les procès, l'investigation. Il suit aussi les violences urbaines et s'appuie pour cela sur des reporters qui peuvent être déployés en France mais aussi à l'étranger. Comme de plus en plus de journalistes de la rédaction, ces reporters ont été formés aux terrains et situations difficiles. Nous sommes très mobilisés sur les questions de la sécurité de nos journalistes appelés à couvrir des conflits ou des manifestations violentes.

Le pôle **Territoires** doit développer la couverture de toutes les questions passionnantes autour des territoires : ville et banlieue, zones périurbaines et rurales, inégalités mais aussi créativité et innovations dans les territoires. La rédaction avait déjà montré un fort intérêt pour ces sujets, mais nous avons souhaité y accorder une attention particulière.

Ce pôle réunit nos reporters basés en Île-de-France, chargés de Paris et du Grand Paris, des outre-mers mais aussi du logement et de l'urbanisme.

Le pôle **Macro/Entreprises** réunit macroéconomie, marchés financiers, banques et assurances, distribution, hôtellerie-restauration, tourisme et luxe.

Les pôles Planète et Macro/Entreprises, qui recèlent une importante dimension économique, travaillent en association et mutualisent une partie de leurs ressources. De même pour les pôles Enquêtes et Territoires, afin de maintenir notre réactivité sur la couverture des thématiques police/justice.

Le département des Sports n'a pas été concerné par la réforme. Il dispose d'une rédaction à Paris, d'un réseau en France et à l'étranger et d'un desk spécifique.

La rédaction parisienne, c'est quoi en termes d'effectifs ?

La rédaction France basée à Paris représente une partie non négligeable de plus de 500 journalistes du Siège qui travaillent également aux Sports, à la Documentation et l'Infographie, la Photo et la Vidéo, les desks d'édition, les rédactions en chef, les réseaux sociaux et l'investigation numérique notamment. Nous voulons aussi mentionner notre réseau en France, fort de quelque 80 journalistes texte, photo et vidéo dans nos sept bureaux régionaux et 11 bureaux détachés.

Précisément, les sept pôles comptent quelque 140 journalistes, dont 18 membres de l'encadrement. Parmi eux six anglophones (deux à Numérique/Culture, trois à Planète, un à Société/Social), un hispanophone à Numérique/Culture, quatre JRI affectés aux pôles Planète, Numérique/Culture, Enquêtes et Politique, trois spécialistes du fact-checking.

DOSSIER

SPORT À HUIS CLOS



**EMMANUEL
PIONNIER**

CHEF DU
DÉPARTEMENT
SPORT

« Nous avons continué d'être les yeux et les oreilles de nos clients. »

Quelles sont les grandes caractéristiques de cette année ?

S'adapter, anticiper et réagir ont été les mots clefs de l'année 2021, Covid oblige. Nous avons vécu une belle année, exigeante et intense sur tous les plans. Notre faculté d'adaptation a été notre meilleur atout face à la complexité des organisations logistiques et humaines dans le monde entier. Plus qu'agir, il a fallu anticiper mais aussi réagir.

Mesures sanitaires, restrictions, télétravail, tests à répétition, journalistes malades... Nos équipes ont répondu présentes malgré tout, sur la base du volontariat. Elles n'ont jamais ménagé leurs efforts. Bravo à elles !

Quelle a été la stratégie du service des Sports face à ces situations inédites ?

Nous avons été fidèles à l'engagement de l'Agence : être présent sur le terrain. La direction de l'Information a passé la consigne très tôt. Aux sports, notre credo a été de continuer à être les yeux et les oreilles de nos clients. Que ce soit via les journalistes du département Sports envoyés sur place ou bien via les correspondants des bureaux de notre réseau mondial.

Il faut voir le positif : ces limitations nous ont permis de couvrir plus d'événements. Nous avons profité de l'annulation d'événements pour en couvrir d'autres et souvent dans plusieurs langues. Nous avons pu suivre par exemple l'équipe de France féminine de football dans tous ses déplacements, y compris lointains. Vivre l'information en direct est incomparable en force et en émotions. Le virtuel est précieux mais doit être utilisé à bon escient.

Comment cela s'est déroulé concrètement ?

Il a fallu attendre de savoir comment chaque institution allait s'organiser, souvent jusqu'au dernier moment.

Les règles sanitaires pouvaient changer du jour au lendemain et d'un pays à l'autre. Chaque fédération exigeait une sécurité sanitaire exemplaire, les protocoles s'ajustaient en temps réel. Nos journalistes se coordonnaient aussi vite que possible pour ne rien manquer. Places réduites en tribune, pas de zones mixtes et des accès aux conférences limités ou interdits... Mais nous étions là.

La Formule 1 a repris très tôt, dès 2020. La procédure voulait que les journalistes soient sur place mais « enfermés » toute la journée dans le centre de presse : aucun accès aux stands ni aux conférences de presse. La volonté des organisateurs de réaliser les visio-conférences de presse pour tous les journalistes a créé un sentiment d'injustice pour ceux qui avaient fait le déplacement. Il fallait trouver une façon de les privilégier.



Le photographe AFP Aris Messinis couvrant le match de basket Chine vs Puerto Rico (femmes) le 27 juillet 2021 lors des Jeux olympiques de Tokyo. © Thomas Coex / AFP

Un arrangement a été proposé : une première partie de conférence de presse ouverte pendant 10-15 minutes et une seconde toujours en distanciel mais uniquement avec les journalistes sur place. Ainsi, les pilotes pouvaient aller plus loin dans leurs sujets, développer les infos...

L'Euro 2020 et les JO de Tokyo reportés à 2021, un challenge ?

L'Euro a été un casse-tête logistique : 11 pays, 11 villes, des règles sanitaires différentes, une variété de restrictions de déplacements inter et intra pays. Le plan de couverture, qui normalement est arrêté 4 à 6 mois avant les événements, a été incertain jusqu'à la dernière semaine.

Il a fallu organiser des plans A, B, C, D..., réorganiser les voyages planifiés, les vols, des accréditations, des hôtels à réserver, des tests à faire. Fort heureusement, nous avons vite eu la confirmation de nos accréditations pour tous les matchs prévus.

Pour les JO, même situation. Nous étions 150. Une semaine avant de partir, nous ne savions pas encore définitivement où nous allions être logés. Le gouvernement informait au compte-goutte, attendait l'évolution de la situation. Le huis clos a été déclaré une quinzaine de jours avant le début des Jeux, des dizaines de milliers de billets ont été annulés.

Nous n'avons eu la confirmation de nos places en tribune qu'une fois sur place.

La couverture des Jeux olympiques de Tokyo a été unanimement appréciée. Comment était l'organisation en coulisses ?

Après les difficiles et nombreuses formalités d'arrivée, les Jeux se sont ensuite déroulés dans un climat positif.

Le gouvernement japonais craignait la venue de dizaines de milliers d'étrangers sur l'archipel. Le nombre de cas positifs est resté très faible donc les mesures ont été assouplies. Une inquiétude persistait sur la mise en place des zones mixtes, qui ont finalement été organisées avec des distances de sécurité. Nous avons finalement eu une couverture conforme à ce que nous souhaitions dans l'idéal.

Il y avait un tiers de journalistes accrédités en moins à Tokyo qu'à Rio, 4 000 environ contre 6 000 attendus. Les conditions d'entrée et de déplacements au Japon ont fait peur à beaucoup de médias.

Nous avons fait le choix inverse : nous avions le même nombre de collaborateurs qu'à Rio afin d'être présents et nombreux sur le terrain. Cette proximité a été appréciée par nos clients.

A notre arrivée au Japon pendant 14 jours, les déplacements n'étaient autorisés que dans la zone olympique, l'hôtel et sites olympiques uniquement. Interdiction d'aller en ville, de prendre les transports en commun. Cela empêchait momentanément les journalistes de préparer les reportages d'à côté des JO, raconter le Japon, les temples, le Mont Fuji...

