

SOCLE ÉTHIQUE

MARS 2024

SOCLE ÉTHIQUE

SOMMAIRE

Introduction

- I) LE CADRE DE NOS MISSIONS
- II) UN JOURNALISME RESPONSABLE
- III) NOTRE ENGAGEMENT SOCIAL
- IV) NOTRE ÉTHIQUE DES AFFAIRES
- V) NOS ACTIONS ENVIRONNEMENTALES

INTRODUCTION

CONTRIBUER À LA CRÉATION D'UNE COMMUNAUTÉ INFORMÉE ET D'UN AVENIR DURABLE

1. **Le statut fondateur de l'AFP**, institué par une loi de 1957, impose à l'Agence de fournir une **information complète, exacte, impartiale et digne de confiance** dans de multiples langues et sur de multiples plateformes dans le monde entier, 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.
2. L'AFP met en place des procédures rigoureuses de collecte d'informations et s'engage à respecter strictement un **code de déontologie** spécifique et des règles particulières visant à **protéger les sources**, disponibles pour consultation [sur AFP.com](https://www.afp.com).
3. Grâce à son réseau international de journalistes d'investigation numérique, l'AFP est pleinement engagée dans la **lutte contre la désinformation**.
4. L'AFP s'engage à promouvoir **l'éducation à l'information**.
5. L'AFP s'engage, à travers sa couverture, à participer à la **sensibilisation de la population aux enjeux sociétaux**, notamment le **changement climatique** et les **évolutions technologiques**.
6. L'AFP s'engage à promouvoir **la diversité, l'inclusion et l'égalité des chances** au sein de son personnel et à **lutter contre toute forme de discrimination**.
7. L'AFP met en place des **dispositifs visant à assurer à ses collaborateurs un environnement de travail protecteur**, à la fois dans les bureaux et sur le terrain.
8. L'AFP s'engage à mettre en œuvre des **pratiques responsables pour ses achats et dans la relation avec ses clients**.
9. L'AFP s'engage à assurer la **transparence** nécessaire à l'égard de ses différentes parties prenantes.
10. L'AFP s'engage à mettre en place une **stratégie responsable et durable pour réduire son empreinte carbone**.

I. LE CADRE DE NOS MISSIONS

A. DES MISSIONS INSCRITES DANS NOTRE STATUT

1. UN ORGANISME « SUI GENERIS » POUR ACCOMPLIR NOS MISSIONS

L'AFP est dotée d'un statut unique résultant de la loi n° 57-32 du 10 janvier 1957.

Cette loi institue l'AFP, organisme « sui generis », doté de la personnalité morale.

L'AFP est un organisme indépendant dont la mission est la collecte d'éléments d'une **information complète et objective et la mise à disposition de cette information contre paiement.**

Notre statut fixe les règles de désignation et de fonctionnement des instances chargées de notre administration et de notre gestion, à savoir notre président-directeur général et notre conseil d'administration, et celles relatives à la désignation et au fonctionnement des instances de contrôle chargées de garantir notre pérennité et le respect de nos obligations fondamentales dans l'accomplissement de nos missions.

Notre statut assure notre indépendance tant à l'égard des pouvoirs publics que des intérêts privés. Il nous apporte les moyens de fournir une information exacte, impartiale et digne de confiance et nous confère le caractère d'entreprise à rayonnement mondial.

2. DES OBLIGATIONS FONDAMENTALES STATUTAIRES

« L'Agence France-Presse ne peut en aucune circonstance tenir compte d'influences ou de considérations de nature à compromettre l'exactitude ou l'objectivité de l'information ; elle ne doit, en aucune circonstance, passer sous le contrôle de droit ou de fait d'un groupement idéologique, politique ou économique ;

L'Agence France-Presse doit, dans toute la mesure de ses ressources, développer son action et parfaire son organisation en vue de donner aux usagers français et étrangers, de façon régulière et sans interruption, une information exacte, impartiale et digne de confiance ;

L'Agence France-Presse doit, dans toute la mesure de ses ressources, assurer l'existence d'un réseau d'établissements lui conférant le caractère d'un organisme d'information à rayonnement mondial. »

(Article 2 du statut)

B. UNE GOUVERNANCE QUI ASSURE LA BONNE CONDUITE DE NOS MISSIONS

1. ORGANES DE GESTION

Le Conseil d'administration est notre organe de gestion et d'administration. Présidé par le **président-directeur général**, il comprend des représentantes et représentants d'entreprises de publication de presse, de sociétés nationales de programmes, de services publics usagers de l'Agence issus des ministères les plus directement concernés, du personnel de l'Agence et des personnalités indépendantes nommées par le Conseil.

Il se réunit au moins quatre fois par an.

Le Conseil d'administration est investi de pouvoirs les plus étendus pour la gestion et l'administration de l'Agence.

Il délègue ses pouvoirs liés à la gestion courante au **président-directeur général**, ce dernier s'appuyant sur un comité exécutif qui comprend notamment le **directeur de l'information** ayant autorité sur la production rédactionnelle et la **directrice générale** qui l'assiste dans la préparation et la mise en œuvre de ses décisions.

Le Conseil d'Administration conserve de nombreuses prérogatives essentielles telles que l'approbation des comptes annuels et du budget, les autorisations de prises de participations, les prêts, avances et emprunts significatifs...

Chaque membre du conseil d'administration doit se conformer au **règlement intérieur du Conseil d'administration** qui précise les modalités de l'exercice de son mandat, et à **la Charte de l'administrateur** qui fait état de ses droits, obligations et devoirs en matière de confidentialité, loyauté et bonne foi.

2. INSTANCES DE CONTRÔLE

Le Conseil supérieur, autorité administrative indépendante, veille au respect de nos obligations fondamentales. Il peut adresser au président-directeur général des observations sur la mise en œuvre de notre stratégie, il est consulté avant toute décision stratégique ainsi que sur le projet de contrat d'objectifs et de moyens. Le président-directeur général lui rend compte de notre activité, de notre gestion et du respect de notre pleine et entière indépendance, dans l'exercice de nos missions rédactionnelles. En outre le Conseil Supérieur peut être saisi par les l'ensemble des usagers, des organisations professionnelles de presse ou la commission financière, de tout fait de nature à constituer une infraction aux obligations énoncées à l'article 2. Il établit chaque année un bilan dans un rapport remis au parlement, de notre situation économique, financière et sociale, ainsi que de l'exécution de nos obligations.

La Commission financière est saisie du projet de budget annuel de l'Agence et vérifie l'équilibre réel des recettes et des dépenses. Elle est chargée de procéder à la vérification générale de notre gestion financière et à l'apurement des comptes et est habilitée à donner quitus aux administrateurs de leur gestion. Elle adresse tant au Président Directeur Général qu'au conseil d'administration toutes observations utiles pour la gestion financière. Elle s'assure annuellement que la compensation financière versée par l'Etat n'excède pas les coûts nets générés pour l'accomplissement de nos missions d'intérêt général. Elle est assistée dans l'exercice de cette mission par deux cabinets d'audit.