La mobilisation du bureau de Tokyo nous a apporté une énorme plus-value. L'AFP a ainsi pu proposer une grande variété de reportages sur lesquels les équipes japonaises avaient travaillé depuis des mois. En tant que responsable du service, je suis parti dès la mi-juin et je suis resté deux mois. J'ai eu une quatorzaine stricte enfermée dans ma chambre, avec plateaux repas déposés trois fois par jour devant ma porte. Ensuite, j'ai vécu comme un Tokyoïte pendant les trois semaines précédant le début des Jeux. J'ai travaillé quelques semaines dans le bureau de Tokyo avant l'arrivée de mes confrères, puis j'ai rejoint l'équipe olympique, ce qui a permis une belle coordination.



**Retrouvez
le rapport annuel
2021 sur AFP.com**

Que va-t-il selon vous rester après cet épisode pandémique ? Comment sera le retour à la normale ?

Les habitudes des organisateurs et des médias ont changé. Il faudra toutefois demeurer vigilant avec ces transformations, qu'elles soient au service de l'information.

L'organisation humaine dans les stades pose question.

Il est concevable de diminuer momentanément le nombre de places des tribunes de presse pour les événements live. Mais il faudra un jour revenir au nombre de places conformément au cahier des charges, que ces zones dédiées à l'information ne se transforment pas en tribune VIP !

Au nom des consignes sanitaires, la présence et le mouvement des photographes au bord du terrain de football ont été extrêmement limités, leurs déplacements limités au strict minimum à la mi-temps : c'est sensiblement exagéré.

L'argument de la sécurité lié à la pandémie est évident, mais il ne doit pas être utilisé à tort et à travers pour perturber le travail des journalistes.

Les conférences de presse virtuelles vont-elles selon vous perdurer ?

Les institutions y sont plutôt favorables, nous aussi : cela démocratise l'accès à l'information. Il nous paraît cependant fondamental que les journalistes gardent un bénéfice à se déplacer.

Quelques clubs ont tenté de mettre en place des conférences où il était demandé aux journalistes d'envoyer les questions la veille. Hors de question ! La base de la conférence de presse est que précisément personne ne connaît les questions posées et qui va prendre la parole ; cet exercice ne peut être dénaturé. Il est inconcevable que les questions soient connues à l'avance, éventuellement même sélectionnées par les attachés de presse.

On peut éventuellement envisager, pour soulager l'organisation logistique et humaine, que quelques journalistes collectent les questions des autres pour les poser, sans que l'attaché de presse y ait accès.

Nous avons écrit un courrier protestant auprès d'une grande fédération, signé par l'ensemble de la presse, pour tenir bon et réclamer le maintien d'une organisation juste afin que les conférences de presse ne se transforment pas en propagande de communication.

Comment cette année a-t-elle été vécue par vos équipes ?

Le relationnel, qui fait la richesse et le sens de notre métier, a été limité en 2020 et 2021. Cela manque à nos journalistes.

Le moral des reporters a été mis à rude épreuve : enfermement, tests à répétitions, éloignement, moins de rencontres, plus de distance.

Les journalistes souffrent de la difficulté pour nouer des contacts, les rendez-vous formels et informels ont quasiment disparu en 2021. Cela nous empêche d'entretenir des liens avec nos sources. De nouveaux journalistes AFP sont arrivés du fait de notre *turnover* (nos règles de mobilité interne) sur de nouveaux postes et n'ont presque pas pu voir leurs interlocuteurs.

Nous sommes à trois ans des JO de Paris 2024, espérons que cela va s'arranger. Nous garderons la même ligne de conduite : le terrain, toujours le terrain. En 2022 aux JO d'hiver de Pékin, nous avons encore été aussi nombreux qu'il y a quatre ans pour donner vie à l'information telle que nos clients l'apprécient.

Un papillon se pose sur le visage de la Japonaise Naomi Osaka lors du match qui l'oppose contre la Tunisienne Ons Jabeur, à l'occasion de la cinquième journée de l'Open d'Australie de tennis à Melbourne le 12 février 2021. © Paul Crock / AFP



Le peloton roule lors de la 118^e édition de la course cycliste Paris-Roubaix, entre Compiègne et Roubaix, dans le nord de la France, le 3 octobre 2021. © Anne-Christine Poujoulat / AFP



FOCUS

MEDIACONNECT



**ANNE
BOUSSARIE**

DIRECTRICE
GÉNÉRALE DE
MEDIACONNECT

« Service innovant sans précédent en France, MediaConnect vise à fluidifier et simplifier les relations entre les journalistes et les communicants des institutions, entreprises et ONG. »

Comment est né MediaConnect ?

La genèse de MediaConnect est liée à une étude de pratiques. Des interviews et groupes focus ont été menés en amont auprès des différentes parties prenantes : journalistes (AFP et autres médias) et communicants pour mettre en évidence ce qui fonctionnait et ce qui devait être amélioré.

Forts de ces nombreux échanges, nous avons constaté que le communiqué de presse restait un élément extrêmement important pour le travail des journalistes mais qu'ils en sont littéralement inondés dans leurs messageries. Ils en reçoivent un toutes les 8 minutes par mail en moyenne ! Sur l'ensemble de ces communiqués, 10% les concernent. Dans ces derniers, il manque trop souvent les informations nécessaires pour approfondir le sujet. Les raisons sont multiples : un style rédactionnel parfois trop « marketing » qui ne peut convenir aux attentes des journalistes, des contenus multimédia associés peu pertinents, faisant défaut ou l'absence de contacts ciblés.

Quels constats avez-vous fait ?

Aucun outil ne permettait à un journaliste d'avoir accès à toutes ces informations au même endroit. Et, plus largement, aucun outil global ne recensait l'ensemble des communiqués.

Le manque certain de ciblage, mentionné aussi bien de la part des communicants que des journalistes, renvoyait à la nécessité d'aligner la stratégie de relations presse sur leur stratégie de communication et de contenus. Enfin la possibilité d'un outil permettant d'accéder à une vision exhaustive d'un secteur d'activité au-delà des informations disponibles dans la rubrique « espace presse » des sites des marques.

MediaConnect est opérationnel depuis juin 2021. Ce nouveau service est le fruit d'une *joint-venture* entre l'AFP et son partenaire technologique européen Epresspack, spécialiste des solutions logicielles dédiées aux professionnels de la communication plus particulièrement en charge des relations avec la presse et des relations publiques.

Côté journalistes, comment ça marche ?

La base de données MediaConnect se charge de proposer des contenus aux journalistes en fonction de leurs préférences via des alertes personnalisées.

Il leur suffit de remplir gratuitement un formulaire, créer un compte utilisateur et accéder ainsi à un espace sécurisé et dédié. Chaque journaliste paramètre ses alertes sur la base d'une requête de recherche avancée par thème, il peut s'abonner à une rubrique ou à une page Diffuseur et gérer ses favoris. Il peut aussi visionner des conférences de presse en direct sur la plateforme et consulter les événements à venir des diffuseurs dans l'agenda. Il a la possibilité de programmer ses propres alertes sur l'agenda en fonction des sujets qu'il couvre, s'acquiescer et intégrer des événements dans son propre calendrier.

MA SÉLECTION



PayByPhone Suivi

PayByPhone déploie son programme "Lancement Solidaire" pour soutenir la vie locale.

PMU Suivi

Du 14 au 27 mars 2022, le PMU célèbre la levée des contraintes sanitaires en points de vente

Il y a 20 heures · Temps de lecture : 1 min

Parlement Européen Suivi

Webinaire de presse sur la facilité pour la reprise et la résilience

14 Mars 2022 · Temps de lecture : 1 min

ESPN Suivre

La pauvreté, un facteur clé dans la propagation du Covid-19

11 Mars 2022 · Temps de lecture : 1 min

MediaConnect respecte les standards RGPD et la confidentialité des données personnelles qui peuvent être supprimées facilement si les journalistes le souhaitent. Les données sont réservées au seul usage de MediaConnect.

L'accès à MediaConnect est totalement gratuit pour les journalistes et au grand public. La plateforme est disponible en version mobile en français et en anglais.

Et côté diffuseurs ?

Les entreprises et organisations disposent d'une interface dédiée, « pressroom », dotée d'une description (logo, contacts, réseaux sociaux...) qui leur permet de gérer et de présenter leurs contenus de façon autonome et désintermédiée.