C. DES RESSOURCES QUI ASSURENT LE FINANCEMENT DE NOTRE ACTIVITÉ ET NOTRE INDÉPENDANCE

1. NOS RESSOURCES

L'AFP est un organisme *sui generis* sans capital social ni actionnaires. Cette forme juridique unique nous permet de ne passer sous le contrôle de droit ou de fait d'aucun groupement économique susceptible de compromettre l'objectivité de l'information que nous produisons.

Tenus, dans toute la mesure de nos ressources, d'assurer l'existence d'un réseau d'établissements de collecte d'information nous conférant le caractère d'un organisme d'information à rayonnement mondial, nous retirons la majeure partie de nos ressources du produit de la vente de nos services d'information à nos clients dans le monde.

Nos clients situés sur tous les continents sont des entreprises de médias – journaux, magazines, télévisions et radios, publications numériques - mais aussi des institutions, États et collectivités publiques, des organisations internationales, des entreprises.

Nous nouons par ailleurs des partenariats avec des agences dans les territoires où ces dernières disposent de réseaux de clients complémentaires au nôtre, auxquels ces agences partenaires distribuent nos services d'information.

Enfin, l'AFP dispose d'un réseau de journalistes d'investigation numérique présents dans tous les continents, ce qui lui permet de fournir aux opérateurs de plateformes de partage, agrégateurs de contenus d'information et moteurs de recherche un service de production de contenus multilingues permettant de lutter contre la propagation de fausses informations.

2. LA COMPENSATION DES MISSIONS D'INTÉRÊT GÉNÉRAL

L'AFP perçoit également, dans un cadre fixé par la Commission européenne, une compensation financière versée par l'État français, pour l'accomplissement de ses missions d'intérêt général.

Cette compensation est destinée à couvrir les coûts nets supportés par l'AFP pour permettre la collecte et le traitement d'informations internationales qui dépassent celles qui répondent aux besoins d'une agence de presse nationale uniquement vouée à la poursuite d'une activité commerciale.

La compensation ne peut dépasser le solde de nos coûts nets pour assurer notre présence mondiale.

Un contrat d'objectifs et de moyens (COM) signé entre l'AFP et l'État français tous les cinq ans détaille les objectifs afférents aux missions définies par la loi et les indicateurs permettant d'en mesurer la réalisation ainsi que les modalités de calcul de la compensation du coût net des missions d'intérêt général.

D. DES PROTOCOLES QUI ENCADRENT L'EXERCICE DE NOS MISSIONS

1. DOCUMENTS DE RÉFÉRENCE POUR NOS JOURNALISTES

Pour assurer la bonne mise en œuvre de nos obligations fondamentales et de notre stratégie éditoriale, nos journalistes s'appuient sur des documents de référence qui édictent les règles précises de bonne conduite à adopter pour fournir l'information la plus exacte et impartiale possible.

La Charte de l'Agence France-Presse et la **Charte des bonnes pratiques éditoriales et déontologiques** établissent les règles fondamentales des droits et devoirs de nos journalistes dans l'accomplissement de leur tâche. Elles sont complétées par un document sur les sources « 20 principes concernant les sources à l'AFP » et par le **Manuel de l'agencier**, document de référence, qui décrit de façon très détaillée et très pragmatique les règles auxquelles les journalistes de l'Agence doivent se conformer.

LA CHARTE DE L'AGENCE FRANCE-PRESSE

Elle décrit notre mission : « fournir à tout instant une information exacte, impartiale et digne de confiance sur l'actualité du monde entier ». Elle énonce les devoirs qui nous incombent pour accomplir cette mission comme notamment notre devoir d'indépendance et la défense de la liberté d'expression tout en assurant la sécurité de celles et ceux qui travaillent pour nous.

LA CHARTE DES BONNES PRATIQUES ÉDITORIALES ET DÉONTOLOGIQUES

Ce texte a été établi après une étude approfondie notamment de documents historiques tels que la Déclaration de Munich de 1971 sur les droits et devoirs des journalistes.

En premier lieu cette charte décline en 10 principes universellement admis les lignes directrices permettant d'établir une couverture exacte, équilibrée et impartiale de l'actualité.

Elle synthétise les grands principes et instructions contenues dans le Manuel de l'agencier.

Elle énonce les devoirs et moyens mis à disposition des journalistes pour rapporter les faits avec vérité et exactitude, en organisant notamment la façon dont les journalistes doivent traiter les faits de façon équilibrée.

Elle revient en outre sur les cas réclamant une attention particulière, comme par exemple les enfants, les décès, les élections, les tueries.

Elle expose les devoirs de bonne conduite et d'éthique des journalistes de l'AFP par la prévention d'éventuels conflits d'intérêts ou encore par le refus de cadeaux et hébergements.

Le traitement des informations économiques et financières est aussi abordé dans cette Charte, au travers de la problématique des délits d'initiés, d'éventuels liens personnels ou familiaux avec certaines entreprises, le devoir des journalistes étant de rapporter avec exactitude, équité et neutralité les informations relatives aux entreprises.

Enfin, elle évoque le code de conduite à adopter, lors des conflits ou dans un environnement dangereux ou hostile. La Charte insiste sur divers éléments relatifs à la sécurité des journalistes (protection, prise d'otage, devoir d'assistance aux victimes...), l'utilisation d'images traumatisantes ou d'otages.

LE MANUEL DE L'AGENCIER

Le Manuel de l'agencier est la référence absolue de chaque journaliste de l'Agence.

Il définit les règles rédactionnelles de l'AFP. Présenté en ligne sous forme d'abécédaire et doté d'un moteur de recherche, le Manuel répond aux questions les plus courantes posées par la pratique du journalisme dans une agence multimédia internationale.

De A comme Abréviations, Agenda ou Alerte à W comme Wikipédia et Y comme YouTube, il permet d'uniformiser la manière dont nous traitons la copie, de donner les règles applicables à tous en matière de traitement de l'actualité et d'utilisation des outils à notre disposition ainsi que de répondre à des questions sur lesquelles nous sommes régulièrement interpellés comme l'usage des mots « terroriste » ou « génocide ».

Nous avons conscience de jouer un rôle prescripteur pour les rédactions. Ainsi, les mots que nous choisissons, les expressions que nous utilisons se retrouvent sur les sites des médias, dans la bouche des journalistes radio ou TV. Et notre exposition corrélative toujours plus grande vis-à-vis du grand public nous oblige : un mot mal choisi, la moindre inexactitude dans le traitement d'une information et c'est un déferlement sur les réseaux sociaux.

Si nos valeurs et notre exigence restent immuables, le Manuel de l'agencier reste un document vivant, comme le sont les dictionnaires qui introduisent chaque année de nouveaux mots, et le Manuel est enrichi en permanence grâce à des comités référents. Chaque journaliste est invité à faire part de ses remarques et suggestions pour faire vivre ce Manuel.

2. ENTRETIEN D'UN RÉSEAU MONDIAL

Selon l'article 2 de notre Statut relatif à l'accomplissement de notre mission : « **L'Agence France-Presse doit, dans toute la mesure de ses ressources, assurer l'existence d'un réseau d'établissements lui conférant le caractère d'un organisme d'information à rayonnement mondial** ».

Le réseau multilingue (nous produisons en 6 langues : français, anglais, espagnol, portugais, allemand et arabe) et multi-métiers de l'AFP est unique. Pour entretenir ce rayonnement mondial, nous employons 2400 collaborateurs de 100 nationalités différentes réparties dans 260 villes à travers 151 pays. Le pilotage du réseau est organisé selon 7 grandes zones géographiques : la France, l'Europe, l'Afrique, l'Amérique du Nord, l'Asie-Pacifique, l'Amérique latine, le Moyen-Orient.

La rédaction en chef centrale de l'AFP assure le pilotage global de la couverture mondiale.

Un dispositif de mobilité très active des journalistes, ainsi que l'existence d'un dense réseau d'expatriés permet de diffuser partout le niveau d'exigence nécessaire à l'exercice de notre métier.

II. UN JOURNALISME RESPONSABLE

A. EN PREMIÈRE LIGNE DANS LA LUTTE CONTRE LA DÉSINFORMATION - L'INVESTIGATION NUMÉRIQUE À L'AGENCE FRANCE-PRESSE

Depuis son lancement en 2017, la cellule d'investigation numérique de l'AFP s'est développée pour devenir le plus grand réseau au monde de journalistes experts dans ce domaine. A ce jour, l'AFP dispose de plus de 130 journalistes chargés des enquêtes numériques, répartis dans une trentaine de bureaux et couvrant plus de 80 pays en 24 langues, confortant notre engagement dans la lutte contre la manipulation de l'information et de la désinformation en ligne. Nos journalistes s'appuient sur le « Manuel du Fact Checking » qui définit les règles rédactionnelles de leur mission.

Le site AFP Factuel et ses déclinaisons en 24 langues.

Créé en 2017, le site [AFP Factuel](#) vérifie les informations douteuses, trompeuses ou fausses qui circulent en ligne. Les journalistes de l'AFP analysent les publications, les images et les vidéos virales pour déceler les fausses informations et portent une attention particulière aux affirmations véhiculant un discours haineux et raciste, dangereux pour la santé et/ou pouvant porter atteinte à l'intégrité des personnes. Notre indépendance nous permet d'enquêter sur toute affirmation et ce, quelle que soit sa provenance : qu'elle émane de personnalités politiques au pouvoir ou dans l'opposition, d'une organisation internationale, d'une entreprise ou d'un média. Les journalistes travaillent conformément à la [Charte des bonnes pratiques éditoriales et déontologiques](#) de l'AFP sur les 5 continents et publient en 24 langues.

Nous comptons également parmi les 80 partenaires du [Third-party factchecking program](#) lancé par Facebook. Des contenus remontés par Facebook, Instagram et leurs utilisateurs font ainsi partie des affirmations sur lesquelles nous travaillons et ce en totale indépendance éditoriale.

L'AFP est également membre de l'IFCN (*International Fact-Checking Network*), une organisation indépendante, et [signataire de sa charte de principes](#).

L'EXTENSION (« *PLUGIN* ») INVID-WEVERIFY

L'AFP, à travers sa cellule Medialab, a publié en 2017 une extension de navigateur dans le cadre du projet européen InVID, puis du projet WeVerify qui permet aux journalistes, aux fact-checkers, aux activistes des droits de l'Homme, aux éducateurs et éducatrices et à tout un chacun de vérifier les fausses images et les fausses vidéos qui circulent sur internet et notamment sur les réseaux sociaux. Ce *plugin* est utilisé par plus de 100 000 utilisateurs actifs par mois dont les principales rédactions qui font du fact-checking dans le monde.

CO-CONSTRUCTION D'UN CODE DE CONDUITE POUR LE FACT-CHECK EUROPÉEN

Fin 2021, nous nous sommes joints à 5 autres organisations européennes d'investigation numérique pour élaborer un [Code de déontologie professionnelle destiné à aider les journalistes fact-checkeurs indépendants](#) dans leur travail, avec le soutien de la Commission européenne.

PARTENARIAT AVEC LE EUROPEAN DIGITAL MEDIA OBSERVATORY (EDMO)

En tant que leader mondial de l'investigation numérique, nous nous associons à de nombreux projets de lutte contre la désinformation, en participant notamment à plusieurs hubs du réseau EDMO (*European Digital Media Observatory*) lancé par l'Union européenne. Le hub CEDMO (*Central European Digital Media Observatory*) nous unit à des partenaires tchèques, polonais, slovaques et grec pour lutter contre la désinformation en Europe centrale, en éduquant les médias dans la région et en développant des outils d'intelligence artificielle pour détecter de fausses informations. Pour la France, la plateforme [DE FACTO](#) lancée en janvier 2022, est portée par Sciences Po, l'AFP, le CLEMI et XWiki SAS. L'AFP participe également au hub BELUX qui couvre la Belgique et le Luxembourg.

L'Agence a aussi participé au lancement du site en hongrois Lakmusz.hu, consacré à la lutte contre la désinformation, en partenariat notamment avec un média local et des universitaires de Hongrie.

FORMATION À L'INVESTIGATION NUMÉRIQUE

Nous avons créé une plateforme de formation interactive multilingue ouverte unissant différents outils et techniques d'investigations numérique. Elle est mise à disposition de nos confrères journalistes, étudiantes et étudiants en école de journalisme en France et dans le monde. Par ailleurs nous organisons des ateliers qui s'appuient sur cette plateforme (via des programmes de formation spécifiques et en développant des formats vidéo de fact-checking) pour que chacun puisse s'approprier des méthodes d'investigations. Cette formation est organisée autour de différents modules qui donnent droit à une certification de notre part avec le soutien de Google News Initiative.

B. ÉDQUER AUX MÉDIAS ET ENCOURAGER LE PLURALISME

1. L'ÉDUCATION AUX MÉDIAS

L'AFP a noué plusieurs partenariats avec le ministère de l'Éducation nationale, le Centre pour l'éducation aux médias et à l'information (CLEMI).

UN SITE WEB DÉDIÉ À L'ÉDUCATION

Nous avons créé un site web dédié à l'éducation à destination des enseignantes et enseignants et des élèves du primaire, du collège et du lycée. Créé en 2017 avec une refonte en 2020 il est accessible au niveau 3 (malvoyants) et offre des contenus téléchargeables.

Sur cette plateforme, élèves et personnel éducatif ont accès à une multitude de ressources pédagogiques adaptées aux différents niveaux scolaires. : Dossiers documentaires multimédia réalisés par les journalistes du département de la documentation multimédia, graphiques animés, infographies, vidéos, quiz et ateliers d'éducation aux médias et à l'information ainsi que des témoignages de reporters sur le terrain. Certains des contenus sont en plusieurs langues.