Les communicants financent la plateforme à travers deux formules d'abonnements : Easy Pack (base de contacts journalistes en France) et Premium Pack (base de contacts journalistes France et internationale).

Ces packages permettent de publier du contenu sur MediaConnect de façon illimitée et de bénéficier de nombreuses fonctionnalités :

- des espaces de stockage pour associer des contenus multimédia à leurs communiqués de presse,
- un volume de certifications blockchain pour lutter contre la propagation des faux-communiqués,
- l'accès à un agenda, transmettre des informations sur des événements,
- la diffusion de contenus à l'international via des fils d'actualité internationaux, à tarif préférentiel, via des partenariats,

• des outils d'analyse des performances grâce à une série d'indicateurs liés à l'activité constatée sur les différents contenus. Le diffuseur peut aussi tout en restant dans l'interface, diffuser ses annonces par mail (option emailing) à ses propres contacts, qui peuvent être importés facilement.

Quels sont vos premiers clients ?

Nos premiers clients viennent d'horizons multiples : ANCOLS (agence nationale du logement social), le Comité des Régions (porte-voix des régions et des villes, organisation de la communauté européenne), Solocal (ex-PagesJaunes), PaybyPhone, Ducatti... Les premiers retours côté journalistes et côté diffuseurs sont encourageants.



MediaConnect, Challenges et Hopscotch ont organisé le 17 novembre 2021 un débat « Journalistes & communicants : Sortir de la guerre des tranchées ? » réunissant Anne-Laure Descleves (Directrice de la communication de Getlink/Eurotunnel), Benoît Désveaux (Directeur général et membre du directoire Hopscotch), Fabrice Fries (Président-directeur général de l'AFP), Anne Meaux (Présidente d'Image 7), Pierre-Henri de Menthon (Directeur de la rédaction de Challenges), Lucie Prusak (Présidente de l'Association des journalistes de l'information sociale), Amaury de Rochegonde (Président de l'Association des journalistes médias), Xavier Simon (Managing Director Western Europe de Cision). Un talk co-animé par : Thuy-Diep Nguyen (Rédactrice en chef de Challenges) et Hugues Dago (Responsable éditorial de MediaConnect)

DOSSIER

LA GUERRE DES 11 JOURS



**GUILLAUME
LAVALLÉE**

**DIRECTEUR
DU BUREAU
DE JÉRUSALEM**

« 11 jours d'affrontements directs entre le Hamas et l'armée israélienne, de bombardements aériens sur Gaza, 4 300 roquettes tirées sur le sud d'Israël. Pas de front de guerre, pas de solution de repli. Une couverture sans répit. »

Racontez-nous la genèse de cette guerre éclair.

Les semaines qui ont précédé la guerre ont été très tendues à Jérusalem, rythmées par des violents affrontements quotidiens entre des manifestants palestiniens et les forces israéliennes dans et autour de la Vieille Ville.

Au début du mois de mai, ces tensions se sont intensifiées et ont culminé avec des affrontements sur l'esplanade des Mosquées à Jérusalem qui ont fait des centaines de blessés en un week-end.

Le lundi 10 mai dans l'après-midi, jour de « Yom Yerushaleim » (« Jour de Jérusalem »), tout s'est précipité. Nous craignions des accrochages alors que des organisations juives allaient défiler aussi dans la Vieille Ville. A 17h, depuis la bande de Gaza, le mouvement islamiste Hamas a envoyé un ultimatum : si dans une heure la police ne se retire pas de l'esplanade, des roquettes seront lancées.

A 18h, les sirènes anti-bombardements ont retenti à Jérusalem du fait des premières roquettes tirées en direction de la ville. Des centaines de roquettes ont été tirées pendant la soirée depuis Gaza vers Israël. L'armée israélienne a immédiatement répliqué avec des bombardements aériens sur Gaza.

Au début, nous ne savions pas s'il s'agissait d'une escalade, ces phases d'affrontements de deux ou trois jours qui se produisent par séquence entre Israël et Hamas, ou bien si nous étions bel et bien dans une guerre, la quatrième à Gaza.

Comment vos équipes se sont-elles organisées ?

Tout le monde s'est mis en mode « guerre » rapidement. Il a fallu mobiliser en une fraction de seconde des équipes texte, vidéo et photo dans la bande de Gaza, à Jérusalem et à Tel Aviv. Tout arrivait en même temps.

Dans d'autres villes israéliennes aussi, il y a eu également de vives tensions entre arabes et juifs. En Cisjordanie, il y a eu des accrochages violents dans les camps palestiniens. A la fois la guerre dans la bande de Gaza, à Jérusalem, des émeutes dans les « villes mixtes » israéliennes et des violences dans les camps palestiniens. Si ces affrontements s'intensifiaient, nous savions qu'il serait excessivement difficile de couvrir les trois axes à la fois.

A un moment donné, des roquettes ont été tirées depuis le Liban vers Israël. Nous nous sommes dits que si cela s'amplifiait aussi à la frontière nord, nous allions être dépassés par les événements.

Tout cela mis ensemble a créé un effet de surcroît : les couvertures s'accumulaient comme les risques. Face à cela, quel allait être notre capacité de couvrir tous les événements 24 heures sur 24 avec cette situation quasi-illisible ? Comment gérer les risques sécuritaires importants pour les équipes ? Si, par exemple, une émeute a lieu dans une ville comme Lod près de Tel Aviv à deux heures du matin, que les gens tirent avec des armes à feu, comment notre reporter sur place va-t-il gérer le risque ?

Tout cela a duré 11 jours mais quand nous étions plongés dedans, nous nous demandions quand cela allait finir : cette guerre allait-elle durer plusieurs mois ?



Et des affrontements d'une violence inouïe auxquels s'ajoute le samedi 15 mai, la destruction de la tour Jala.

Le samedi 15 mai a peut-être marqué un tournant dans cette guerre : l'armée israélienne a donné le signal qu'elle allait détruire la tour Jala de Gaza, où étaient les bureaux de l'agence américaine Associated Press et la chaîne Al Jazeera. Tout le monde a été évacué. Une heure plus tard, l'armée israélienne a bombardé la tour qui s'est totalement effondrée comme un soufflé qui tombe.

Nous avons décidé de rapatrier nos collègues d'AP et Jazeera dans notre bureau de Gaza. Le bureau est passé d'une dizaine à une trentaine de personnes en quelques heures, en pleine guerre.

C'était humainement très compliqué. Gaza est un petit territoire : il n'y pas de front, pas de position de repli face aux frappes aériennes. Pas d'avant, pas d'arrière. Les journalistes devaient travailler, gérer les nouvelles questions logistiques et penser à mettre leurs familles à l'abri.

C'était excessivement stressant pour nous tous. Un collègue a eu la maison voisine de la sienne totalement détruite, avec des éclats qui ont ravagé une partie de son rez-de-chaussée, les enfants qui pleurent et crient.

Côté israélien, nous avions des collègues de Tel Aviv qui voyaient du jour au lendemain des roquettes s'abattre sur leur quartier.

Comment avez-vous géré la situation comme chef de bureau ?

Cette guerre a eu lieu à la fin du Ramadan, après un dernier mois de tensions déjà intenses à Jérusalem : quand la guerre est arrivée, nous étions déjà dans un état de fatigue avancé. Personne n'a vraiment dormi pendant cette période.

C'est un défi de coordination et un défi d'être présent sur le terrain. Les grands médias présents ont tous eu des expériences similaires aux nôtres. Les journalistes ici ont déjà couvert cela, ils savent où et comment se placer, quelles distances prendre avec les événements, comment être au « plus près » sans trop s'exposer.

Ce qui m'a fasciné, c'est l'intensité. Le Hamas a tiré plus de 4 000 roquettes en 11 jours sur Israël, 90% des roquettes ont été interceptées mais cela fait quand même des dégâts considérables. C'est une guerre plus courte que les autres guerres de Gaza mais d'une intensité inédite avec une forte tension psychologique.

Pendant une partie de la guerre, comme chef de bureau, j'étais entre les deux, car je suis chef de bureau et aussi reporter. J'ai donc alterné entre la coordination et le terrain.