SEMAINE DE LA PRESSE ET DES MÉDIAS DANS L'ÉCOLE

L'AFP participe à la semaine de la presse et des médias dans l'école. Notre offre est tous les ans plébiscitée par plus de 300 000 enseignantes et enseignants qui participent à ce grand rendez-vous. Sur notre site « Webduc », ils ont à leur disposition toute notre production en texte, photo, infographie et vidéo, en 6 langues, pour des travaux en classe pendant plusieurs mois de l'année scolaire. Nous proposons aussi lors de la semaine de la presse et des médias dans l'école, des ateliers EMI réalisés avec l'association Entre les lignes.

CONCOURS DE « UNES »

Nous sommes partenaire du concours de « Unes ». Les élèves produisent une « Une » de journal à partir d'une sélection de dépêches et d'images de l'Agence. Cet exercice s'adresse aux élèves des écoles, collèges et lycées francophones. Les établissements scolaires québécois se sont joints à cet événement en 2021. Nous participons à la remise des prix au niveau national et académique.

PARTENARIATS AVEC DES ÉCOLES ET ASSOCIATIONS

Les équipes de l'AFP interviennent dans les écoles, collèges et lycées pour animer des ateliers d'éducation aux médias et à l'information mais aussi pour présenter le métier d'agencier et l'histoire de l'AFP qui est au programme de la classe de Première au lycée.

À la demande du CLEMI, nous intervenons régulièrement dans des séminaires et des webinaires destinés au personnel éducatif et aux élèves pour expliquer notre métier mais aussi dans le cadre de sujets « EMI ».

Nous sommes également partenaire de l'association « Entre les lignes ». Nos journalistes en activité ou à la retraite animent des ateliers EMI dans des établissements scolaires à travers toute la France.

VISITES PÉDAGOGIQUES AU SEIN DE L'AFP

Nous recevons chaque année une trentaine d'établissements scolaires en lien avec le CLEMI, en majorité des enseignantes et enseignants et des élèves issus des classes "Média" des collèges et lycées de toute la France. La visite permet de mieux comprendre le métier de l'AFP, son implantation et son histoire. Elle inclut un passage dans les services de production où un journaliste explique son travail au sein de l'Agence.

PROJETS EUROPÉENS EMI

Nous sommes partenaire de plusieurs projets européens EMI : YouCheck!, YouVerify!, etc.

Dans le cadre de ces projets, nous travaillons avec d'autres partenaires européens sur de nouvelles ressources EMI pour renforcer l'esprit critique d'un large public.

LE BLOG « MAKING-OF »

Nous avons créé le blog « Making-of » en avril 2012 avec l'objectif d'offrir au grand public un accès aux coulisses de l'AFP, et de permettre aux journalistes de l'AFP de raconter librement et de façon personnelle les événements qu'ils sont amenés à couvrir partout dans le monde.

Ce blog nous permet de raconter au quotidien la passion qui anime nos 1 700 journalistes, les difficultés, les dilemmes et parfois les dangers auxquels nous sommes confrontés dans l'exercice de notre profession, l'étendue de notre réseau mondial et les moyens souvent énormes que nous consacrons à la recherche et à la diffusion 24 heures sur 24 d'une information libre, exacte et impartiale.

2. PARTAGE D'EXPÉRIENCES, BOURSES ET PARTENARIATS

Nous partageons nos valeurs et notre expérience de terrain auprès d'un large public, professionnel ou non, en nouant des partenariats avec des universités, des festivals, et en encourageant nos salariés, et notamment nos journalistes, à participer à des événements, colloques, rencontres et débats télévisés.

Nous œuvrons à ce que notre rédaction soit un reflet aussi fidèle que possible des sociétés que nous couvrons. Le critère de diversité sociale est un élément important de notre recrutement, via les différentes Bourses organisées en France. Aux côtés de l'Arcom, nous avons notamment noué un partenariat avec l'association « La Chance pour la diversité dans les médias », qui se traduit par l'octroi d'un contrat en alternance à des jeunes issus des rangs de cette association.

À l'international, nous nouons des partenariats avec des centres universitaires de formation au journalisme, en Asie, en Afrique et au Moyen-Orient notamment, pour permettre à des jeunes talents locaux de rejoindre notre rédaction.

C. ACTEUR DU CHANGEMENT POUR ACCOMPAGNER LES ÉVOLUTIONS DE LA SOCIÉTÉ

1. UN TRAITEMENT ÉQUILIBRÉ DES ACTEURS QUI FONT L'ACTUALITÉ

Nous pensons qu'il est essentiel de traiter les questions de diversité et de genre de manière volontariste. Veiller à une égalité de traitement dans la copie entre les hommes et les femmes, parler de toutes les classes sociales, donner à voir les personnes issues des minorités ethniques, en situation de handicap, tendre son micro à d'autres profils, d'autres modes de vie, et raconter des histoires qui sortent de l'agenda médiatique est de notre responsabilité.

Notre plan stratégique éditorial fait état d'un certain nombre d'engagements en la matière. Ainsi, nous devons nous assurer que nous utilisons un vocabulaire approprié pour parler notamment de sujets liés au genre ou à la diversité des personnes. Nous avons à cœur de traiter une multitude de sujets qui concernent la représentation des femmes, les questions d'orientation sexuelle, les discriminations, les violences sexuelles, de façon à refléter leur importance croissante dans les débats de société. Ces problématiques font l'objet de consignes rédactionnelles spécifiques, régulièrement mises à jour dans le Manuel de l'agencier, et nous demandons à tous, journalistes comme équipes d'encadrement, d'être sensibles à ces sujets.

Depuis de nombreuses années, l'AFP s'est engagée pour une **meilleure représentation des femmes dans sa production**. La direction de l'Information a fait mener pendant trois ans une évaluation de nos contenus sur cette question afin de détecter d'éventuelles carences ou stéréotypes, suggérer des pistes d'amélioration et inscrire ce travail dans la durée.

Un premier rapport sur la représentation des femmes dans les contenus produits quotidiennement par l'Agence en texte, photo, vidéo et infographie a été publié en 2017. Il a donné lieu à une série de préconisations pour mieux rendre compte de la place des femmes, telles que la féminisation des titres et fonctions, l'attention portée au traitement des violences sexistes et sexuelles ou encore à la nécessité d'interroger davantage de femmes expertes... Ces recommandations ont été ajoutées dans la Charte des bonnes pratiques et dans le Manuel de l'agencier.

Suite à cet état des lieux, une évaluation plus poussée de nos contenus a été diligentée dans un second temps en partenariat avec l'université de Toulouse II entre 2018 et 2020. Ce travail a fait l'objet de trois rapports annuels.

En parallèle, deux journalistes de l'Agence ont mené début 2021 un travail sur la **diversité au sein de l'AFP**. Leur rapport, qui propose des pistes d'amélioration, a notamment conduit à la création d'un Comité Diversité afin de renforcer la diversité au sein des effectifs.

Sur le volet éditorial, la direction de l'Information a confié en 2022 une **mission d'évaluation** à une journaliste afin d'étudier les moyens pour améliorer la représentation des femmes et le traitement des questions de diversité dans nos contenus éditoriaux.

Il s'agissait de voir la manière dont ces thèmes sont abordés par les grands médias internationaux et s'entretenir avec les principaux acteurs concernés par ces questions à l'Agence.

A l'issue de cette mission, des propositions de mesures concrètes ont été remises à la direction de l'Information parmi lesquelles l'on doit la nomination au sein de la **rédaction en chef centrale d'une personne chargée des principes rédactionnels et de la diversité**.

2. OBSERVATEUR ET ACTEUR DU CHANGEMENT

Nous sommes désireux de mieux représenter le monde et d'attirer de nouveaux publics. Si nos obligations fondamentales nous interdisent de défendre une cause, elles nous engagent cependant à rendre compte de phénomènes à l'œuvre dans la société en toute impartialité.

A l'instar de la société, notre rédaction est vivante, ouverte au débat et au changement; ainsi nous pensons que notre devoir est d'accompagner et favoriser la mise en lumière des changements qui

traversent la société avec nuance et sensibilité dans une perspective qui peut être mondiale, et/ou transversale, et en proposant notamment des productions enrichies (articles, infographies, infographies interactives, vidéographies, photos ou vidéos), des reportages ou en réalisant des dossiers thématiques à disposition de nos clients. Nous faisons une priorité de la couverture des questions liées au réchauffement climatique et à l'impact des nouvelles technologies sur les modes de vie dans le monde. Deux nouveaux pôles ont été créés à Paris (Numérique et Planète) pour améliorer la transversalité de la couverture sur ces thématiques.

Un groupe « **Nouvelles audiences** » a été créé afin que notre production reflète fidèlement notre époque. Il est composé de jeunes journalistes travaillant directement avec les rédactions en chef pour représenter la diversité de la rédaction et porter la voix des jeunes générations. Ils sont chargés de proposer des sujets d'actualité traduisant les tendances émergentes.

Ils ont rédigé un rapport publié fin 2020 incitant l'ensemble des rédactions à se saisir de questions d'actualité ayant trait notamment à l'avenir de la planète, au monde numérique, aux changements générationnels à l'égard du genre, de la diversité et de l'égalité.

III. NOTRE ENGAGEMENT SOCIAL

A. OFFRIR UN ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL OÙ CHACUN EST PROTÉGÉ

1. ENGAGEMENTS CONVENTIONNELS

L'AFP emploie 2400 collaborateurs dans 151 pays, ce qui nous soumet à autant de cadres législatifs différents. Environ la moitié des collaborateurs dispose d'un contrat de travail de droit français. Les règles du Code du travail en termes d'hygiène, de santé, de sécurité et de conditions de travail doivent être respectées selon les dispositions énoncées dans notre **règlement intérieur, nos engagements conventionnels** et notre **Charte des pratiques RH à l'international** afin d'offrir un environnement protecteur à l'ensemble de nos collaborateurs, fondé sur la confiance, le respect mutuel et le souci de traiter chacun avec dignité.

EN FRANCE : L'ACCORD D'ENTREPRISE

Nous assurons une protection et un traitement équitable de nos collaborateurs, garantis par un « Grand Accord » négocié avec les organisations syndicales représentatives de l'Agence France-Presse. Cet accord définit le socle conventionnel sur tous les aspects de la vie en entreprise des collaborateurs, de leur embauche à leur départ, il traite en outre de la responsabilité sociale et environnementale de l'entreprise, de la santé au travail et enfin du droit syndical. Cet accord d'entreprise vise à adapter et améliorer les règles générales prévues par le Code du Travail à nos besoins spécifiques. Ce socle conventionnel unique, applicable à l'ensemble des salariés de droit français, quelle que soit leur catégorie conventionnelle est gage de transparence et d'équité.

À L'INTERNATIONAL : LA CHARTE DES PRATIQUES RH

Cette charte a pour objectif de définir les pratiques RH pour les pays où l'AFP emploie du personnel local pour qui l'accord d'entreprise régi par le droit français ne s'applique pas, afin de garantir un socle de droits à l'ensemble de ses salariés dans le monde. Elle définit les modalités de recrutement, de rémunération, de gestion du temps de travail et des congés, de couverture sociale, de formation et de développement des compétences, et de gestion de carrière, des collaborateurs à l'étranger.

2. DIALOGUE SYNDICAL ET DROIT SOCIAL

Le dialogue social se traduit avant tout au sein du socle conventionnel existant, fruit de nombreux échanges avec les délégués syndicaux. Les dispositions conventionnelles sont aujourd'hui rappelées au sein d'un seul et unique document : l'accord d'entreprise. Afin d'assurer la continuité du dialogue social et l'effectivité de ce droit pour tous les salariés de l'Agence, la Direction adapte régulièrement les moyens dévolus aux représentants du personnel. Cette adéquation entre les moyens et les besoins exprimés par les représentants du personnel se traduit notamment par un dialogue social riche et régulier.

MISE EN PLACE DE MOYENS POUR ASSURER L'EFFECTIVITÉ DU DROIT SYNDICAL

Afin d'assurer une flexibilité entre l'exercice du mandat, les engagements professionnels et de palier le cas échéant les éventuels empêchements, la Direction et les représentants du personnel se sont accordés sur la nécessité de prévoir des dispositions spécifiques

NOMBRE DE REPRÉSENTANTS DU PERSONNEL ET HEURES DE DÉLÉGATION

- Nombre de membres du Comité Social et Économique surnuméraire ;
- Participation aux réunions du Comité Social et Économique d'un ou une délégué(e) syndical(e) par Organisation Syndicale Représentative ainsi que des Représentants de sections syndicales pour les Organisations Syndicales non représentatives ;
- Crédits d'heures supplémentaires pour les Secrétaires du CSE et de la CSSCT ;
- Participation aux réunions de négociation et d'échanges des Représentants de Sections Syndicales.

TEMPS D'ÉCHANGES AVEC LA DIRECTION VIA :

- une Commission de Réclamations individuelles et Collectives mensuelle, au cours de laquelle la Direction répond aux questions posées par les membres du CSE ;
- des réunions d'échanges avec les délégués syndicaux avant la présentation de tout projet de réorganisation ;
- le Comité de prévention des risques psychosociaux qui se réunit tous les mois.

EFFECTIVITÉ DU DIALOGUE SOCIAL

Depuis la signature de l'accord d'entreprise en 2017, la Direction et les représentants du personnel ont signé plus d'une dizaine d'avenants à cet accord. Au-delà de l'adaptation du socle conventionnel, Direction et délégués syndicaux se réunissent également afin d'échanger dans le cadre des négociations.

Les sujets ouverts à la négociation sont extrêmement vastes et dépassent bien souvent les obligations des parties en la matière. A titre d'exemple, voici les thèmes sur lesquels des négociations ont été engagées au cours des dernières années : droit syndical, temps de travail, mesures sociales mises en place pendant la covid-19, télétravail, droits voisins, égalité professionnelle et qualité de vie au travail, GPEC, mobilité des journalistes.