Comme chef de bureau, vous voulez voir ce qui se passe : ce n'est pas facile de trouver le juste équilibre entre être à la « tour de contrôle » et sur le terrain.

Pendant cette guerre, le territoire de Gaza était bouclé, je ne pouvais pas y envoyer de renfort. Il m'a fallu attendre la fin de la guerre le 21 mai pour pouvoir rentrer à Gaza, constater l'ampleur des dégâts, physiques et psychologiques. Le stress vécu était si intense qu'il est devenu un sujet de couverture journalistique mais aussi un sujet en interne à part entière : comment être sûr que nos collègues tiennent le coup une fois la guerre terminée ?

Le billet du blog *Making-of* était pour nous une manière de rendre hommage au travail de nos collègues, avec un focus sur Gaza, ce territoire limité et ses risques exceptionnels. Beaucoup de gens n'ont cepen-

dant pas voulu témoigner, par sobriété et pudeur, ne pas jouer les héros du journalisme et voir apparaître leurs noms. Je tiens ici à rendre hommage à chacun.

Revenons sur votre stratégie de couverture. Comment parvenir à produire autant de papiers dans un tel chaos ?

Nous sommes restés extrêmement vigilants. Pendant une guerre, les sensibilités sont à chaud de part et d'autre mais également pour les lecteurs. Le conflit israélo-palestinien déchaîne les passions : les gens deviennent hypersensibles à chaque mot qu'on écrit, à chaque photo et vidéo que nous diffusons. Nous avons rempli je crois notre mission : témoigner de la réalité, donner un visage humain à ce conflit et rester dans les standards AFP.

Nous avons des guidelines de couverture : comment nommer certaines choses, comment expliciter le contexte, comment viser l'impartialité... Ces garde-fous permettent de viser ainsi un même standard de qualité, pour des volumes de production très importants.

Une photo de cette guerre est restée marquante, une photo prise par Anas Baba où l'on voit simultanément des roquettes qui viennent d'être tirées depuis Gaza et le bouclier anti-missiles israélien qui se met à l'œuvre pour intercepter ces projectiles. Le tout montre la technicité de la guerre au 21^e siècle d'une manière étrangement poétique, tout en suggérant un décalage entre ce ballet aérien et la réalité déchirante du terrain.

Nous avons d'ailleurs passé un temps considérable à travers les débris pour montrer le visage de la guerre : ceux qui perdent leurs proches, la crainte au quotidien d'avoir une roquette ou une bombe qui tombe sur la maison.

Cette guerre éclair a fait d'innombrables dégâts. Comment les journalistes et les populations se sont-ils relevés de cette tragédie ?

Ce qui m'a frappé, c'est l'étendue des douleurs psychologiques. Il y a un effet cumulatif : les guerres qui reviennent et s'accumulent, les traumatismes des guerres passées qui ressortent.

Nous avons suivi des psychiatres à Gaza pour voir comment ils travaillaient après la guerre pour éviter que le stress aigu ne se transforme à long terme en syndrome du stress post-traumatique, éviter que cela se cristallise. Cette poignée de psychiatres allaient faire parler les gens. Ils ont visité les familles des victimes civiles, réalisé des exercices pour faire parler les enfants, les faire dessiner, les faire bouger et les remettre sur pied tant bien que mal.

Le tabou sur la santé mentale commençait à devenir chose du passé. Les gens admettent avoir vécu des traumatismes importants, socialement il y a plus d'ouverture sur ce thème et sur le traitement de ces maux.

Quels étaient vos effectifs sur place ?

Les bureaux de Jérusalem, Ramallah et Gaza sont liés. Cela représente environ 35 personnes : photographes, journalistes, vidéastes, techniciens et le personnel administratif. Nous produisons directement en français, anglais et arabe. Pendant la guerre à Jérusalem, nous avons eu des journalistes texte, photo et vidéo en renfort, d'autres venus après la guerre à Gaza. Nous avons aussi mobilisé des pigistes, tout cela fait que nous étions une cinquantaine au total.

Le succès mondial de la couverture de cette guerre éclair témoigne du vif intérêt de nos clients à travers le monde.

La guerre a montré à quel point le conflit israélo-palestinien continue, malgré ce que l'on pense parfois, d'intéresser des gens. Des millions de personnes cherchent à savoir ce qui se passe, les rumeurs fusent de partout. A ce propos, on dit souvent que la vérité est la première victime de la guerre. Notre métier est de rester le plus près possible du terrain, de les faire vivre par des images, des mots et des récits humains. Cela ne veut pas dire que nous n'errons pas à l'occasion, mais que notre boussole demeure la quête des faits.



Cette combinaison d'images
créées le 15 mai 2021
montre la tour Jala (le plus
haut bâtiment) abritant des
médias internationaux dans
la ville de Gaza, contrôlée
par le mouvement palestinien
Hamas, le 15 mai
2021, et une boule de feu
jaillissant du même bâtiment
après avoir été touché
par une frappe aérienne
israélienne le même jour.
© Mahmud Hams / AFP

FOCUS

FACTSTORY : CAP SUR 2024



OTMAN MERICHE

DIRECTEUR
GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ
DE FACTSTORY



FLEUR LAURENT

DIRECTRICE
GÉNÉRALE DÉLÉ-
GUÉE ADJOINTE
DE FACTSTORY

« La performance de FACTSTORY a été remarquable : 15% de chiffres d'affaires de plus qu'en 2019, son année de référence jusqu'ici. »

Comment s'est déroulée 2021 commercialement ?

C'est notre meilleure année commerciale et nous enregistrons une rentabilité record. Donc très bien ! Notre carnet de commandes a commencé à se remplir dès le mois de mai. Il y a peut-être eu un effet rattrapage par rapport à 2020 mais nous avons eu un pic exceptionnel de commandes sur le dernier semestre.

Pour obtenir ces résultats, nous avons choisi de privilégier la fidélisation de nos clients, tout en restant évidemment actifs dans la prospection de nouveaux.

Notre activité est particulière : nous faisons de la production audiovisuelle avec de nombreux projets one shot qui constituent souvent le premier engagement relationnel avec nos clients. À nous de faire en sorte que ce ne soit pas le seul. Nous voulons que nos clients découvrent notre savoir-faire et s'engagent sur des contrats de production plus ambitieux et à plus long terme.

L'activité de FACTSTORY est portée par des contrats importants avec les institutions européennes et internationales parmi lesquelles le Parlement européen, l'UNFPA, l'UNICEF, qui représentent environ 50% de notre chiffre d'affaires.

Nous avons aussi choisi d'intensifier nos efforts commerciaux sur le marché domestique français et cela commence à porter ses fruits. Nous comptons EDF aujourd'hui parmi nos clients qui n'étaient pas présents dans notre portefeuille avant 2020 et avec lesquels nous entamons une relation très intéressante.

Concernant la prospection, nous sommes plus sélectifs sur la taille des projets et sur la qualité de notre portefeuille, ce qui permet, une fois la relation de confiance installée, de faire de l'« upsell ».

Enfin nous avons fusionné nos pôles de production photo et vidéo et créé la fonction de chef de projet pour mettre la relation client au centre de notre activité, à savoir disposer de cette double vision commerciale et éditoriale qui nous permet de les accompagner plus longtemps sur plus de projets.

Votre changement de nom en 2020 a-t-il été bien reçu par vos clients ?

Oui et cela a été incontestablement un des marqueurs forts de l'année. En octobre 2020, AFP-Services est devenu FACTSTORY et nous n'avons commencé à communiquer sur ce nouveau nom qu'à partir de début 2021. Beaucoup de nos clients ont apprécié notre changement de nom et nous ont félicité pour notre nouvelle identité visuelle.

Ne plus porter le nom AFP n'a pas été évident au départ pour la plupart d'entre nous. Mais au final, cela nous a permis de nous renouveler et de nous façonner une image différente et surtout rendre notre positionnement plus lisible. Nous sommes aujourd'hui clairement identifiés comme une société de production, dont les activités sont décorréliées de celles de l'AFP.



Couverture photographique de la Diamond League à Florence (Italie) en juillet 2021. Plus de 150 photos par compétition. © Stefano Rellandini.



Tournage sur le site d'une attaque de Boko Haram, à Zabarmari, dans le nord du Nigeria. © Hamza Suleiman.

Cette nouvelle identité nous permet de mettre en avant notre dimension créative. Si la vidéo représente 70 % de notre chiffre d'affaires, nous produisons également des photos, du texte, de l'infographie, des productions en *motion design*...

2021 est l'année d'un développement conséquent. Quid de 2022 ?

Nous avons trois objectifs pour 2022 et les années à venir. Il s'agit tout d'abord de consolider le chiffre d'affaires actuel. Côté entreprises, cela sera possible si nous parvenons à garder nos meilleurs clients le plus longtemps possible en devenant un partenaire incontournable dans leurs stratégies de production de contenus.

Cela passe aussi par plus de travail de fond sur les appels d'offres institutionnels, les institutions restant notre cœur de métier et la vitrine de notre savoir-faire.

Nous devons enfin garder un niveau de rentabilité supérieur à 10 % afin d'assurer notre développement.

Quelle stratégie de développement allez-vous mettre en place pour respecter ces objectifs ?

Nous évoluons sur un marché très concurrentiel dont les barrières à l'entrée sont en train de se lever : les moyens de tournage deviennent plus légers et sont au final moins onéreux qu'il y a 10 ou 15 ans, permettant à beaucoup de petites sociétés de se positionner avec des offres de prix très compétitives. N'oublions pas non plus que les institutions ou les grands groupes ont aussi investi dans des équipes de production en interne. C'est pour cette raison que nous avons choisi de nous positionner sur trois axes : qualité, créativité et surtout un réseau de production international inégalé.

Notre priorité numéro 1 de développement aujourd'hui est le marché domestique français. Il s'agit de mettre à disposition du marché français cette expertise que nous développons depuis 10 ans à l'international.

Notre principale force est de pouvoir produire localement pour réaliser nos prestations audiovisuelles. Nous sommes aujourd'hui la seule société de production capable de mettre en place des équipes de tournage en un temps record dans le monde entier grâce à la force de notre réseau. Pour nos clients, ce sont des économies de coûts importantes et cela contribue à réduire leur empreinte carbone.

On constate aussi sur le marché français une évolution non négligeable et que l'on observe partout dans le monde : les institutions et les entreprises produisent de plus en plus de contenus qui parlent de leur « raison d'être », de leurs missions ou de leur politique RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises). Elles se sont saisies de thématiques sociétales comme la transition écologique, l'égalité et le droit à la différence. Nous travaillons sur ces sujets depuis longtemps avec le Parlement européen, la DG ECHO de l'Union européenne (Direction générale pour la protection civile et les opérations d'aide humanitaire européennes de la Commission européenne) et EDF récemment.

Notre deuxième axe majeur est évidemment la poursuite de notre développement auprès des institutions internationales. Ce secteur est aujourd'hui notre cœur de métier : la qualité de notre travail éditorial et nos compétences sont mondialement reconnues. Et le fait d'être la filiale de production audiovisuelle de l'AFP renforce considérablement cette perception. En 2022, nous lançons un programme de développement sur ce marché en Afrique, sur le même modèle que celui mis en place en Amérique latine précédemment.

Troisième axe : le sport. Coupe du monde de rugby 2023, Jeux olympiques 2024... À partir de 2023, nous allons vivre en France une séquence sportive très importante, avec une mobilisation très forte des institutions, des entreprises et de la société civile. Il faudra donc être au rendez-vous. Sur le sujet du sport, nous possédons un savoir-faire inégalé depuis des années. Les bonnes relations avec le CIO, la FIFA et d'autres institutions sportives seront précieuses pour y parvenir. La couverture de la Diamond League ou les productions réalisées pour le CIO lors des Jeux de Tokyo et de Pékin sont des exemples qui illustrent notre capacité à nous mobiliser sur les grands événements.

Enfin, nous travaillons sur le développement du format « documentaire ». Les institutions nous sollicitent déjà beaucoup pour en réaliser. Récemment, nous avons saisi l'opportunité de réaliser un documentaire pour Arte et France 24 dans le Nord du Nigeria, intitulé « Survivre à Boko Haram ». Cela démontre aussi notre savoir-faire dans l'éclairage de sujets historiques et géopolitiques complexes.

2021

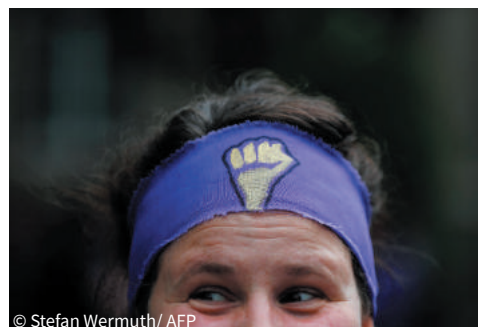
EN BREF



© Jens Schlueter / AFP

Du bon usage du télétravail à l'AFP

Peu pratiqué à l'AFP jusque-là, le télétravail durant la crise sanitaire a montré des aspects positifs et nous a permis une continuité d'activité sans trop de heurts. À ce stade, hors période de pandémie et hors travaux, les salariés éligibles peuvent bénéficier d'un recours au télétravail jusqu'à deux jours par semaine à définir en lien avec leur manager. Déconnexion, temps de travail, perte de lien social... Des problématiques quant à l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle peuvent néanmoins rapidement se poser : L'AFP a publié dès février 2021 un guide du télétravail comprenant les principales dispositions et les meilleures pratiques de prévention des risques associés, avec conseils et ressources ainsi qu'une adresse mail dédiée pour répondre à chacun. Une Foire aux Questions relatives au télétravail a par ailleurs récemment été publiée sur l'intranet.



© Stefan Wermuth / AFP

L'AFP en lutte contre toutes les formes de discrimination

L'AFP a mis en place depuis 2019 une formation sur la prévention du harcèlement sexuel et des agissements sexistes. Une procédure de signalement des faits de harcèlement moral, sexuel et de discrimination expérimentée au siège parisien sera testée en Asie cette année puis étendue à travers le globe. Tout salarié peut à tout moment informer la Direction s'il perçoit une discrimination quelle que soit sa forme. Trois référents discrimination sont à ce jour formés pour réagir à toute alerte pour les salariés rattachés au Siège, et de nouvelles nominations auront lieu prochainement en régions.



© Bertrand Guay / AFP

Négociation annuelle obligatoire 2021 : accord conclu

L'accord conclu au titre de la NAO 2021 prévoit un ensemble de mesures qui représente un coût total supérieur à 1,3 million d'euros, dont près de 0,8 million d'euros au titre des mesures pérennes. Pour mieux rémunérer l'engagement individuel et collectif : une revalorisation de la prime fixe collective à compter du 1^{er} janvier 2022, la mise en place d'une campagne de primes et promotions plus généreuse au cours du 1^{er} trimestre 2022, la revalorisation du barème des pignes et des indemnités kilométriques au 1^{er} janvier 2022, une contribution exceptionnelle de la Direction affectée aux activités sociales et culturelles du CSE pour l'année 2021.



© Tiziana Fabi / AFP

Lancement de la négociation sur l'égalité professionnelle et la QVT

L'accord dont le rythme de négociation minimum est tous les 4 ans, arrive à échéance début 2022. Une réunion permettant de faire le bilan de cet accord a eu lieu fin octobre avec les organisations syndicales représentatives. Un cycle de négociation s'est ouvert fin 2021-début 2022. La Direction s'est déjà engagée à maintenir à 100% le salaire durant le congé paternité et l'accueil de l'enfant suite à l'allongement de la durée de ce dernier en juillet. Des mesures supplémentaires proposées par la Direction seront discutées avec nos partenaires sociaux dès la mi-avril.



© Jonathan Näckstrand / AFP

L'AFP au plus près des jeunes audiences

Afin de mieux cibler les jeunes audiences, le groupe « Nouvelles Audience » travaille directement avec les rédactions en chef pour s'assurer que l'AFP traite sans délai des sujets pertinents : avenir de la planète, monde numérique, sports, genre et diversité. Un nouveau réseau informel de journalistes intéressés par les jeux vidéo a déjà un impact sur notre couverture de ce sujet essentiel. Nous devons nous assurer que les voix et les idées des plus jeunes journalistes sont mieux entendues et prises en considération.