B. VEILLER À L'ÉPANOUISSEMENT PROFESSIONNEL DE NOS COLLABORATEURS

1. RECRUTEMENT, PARCOURS PROFESSIONNEL ET FORMATION

L'accord d'entreprise signé en 2017 réunit l'ensemble des dispositions régissant le statut des salariés de l'AFP de droit français. Il aborde dans son chapitre 2 l'ensemble du parcours professionnel de nos collaborateurs de leur recrutement à leur départ de l'entreprise.

Dans le cadre de la négociation obligatoire portant sur la Gestion des Emplois et des Parcours Professionnels et la Mixité des Métiers (**GEPPMM**), nous avons souhaité mettre en place une politique de gestion prévisionnelle des emplois et des compétences sur la base d'un diagnostic métier. Cette démarche consiste à anticiper les évolutions prévisibles des emplois et des métiers, des compétences et des qualifications, liées aux mutations économiques, démographiques et technologiques prévisibles, au regard de notre stratégie d'entreprise. Elle permet à notre organisation de renforcer son dynamisme et à nos collaborateurs de disposer des informations et des outils pour être acteurs de leur parcours professionnel.

A ce titre, nous attachons une véritable importance à l'entretien de suivi professionnel qui donne l'occasion à nos collaborateurs de faire un point avec leurs managers sur leur parcours professionnel, de préparer les évolutions possibles et anticiper les formations associées. Régulièrement proposés au Siège, ces entretiens seront progressivement déployés dans le réseau AFP. Ces entretiens viennent nourrir les revues de personnel qui permettent à la DRH et aux managers de faire le point sur la situation des collaborateurs. Elles sont également l'occasion d'adopter une démarche plus proactive visant à anticiper les éventuels mouvements de personnel.

Afin de garantir à l'ensemble des salariés du réseau une meilleure gestion de leurs parcours professionnels, nous avons décidé la création d'un poste de Responsable des Ressources Humaines dans chacune des régions de l'AFP hors de France. Leur feuille de route sera de déployer la politique de gestion des compétences de l'Agence à l'échelle locale.

Nous avons à cœur de permettre à chacun de nos collaborateurs de développer leurs compétences et leur employabilité en favorisant la mobilité interne et en proposant des formations.

Nous encourageons la mobilité interne qui constitue un axe fort de la politique de développement de nos ressources humaines. Nous sommes soucieux d'assurer à l'ensemble de nos collaborateurs des perspectives de progression de carrière.

Cette mobilité, professionnelle et géographique, est encadrée par les dispositions de la charte de la mobilité qui garantit notamment la transparence dans les démarches de mobilité.

Nous maintenons un réseau important de postes à l'expatriation : cette mobilité internationale offre une réelle opportunité de développement professionnel pour nos collaborateurs. Un livret d'expatriation a été mis en place afin d'informer et sécuriser nos collaborateurs dans leurs nouvelles fonctions (notamment sur le plan de la rémunération et de la couverture sociale), faciliter leur installation et les informer sur les conditions de retour.

Nous informons les collaborateurs des opportunités d'évolution interne en toute transparence : les avis de vacances d'emploi sont rendus publiques via divers canaux internes afin d'être portés le plus largement possible à la connaissance des collaborateurs. Une newsletter hebdomadaire et la publication du calendrier des mobilités permettent à chaque salarié du réseau de prendre connaissance des offres d'emploi disponibles et des nominations récentes.

Un **bilan recrutement et mobilité** est réalisé chaque année sur les affichages, candidatures et nominations de l'année écoulée afin d'identifier les axes d'amélioration.

Nous fixons chaque année des orientations en matière de formation professionnelle dans un **plan de développement des compétences** qui met en cohérence les besoins des collaborateurs et la stratégie de l'entreprise. L'ensemble des formations suivies par les collaborateurs est dénombré annuellement et répertoriées par thème dans le **bilan de formation**.

C. PRATIQUER LA PRÉVENTION ET L'ACCOMPAGNEMENT EN MATIÈRE D'HYGIÈNE, SANTÉ ET SÉCURITÉ

L'AFP a mis en place des dispositifs de prévention en matière d'hygiène, santé, sécurité et conditions de travail des collaborateurs qui vont au-delà de ses obligations légales.

MISE EN PLACE D'ACTEURS ET INSTANCES DE PRÉVENTION

- **Un service médical autonome présent au Siège** composé d'un médecin du travail et de deux infirmières. Il permet un suivi effectif des salariés de l'Agence et propose régulièrement des actions de sensibilisation et prévention à destination des collaborateurs ;
- **Un accompagnement psychologique** est proposé à tous nos collaborateurs via un abonnement à une plateforme externe d'accompagnement psychologique : consultation de psychologues, contenus de sensibilisation, questionnaires... ;
- **Un poste dédié aux questions de sécurité des journalistes dans l'exercice de leur métier** ;
- **Une commission santé, sécurité et conditions de travail** qui se réunit trimestriellement et qui peut être précédée d'un comité d'aménagement pour toutes les questions relatives à l'aménagement des locaux ;

- **Un comité de prévention des risques psychosociaux**, instance paritaire qui se réunit mensuellement. Le comité est composé de membres de la DRH, de la secrétaire de la CSSCT et de membres titulaires de la CSSCT, du secrétaire du CSE, des référentes en matière de prévention des harcèlements et des discriminations, de la médecin du travail, de l'assistant social et du chargé de la sécurité des journalistes. Il peut être saisi par les collaborateurs qui se trouvent dans une situation difficile. Sa mission est de proposer des actions collectives de prévention et proposer la mise en place de procédures d'alerte.
- **Une commission de mise à jour du document unique d'évaluation des risques professionnels (DUERP)** : cette instance vise à s'assurer de la mise à jour régulière du DUERP et de convenir des nouvelles actions de prévention à déployer. Elle se réunit annuellement et est composée de membres de la DRH, de la médecin du travail, du Responsable HSE et de membres de la CSSCT.

MISE À DISPOSITION DE SUPPORTS DESTINÉS AUX COLLABORATEURS

L'AFP diffuse plusieurs supports à destination des collaborateurs : procédure incidents graves, note sur les risques électriques, prévention des risques routiers, fiches de prévention pour chaque risque identifié dans le DUERP, procédure de signalement des harcèlements et discriminations, dispositif d'alerte sur la charge de travail, guide télétravail etc.

PROTECTION DES JOURNALISTES CONFRONTÉS À DES RISQUES PROTÉIFORMES

La sécurité des équipes pose sans cesse de nouveaux défis auxquels l'AFP doit répondre : enjeux de cybersécurité et de cyberharcèlement, entraves à la liberté d'informer, hostilité à l'égard des journalistes sur le terrain, guerres etc. Dans ce contexte, la santé mentale des équipes est tout aussi prioritaire.

L'AFP a renforcé ses programmes de formation à la couverture en environnement hostile. Elle a embauché un conseiller sécurité pour travailler avec les équipes proches des lignes de front en Ukraine. Elle a nommé au sein de sa rédaction en chef centrale un journaliste expérimenté en charge des questions de prévention et sécurité (formation, équipements de prévention) pour renforcer le volet sécurité de ses opérations éditoriales.

- Des « debriefings » de tous les journalistes revenant de zone difficile sont réalisés afin de prévenir de possibles difficultés de santé mentale. L'AFP a également recours à une plateforme d'assistance psychologique pour tous les personnels qui en éprouveraient le besoin.
- Partout dans le monde, et dans certains pays particulièrement exposés, la cybersécurité est devenue un enjeu majeur pour assurer la sécurité des journalistes et des opérations. Un programme de formation et des sensibilisations régulières sont mis en œuvre.
- La présence de nos journalistes et de nos productions sur les réseaux sociaux accroît l'exposition aux cyberharcèlement particulièrement à l'égard des journalistes chargés du fact-checking et des journalistes femmes. Des consignes détaillées sont transmises régulièrement pour prévenir ce cyberharcèlement et accompagner les journalistes qui en sont victimes.

D. SE MOBILISER POUR AMÉLIORER LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL DE NOS COLLABORATEURS

TEMPS DE TRAVAIL

Pour le Siège, les dispositions sur le temps de travail des salariés ont fait l'objet d'une négociation avec les organisations syndicales. Elles sont bien plus favorables que le socle légal et constituent un véritable engagement en matière de qualité de vie au travail et d'équilibre entre la vie professionnelle et personnelle (A titre d'exemples : nombre de jours de congés supérieur aux dispositions légales, temps de repos quotidien porté à 13 heures pour tous les salariés, temps de pause assimilé à du temps de travail effectif dans la limite de 30 minutes par jour).

TÉLÉTRAVAIL

Pour le Siège, le nombre de jours de télétravail est actuellement fixé à 2 jours maximum pour les salariés éligibles. Une grande majorité de salariés a actuellement opté pour cette modalité d'organisation du télétravail. Nos accords prévoient par ailleurs des dispositions spécifiques sur le télétravail s'agissant :

- des salariés qui rencontrent des difficultés ponctuelles pour se déplacer ;
- des salariés en situation de handicap ou qui sont parents d'un enfant de moins de 16 ans en situation de handicap ;
- des salariés qui ont formalisé leur demande de départ à la retraite.

LOCAUX

Les locaux du Siège Social, situés en plein centre de Paris, ont fait l'objet de travaux importants. Une attention particulière a été portée à leur insonorisation, à la mise en place de lieux pour s'isoler comme pour travailler de manière collaborative, à la création d'espaces propices à la convivialité et d'espaces réservés à des besoins individuels (salle de repos/ allaitement). L'AFP consacre par ailleurs chaque année des investissements pour la rénovation de ses bureaux partout dans le monde.

DROIT À LA DÉCONNEXION

Le principe du droit à la déconnexion est inséré dans tous les contrats de travail (CDD ou CDI) et est rappelé dans le cadre l'adhésion des salariés au télétravail. Cette notion a par ailleurs fait l'objet de déclinaisons au sein de plusieurs notes : « *Note sur le bon usage de la messagerie électronique* » et « *Charte de bonnes pratiques de déconnexion en réunion* ».

HEURES DE RÉUNIONS

- La Direction a rappelé au sein de son accord égalité professionnelle, qualité de vie et conditions de travail que les réunions doivent, dans la mesure du possible, ne pas débuter avant 9h00 ni se terminer après 18h00 afin de permettre la prise en compte des contraintes familiales et personnelles des salariés et d'assurer un équilibre entre la vie personnelle et la vie professionnelle.
- Dans le même sens, il est rappelé que le nombre des réunions et leur durée doivent être raisonnables.

ACCOMPAGNEMENT DE LA PARENTALITÉ

Plusieurs dispositions ont été mises en place et rappelées au sein du guide de la parentalité : congé maternité supérieur aux dispositions légales, maintien du salaire pendant toute la durée du congé paternité et accueil de l'enfant, jours d'absences pour réaliser des examens médicaux dans le cadre d'un parcours de PMA réalisé loin du domicile, jours de congés enfants malade, reconnaissance totale de l'ancienneté pour les congés parentaux d'une durée inférieure ou égale à 3 ans, co-financement de places en crèches, aménagement des horaires le jour de la rentrée des classes etc.

ACCOMPAGNEMENT DES ÉVÈNEMENTS FAMILIAUX

Nombre de jours d'absence supérieur aux dispositions du Code du travail et identification d'évènements spécifiques. En parallèle, une politique de don de jours de congés entre collaborateurs a été mise en place.

E. ASSURER L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE ET ŒUVRER EN FAVEUR DES SALARIÉS EN SITUATION DE HANDICAP

1. ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE

Depuis la mise en place de l'index égalité femmes-hommes, l'AFP a toujours obtenu un score supérieur au seuil de 75 points sur 100. Les notes significatives obtenues sont le résultat des actions continues et engagements pris par l'AFP et renforcés au fil des années en faveur de l'égalité femmes-hommes, notamment au travers de ses différentes politiques :

POLITIQUE SALARIALE

- Au moment de l'embauche, l'AFP s'engage à assurer une égalité de rémunération entre les femmes et les hommes à poste équivalent ;
- Au cours du parcours professionnel, la Direction veille à ce que la répartition budgétaire des primes et promotions soit au moins proportionnelle à la part des femmes et des hommes pour chaque catégorie professionnelle. Toutefois, dans un souci de réduction des écarts

salariaux et aux différences de déroulement de carrière entre les femmes et les hommes, nos engagements conventionnels prévoient qu'il sera possible que le sexe pour lequel un écart de salaire serait constaté pourrait être surreprésenté parmi les bénéficiaires des primes et promotions.

POLITIQUE DE FORMATION

- L'AFP s'engage à assurer les mêmes conditions d'accès à la formation pour les hommes et les femmes, notamment en assurant le pilotage du plan de formation sous cet angle. Cet engagement est rappelé par le service formation dans le cadre des communications adressées aux managers ;
- Mise en place des programmes de formation spécifiques de développement personnel (exemples : formation affirmation de soi, assertivité, prise de parole en public) à destination prioritaire des femmes ;
- Formation à la prévention du sexisme.

POLITIQUE ÉDITORIALE

Lancement de plusieurs initiatives pour améliorer la représentation des femmes dans les contenus éditoriaux.

2. ACTIONS EN FAVEUR DES SALARIES EN SITUATION DE HANDICAP

La démarche volontariste de l'AFP en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap s'articule notamment autour de 3 volets :

- le recrutement et le maintien dans l'emploi ;
- la communication et la sensibilisation ;
- le recours aux établissements ou services d'aide par le travail (ESAT).

L'AFP dispose d'un Comité handicap, composé de membres de la Direction des Ressources Humaines et de la Direction des Achats, de la Médecin du travail du Siège, de l'assistant social et des Secrétaires du CSE et de la CSSCT.

En parallèle, l'AFP a tenu à désigner deux référents en matière de handicap :

- Un référent pour la Direction ;
- Une référente pour le CSE.