© AFP

L'AFP renforce sa couverture au Maghreb

Installé à Tunis, un nouveau « Hub Maghreb » va permettre à l'AFP d'offrir une couverture encore plus complète, dynamique et originale de l'actualité de la région.

« Nous estimons que le Maghreb est une région d'une importance stratégique, sous-couverte par beaucoup de médias internationaux. La décision de l'AFP de renforcer notre couverture de cette région participe de notre engagement plus général de consolider notre réseau de bureaux, sans équivalent dans le monde », a déclaré le directeur de l'Information de l'AFP Phil Chetwynd. Dirigée par un des journalistes les plus chevronnés de l'AFP, Ezzedine Saïd, la nouvelle structure éditoriale régionale a notamment pour mission de produire davantage de contenus multimédias en matière d'environnement et dans les domaines sociaux, économiques et culturels, à partir du travail effectué sur le terrain par les bureaux de Tunis, Rabat, Alger et Tripoli.

Au total, ce sont désormais 24 journalistes sur lesquels l'AFP s'appuie de façon permanente pour sa couverture du Maghreb, en texte, photo, vidéo et vérification numérique.

MICHÈLE LÉRIDON

L'AGENCE CHEVILLÉE AU CŒUR



© Geoffroy Van der Hasselt / AFP

Terrible nouvelle qui nous a saisis dans l'étrangeté d'une fin de confinement : la mort de Michèle Léridon, survenue brutalement le 3 mai 2021, a créé une onde de choc dans toute l'Agence.

Directrice de l'Information de l'AFP pendant cinq ans avant son départ au Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) en 2019, elle était une femme d'exception, porteuse d'une vision qui laisse une empreinte profonde à l'Agence.

Michèle était d'abord une grande professionnelle de l'information, une journaliste hors pair, indépendante, exigeante, habitée par l'équité et la liberté d'informer. « Ce travail est un combat », un « combat collectif », disait-elle. Elle aimait profondément son métier, comme on aime l'oxygène. Une évidence vitale, fondée sur l'ouverture, l'honnêteté, l'éthique et le courage.

Elle connaissait l'Agence sur le bout des doigts, dans toute sa richesse et sa complexité. 37 ans d'AFP, une carrière impressionnante : au desk, comme reporter, en France, en Afrique, cheffe du bureau de Rome, première Directrice de la rédaction et première Directrice de l'Information. N'oubliant jamais ce qu'était le terrain, cherchant toujours plus loin, à exercer son sens critique, à écouter la société, toute la société, à rechercher la vérité des faits.

C'était le sens du débat qu'elle avait suscité au sein de l'AFP après la stupéfaction née de l'élection de Donald Trump et du Brexit. Comment nous, médias, avons-nous pu être aveugles à ce point, n'avoir rien vu venir ?

C'étaient de telles remises en cause qu'exigeait son intégrité, doublée d'une intelligence fine et d'une grande rigueur professionnelle. Son franc-parler et ses réparties faisaient mouche. De ces échanges on sortait grandis, meilleurs aussi. « Son héritage, ce sont les fondements sur lesquels repose tout ce que nous faisons aujourd'hui », a souligné Phil Chetwynd, qui a travaillé cinq ans à ses côtés comme Rédacteur en chef central avant de lui succéder à la Direction de l'Information.

La vidéo, le développement fulgurant du fact-checking, nos indispensables chartes déontologiques... Michèle savait oser, être ambitieuse pour armer l'AFP face à d'immenses défis: « que tout change pour que rien ne change », disait-elle en citant *Le Guépard*.

« S'il y avait une Marianne du journalisme, elle aurait les traits de Michèle », a finement relevé Christophe Deloire, secrétaire général de Reporters sans Frontières (RSF) lors de l'hommage rendu à sa « consœur en idéal du journalisme » le 20 mai, place de la Bourse, en présence de ses trois fils Timothée, Joseph et Pablo, de son compagnon Piero, de nombreux amis et personnalités des médias.

Michèle était une femme de convictions, douée d'immenses qualités humaines, sincère et sans artifice : sensible au monde et aux autres, d'une grande humilité, comme l'ont souligné d'innombrables hommages.

Accessible, elle s'intéressait à tous les journalistes, tous les salariés de l'Agence, partout dans le monde. Pour l'avoir vécu elle-même dans l'horreur de la guerre au Libéria et en Sierra Leone, elle n'a jamais oublié ce que vivaient les journalistes dans les conflits les plus durs. Elle a agi pour faire sortir nos pigistes de Syrie, accourant au bureau de Beyrouth lors de l'évacuation délicate d'un de nos photographes d'Alep, ou à Kaboul pour soutenir les équipes et proches de nos journalistes tués en Afghanistan.

Elle a fait une priorité de la sécurité des journalistes et de la prévention des risques psychologiques auxquels ils sont exposés.



© Guillaume Souvart / AFP
16 mars 2017 - Michèle Léridon avec Karam Al-Masri, récompensé du Prix Enquête et reportage lors de la 10^e édition des Assises internationales du journalisme.



© AFP
Novembre 2018 - Lors d'un dîner avec le bureau de Kaboul

Bien avant #metoo, Michèle a porté en pleine lumière le combat de la place des femmes à l'Agence et dans les contenus qu'elle produit. Elle avait l'art de magnifier une idée naissante en initiative novatrice au service de la diversité, de l'égalité des chances, des jeunes générations. Pour s'en souvenir, l'AFP et l'Arcom, nouvelle entité de régulation de l'audiovisuel et du numérique héritière du CSA, ont créé un Prix « Michèle Léridon » pour la diversité dans les médias destiné aux étudiants et étudiantes ayant suivi les enseignements de l'association La Chance.

Michèle, c'était cette longue silhouette au regard pétillant et bienveillant, au sourire lumineux, cette élégance du cœur et de l'esprit qui inspirait un profond respect.

On avait envie de partager ses passions pour le cinéma et l'Italie, ses enthousiasmes, son humour et ses éclats de rire.

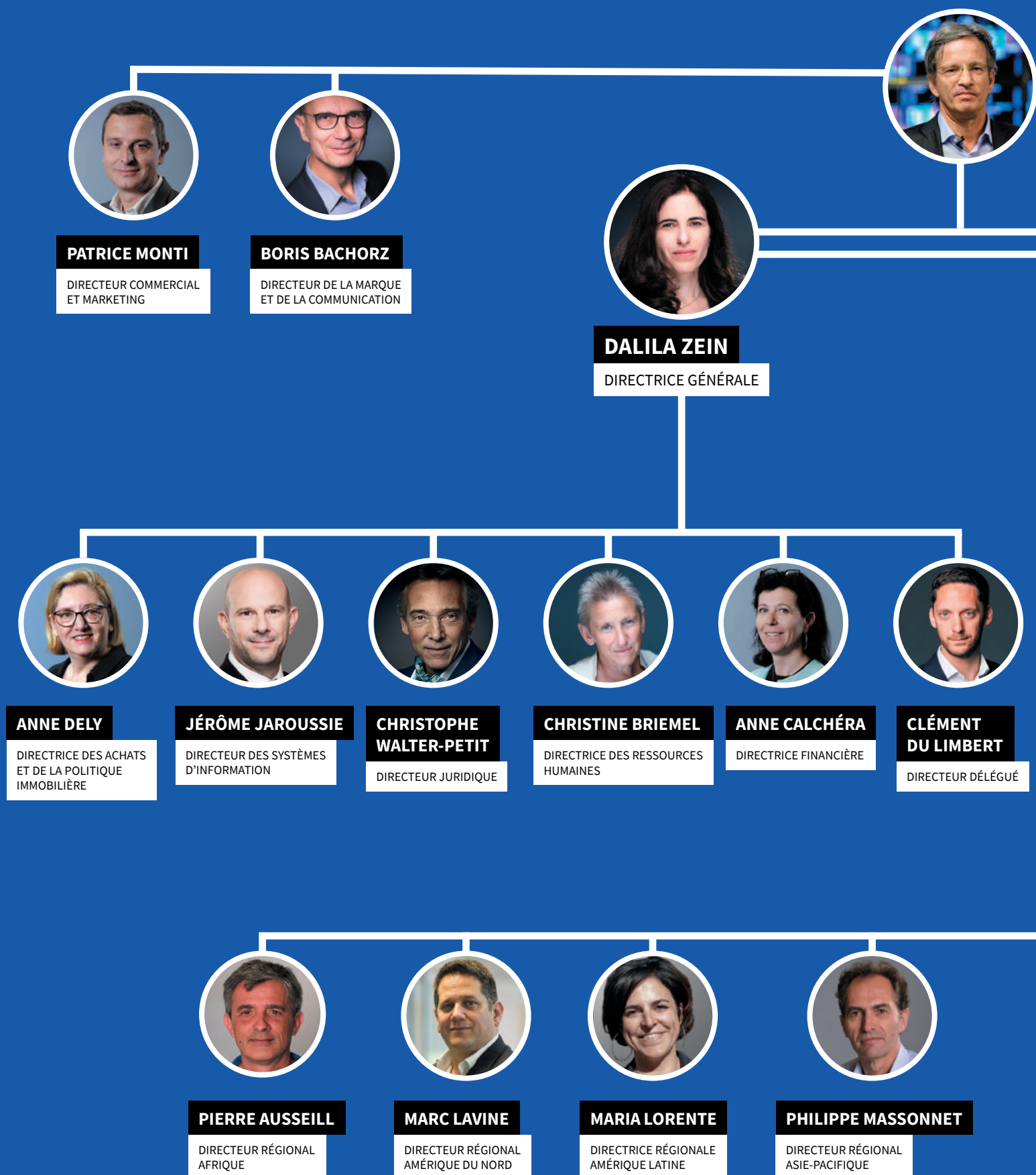
Chaque jour, je mesure le privilège d'avoir travaillé à ses côtés, nouant avec elle une complicité amicale. Elle détestait toujours qu'on en fasse trop.

« Trop long ce papier », dirait-elle. Elle me laisse une obsession : tenter d'être juste. Simplement.

Sophie Huet, rédactrice en chef centrale

L'ORGANIGRAMME

AU 01 DÉCEMBRE 2021



FABRICE FRIES

PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL



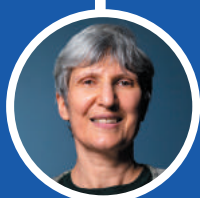
PHIL CHETWYND

DIRECTEUR DE L'INFORMATION



SOPHIE HUET

RÉDACTRICE EN CHEF
CENTRALE



**JULIETTE
HOLLIER-LAROUSSE**

DIRECTRICE ADJOINTE
DE L'INFORMATION,
POUR LA VIDÉO ET L'AUDIO



ÉRIC BARADAT

DIRECTEUR ADJOINT
DE L'INFORMATION POUR
LA PHOTO, L'INFOGRAPHIE,
LA DATA ET LA DOCUMENTATION



JEAN-LUC BARDET

DIRECTEUR ADJOINT
DE L'INFORMATION



PHILIPPE ONILLON

DIRECTEUR ADJOINT
DE L'INFORMATION,
MOBILITÉ ET PROJETS



CHRISTINE BUHAGIAR

DIRECTRICE RÉGIONALE
EUROPE



JEAN-LUC BARDET

DIRECTEUR RÉGIONAL
FRANCE



SYLVAIN ESTIBAL

DIRECTEUR RÉGIONAL
MOYEN-ORIENT AFRIQUE DU NORD

PRIX

ET DISTINCTIONS

En 2021, le travail des journalistes de l'AFP figure au palmarès de nombreux prix internationaux. Pour la deuxième année consécutive, la production vidéo de l'AFP a été récompensée par les AIB Media Awards et la production photo par le prix du « Photographe d'agence de l'année » par *The Guardian*.



Agence France-Presse

AIB Media Awards 2021

Prix de la meilleure agence de l'année



Mohamed Abed

**Prix Bayeux Calvados-Normandie
des correspondants de Guerre**

2^e prix dans la catégorie photo



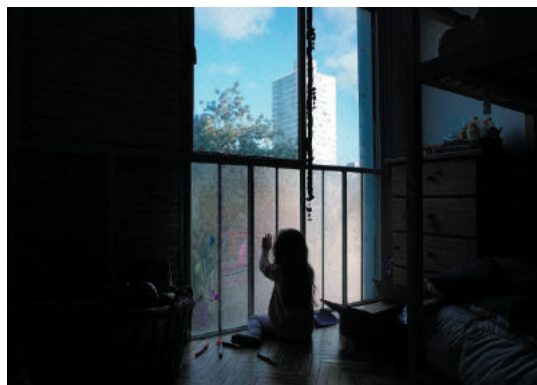
20 mai 2021 – Gaza, Palestine



Eitan Abramovitch

POY Latam

2^e prix dans la catégorie « Pandémie en Amérique latine »



06 avril 2020 – Montevideo, Uruguay



Sameer Al-Doumy

Prix international de photographie Hamdan (HIPA)

1^{re} place dans la catégorie « Général – Couleur »



27 août 2020 – la Manche, France



Raul Arboleda

Paris Sport Photo

3^e place dans la catégorie « Reportage »



27 septembre 2018 – Puerto Colombia, Colombie



Ernesto Benavides

World Press Photo 2021

2^e prix dans la catégorie « Spot News »



12 novembre 2020 – Lima, Pérou

L'ensemble des photos et reportages primés
à retrouver sur AFP.com, dans la version enrichie
de ce rapport annuel 2021



Yasuyoshi Chiba

The Guardian

Photographe d'agence de l'année



23 juin 2021 – Mekele, Éthiopie



Fabrice Coffrini

Paris Sport Photo

3^e prix dans la catégorie « Action »

Swiss Press Photo

3^e prix dans la catégorie « Actualité »



19 décembre 2020 – Engelberg, Suisse



06 juin 2020 – Genève, Suisse



Yuri Cortez

Istanbul Photo Awards

2^e place dans la catégorie « Single News »



04 septembre 2020 – Quezaltepeque, Salvador



Josh Edelson

Covering Climate Now Journalism Awards

Lauréat dans la catégorie « Photography »



07 septembre 2020 – Californie, États-Unis



David Gray

Tokyo International Foto Awards (TIFA)

Argent dans la catégorie « Editorial / Sports »

Bronze dans la catégorie « Editorial / Sports »

Mention honorable du jury



12 février 2021 – Melbourne, Australie



Marlowe Hood

Biophilia Award for Environmental Communication (BBVA Foundation)

3^e prix Biophilia

Fundación
BBVA



Andrej Isakovic

Serbia Press Photo

Meilleure photo de sport de l'année



12 septembre 2021 – Monza, Italie

L'ensemble des photos et reportages primés
à retrouver sur [AFP.com](https://www.afp.com), dans la version enrichie
de ce rapport annuel 2021



Aref Karimi

Marai Photo Award

Gagnant dans la catégorie « Photo Story »



05 mai 2019 – Hérat, Afghanistan



Sammy Ketz

Prix Scam 2021

Prix Christophe de Ponfily pour
l'ensemble de son œuvre journalistique

Scam*



Chandan Khanna

Andrei Stenin International Press Photo Contest

1^{er} prix dans la catégorie « Top news series »



02 juin 2020 – Minneapolis, États-Unis



Joe Klamar

Paris Sport Photo

3^e prix dans la catégorie « Insolite »



09 août 2020 – Brno, République tchèque



Wakil Kohsar

Prix Varenne National

Prix Varenne National pour un sujet international

Prix Polka

Lauréat du prix Polka du photographe de l'année 2021



16 août 2021 – Kaboul, Afghanistan



16 août 2021 – Kaboul, Afghanistan



Solan Kolli

Rory Peck

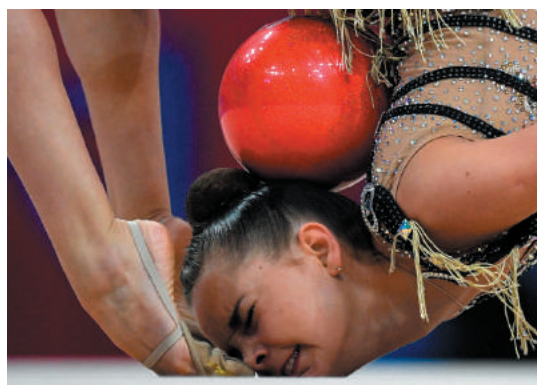
1^{er} prix dans la catégorie « News »



Kiril Kudryavtsev

Paris Sport Photo

2^e prix dans la catégorie « Insolite »



22 juin 2019 – Minsk, Biélorussie

L'ensemble des photos et reportages primés
à retrouver sur AFP.com, dans la version enrichie
de ce rapport annuel 2021



Saul Loeb

POYi

2^e prix dans la catégorie « Impact 2020: Election Season »



28 août 2020 – Maryland, États-Unis



Léo Malafaia

Prix Varenne

Prix international



21 octobre 2019 – Cabo de Santo Agostinho, Brésil



Clément Melki

Prix Varenne

Prix Jeune journaliste dans la catégorie Presse
quotidienne nationale



Guerchom Ndebo

Prix Albert Kahn

Prix de l'Avenir Photo



22 mai 2021 – Goma, République démocratique du Congo



Segun Olakoyenikan

Prix Africa Check

2^e prix du « Fact check de l'année par un journaliste en exercice »



Africa Check



Jeff Pachoud

Paris Sport Photo

Grand Prix et 1^{er} prix dans la catégorie
« Ma sélection » pour best of images
du Tour de France

Winter Sport Photo Awards

1^{er} prix dans la catégorie « Stories / Single »



18 juillet 2019 – Bagnères-de-Bigorre, France



16 mars 2018 – Arêches-Beaufort, France



Mauro Pimentel

**Prix de journalisme Vladimir Herzog
d'amnistie et droits de l'homme**
Mention honorable



06 mai 2021 – Rio de Janeiro, Brésil

L'ensemble des photos et reportages primés
à retrouver sur [AFP.com](https://www.afp.com), dans la version enrichie
de ce rapport annuel 2021



Juliette Rabat

Plumes et caméras de l'économie et du droit
« Plume d'argent » dans la catégorie « Enjeux économiques et juridiques »



LES PLUMES
DE L'ÉCONOMIE & DU DROIT



Leo Ramirez

The SOPA Awards
2^e prix dans la catégorie « Excellence in Video Reporting »



Paul Ratje

Lucie Awards
Impact Award



19 septembre 2021 – Del Rio, États-Unis



Hector Retamal

The SOPA Awards
Prix d'excellence photo



16 avril 2020 – Wuhan, Chine



Hector Retamal

POYi

1^{re} place dans la catégorie « Spot news »

Fotoprensa

1^{re} place dans la catégorie « internationale »



31 janvier 2020 – Wuhan, Chine



Steven Saphore

TIFA

Argent dans la catégorie « Editorial / Political »



24 juillet 2021 – Sydney, Australie



Roberto Schmidt

POYi

1^{er} prix dans la catégorie « Impact 2020: protests and movements »



02 juin 2020 – Washington, États-Unis



Antonin Thuillier

Paris Sport Photo

3^e prix dans la catégorie « Ma sélection » pour ses images lors des championnats du monde d'athlétisme de Doha



30 septembre 2019 – Doha, Qatar

L'ensemble des photos et reportages primés
à retrouver sur AFP.com, dans la version enrichie
de ce rapport annuel 2021



Kenzo Tribouillard

Prix Varenne

Prix de la presse nationale



29 avril 2020 – Seraing, Belgique



Loïc Venance

Mirabaud Yacht Racing Image

Grand prix



06 février 2021 – Les Sables-d'Olonne, France



Kerem Yücel

Press Photographs of the Year (TFMD)

Prix du reportage photo de l'année

Prix spécial « Rafet Hüner »



01 septembre 2020 – Kenosha, États-Unis



Medialab de l'AFP

U.S.-Paris Tech Challenge

Lauréat du prix (concours international
des meilleurs outils de lutte contre la
désinformation)





**Jalees Andrabi
Bhuvan Bagga
Maude Brulard
Abhaya Srivastava
Archana Thiyagarajan**

Human Rights Press Awards
Prix du mérite dans la catégorie « Breaking
News writing » (en anglais)



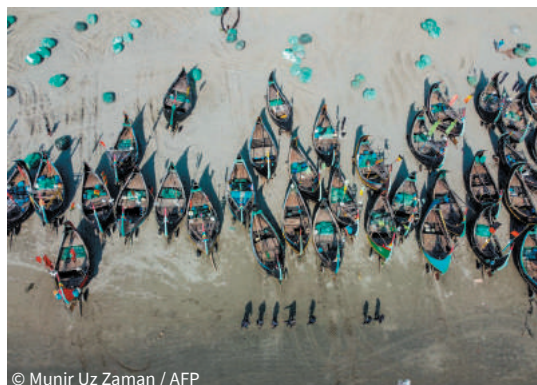
© Sajjad Hussain / AFP

21 novembre 2020 – New Delhi, Inde



**Peter Brieger
Haeril Halim
Sam Jahan
Sam Reeves**

Human Rights Press Awards
Prix du mérite dans la catégorie « Investigative
Feature writing » (en anglais)



© Munir Uz Zaman / AFP

07 octobre 2020 – Shamlapur, Bangladesh



**Hector Retamal
Sebastien Ricci**

Human Rights Press Awards
Gagnant dans la catégorie « Breaking News writing »
(en anglais)



© Hector Retamal / AFP

08 avril 2020 – Wuhan, Chine



**Mladen Antonov
Lillian Suwanrumpha
Jack Taylor**

Human Rights Press Awards
Prix du mérite dans la catégorie « Photography
(Series) »



© Mladen Antonov / AFP

21 novembre 2020 – Bangkok, Thaïlande

L'ensemble des photos et reportages primés
à retrouver sur [AFP.com](https://www.afp.com), dans la version enrichie
de ce rapport annuel 2021



Bhuvan Bagga
Sajjad Hussain
Indranil Mukherjee
Jewel Samad
Arun Sankar
Himanshu Sharma
Money Sharma

Human Rights Press Awards

Prix du mérite dans la catégorie « Photography
(Series) »



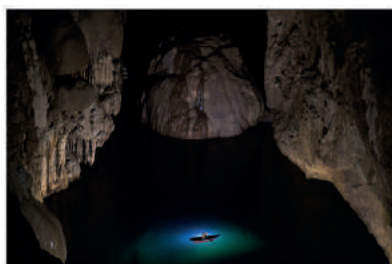
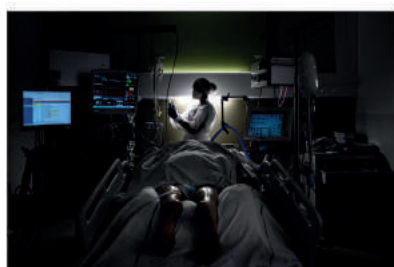
13 mai 2020 – New Delhi, Inde

L'ANNÉE 2021

EN PHOTOS

Focus

Le regard des photographes de l'AFP



 La Découverte

Être là le premier, pour témoigner : Eduardo Soteras l'a été au Tigré, dans le nord de l'Éthiopie, révélant les exactions d'une guerre menée jusqu'alors en huis clos.

Être là le dernier, quand tout le monde ou presque est parti : Wakil Kohsar, qui a choisi de rester à Kaboul parce qu'il sait ce qu'être réfugié signifie, a montré les talibans paradant avec les armes et les matériels abandonnés par « la plus puissante armée du monde ».

Être là où plus personne ne va, depuis longtemps : Alexis Huguet a documenté le désespoir des réfugiés de Bijombo, en RDC, oubliés de tous – vraiment.

Être là où l'on ne veut pas de vous, à cause de ce que vous représentez : la liberté d'expression en Birmanie, ou « les médias dominants » lors de l'assaut du Capitole.

À retrouver dans toutes les librairies



Retrouvez-nous sur



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