F. FAVORISER LA DIVERSITÉ ET LUTTER CONTRE LES COMPORTEMENTS INAPPROPRIÉS

1. DIVERSITÉ

La priorité est donnée aux jeunes boursiers dans le cadre des contrats en alternance. Les élèves boursiers ou issus des prépas « La Chance » ou « égalité des chances » accèdent automatiquement aux épreuves écrites.

Nous avons créé en mai 2021 un comité diversité composé de 14 membres parmi lesquels des représentantes et représentants de toutes les régions et tous les métiers de l'Agence. Ce comité a pour mission de proposer à la Direction Générale des mesures permettant de renforcer la représentation de la diversité parmi nos collaborateurs, et de suivre la mise en œuvre des décisions qui seront prises. Le comité recueille les contributions des salariés sur une adresse mail dédiée, et a publié son premier rapport en juin 2022.

Depuis la création du Comité diversité, l'AFP a adhéré à la Charte de la Diversité à travers laquelle elle s'engage notamment à sensibiliser et à former les managers puis l'ensemble des collaborateurs, à appliquer le principe de non-discrimination, à favoriser la représentation de la diversité de la société, à intégrer le thème de la diversité dans le dialogue social et à évaluer régulièrement les progrès accomplis.

Nous affirmons notre inclusivité dans nos offres d'emploi en incluant la mention suivante "L'AFP s'engage pour l'égalité des chances et une plus grande diversité au sein de ses équipes. Nous encourageons ainsi toutes les candidatures afin de préserver la richesse des profils, des cultures et des langues qui constituent la force de notre réseau."

La direction de l'information a chargé une collaboratrice de réaliser une mission d'étude pour étudier les moyens d'améliorer la représentation des femmes et de la diversité dans nos contenus.

2. LUTTE CONTRE LES AGISSEMENTS SEXISTES, LES HARCÈLEMENTS ET LES DISCRIMINATIONS

MISE EN PLACE DE RÉFÉRENTES EN MATIÈRE DE PRÉVENTION DU SEXISME, DU HARCÈLEMENT ET DE LA DISCRIMINATION

- Alors que le Code du travail circonscrit le champ des référents aux agissements sexistes et au harcèlement sexuel, l'AFP a étendu leur rôle au harcèlement moral et à la discrimination ;
- La Direction a permis au CSE de désigner une référente surnuméraire.

Ces 3 référentes ont été formés sur chacun de ces thématiques. Leurs coordonnées sont rappelées au sein de la liste des représentants du personnel, disponible sur le site intranet de l'entreprise.

MISE EN PLACE D'UNE PROCÉDURE DE SIGNALEMENT

Cette procédure permet à toute personne s'estimant victime ou témoin de faits relevant d'un agissement sexiste, de harcèlement (moral et/ ou sexuel) ou de discriminations de connaître les garanties applicables : délai, modalités de déclenchement, tenue d'entretiens, conclusions et suivi des salariés concernés. Cette procédure est annexée au règlement intérieur dans la mesure où elle peut conduire à la notification de sanctions disciplinaires.

En parallèle, des plaquettes de communications pour chacun de ces risques seront diffusées sur le site intranet. L'objectif est de rappeler ce que recouvre chacune de ces notions, à l'appui d'exemples et d'identifier les différents acteurs à contacter.

MISE EN PLACE DE FORMATIONS

Depuis plusieurs années, la Direction a mis en place une formation spécifique sur la prévention des agissements sexistes et le harcèlement sexuel, animée par un cabinet extérieur.

Toutes ces notions sont par ailleurs rappelées dans le cadre de la formation des managers en droit du travail.

IV. NOTRE ÉTHIQUE DES AFFAIRES

A. CHERCHER À PRÉVENIR TOUTES FORMES DE PRATIQUES ILLICITES

1. PRÉVENIR LES PRATIQUES ILLICITES, CONFLITS D'INTÉRÊTS, TRAFIC D'INFLUENCE ET CORRUPTION

Nous conduisons nos activités avec intégrité et veillons à entretenir avec nos clients, fournisseurs et autres parties prenantes des relations conformes aux lois applicables ainsi qu'à nos principes.

Nous nous engageons à prévenir et détecter toutes formes de pratiques illicites, faits de corruption, ou trafic d'influence. A cette fin, nous avons notamment défini différents types de comportements à proscrire. Ainsi, nos collaborateurs s'engagent à ne pas exercer directement ou indirectement d'activités qui les placeraient en situation de conflit d'intérêts, d'accomplir des actes de complaisance, de proposer ou d'accepter de tiers des faveurs ou avantages indus.

UN CADRE QUI GARANTIT L'INDÉPENDANCE DE L'AGENCE

- Le statut de l'Agence France-Presse tel que fixé par la loi n° 57-32 du 10 janvier 1957, dispose que « *l'Agence ne peut en aucune circonstance tenir compte d'influences ou de considérations de nature à compromettre l'exactitude ou l'objectivité de l'information ; elle ne doit en aucune circonstance, passer sous le contrôle de droit ou de fait d'un groupement idéologique, politique ou économique* ».

- Ces obligations fondamentales sont déclinées dans la charte déontologique des journalistes, qui définit les règles applicables en cas de survenance de conflits d'intérêts, d'offre de cadeaux et autres avantages, de risque d'utilisation des activités et du nom de l'Agence pour assurer la publicité ou la promotion de produits commerciaux. La charte déontologique des journalistes fait l'objet de mesures de sensibilisation et de rappels réguliers.

DISPOSITIF CONTRE LES CONFLITS D'INTÉRÊTS POUR LES ADMINISTRATEURS

- Le règlement intérieur du Conseil d'administration prévoit que les administrateurs et administratrices informent le Conseil de l'ensemble des mandats qu'ils exercent et de tout conflit d'intérêts, y compris potentiels, dans lequel ils pourraient directement ou indirectement être impliqué(e)s.
- De façon plus générale, le règlement intérieur prévoit que chacun d'eux doit agir en totale indépendance dans l'intérêt de l'Agence, refusant notamment tout avantage susceptible de compromettre leur indépendance, respecter la confidentialité des informations privilégiées auxquelles il a accès et informer le Président de l'existence de tout lien familial l'unissant à un cadre dirigeant de l'Agence.

DISPOSITIF D'ALERTE INTERNE

- Un dispositif d'alerte permet le recueil de signalements de conduites ou de situations contraires aux règles que nous avons fixées via une adresse électronique dédiée.

DISPOSITIF D'ALERTE DU CONSEIL SUPÉRIEUR DE L'AFP

- Le Conseil Supérieur peut être saisi par des usagers, des organisations professionnelles ou la Commission Financière concernant tout fait de nature à constituer une infraction aux obligations énoncées à l'article 2 de notre Statut. Si le fait dont il est saisi résulte d'une décision du conseil d'administration, il peut en suspendre l'exécution et demander à celui-ci de procéder à une seconde délibération. S'il résulte d'une faute grave du président directeur-général, le conseil supérieur prononce, après avis du conseil d'administration, la cessation de ses fonctions.

DISPOSITIFS DE CONTRÔLE DES COMPTES

- La Commission financière, dont les membres sont issus de la Cour des Comptes, est chargée de la vérification générale de la gestion financière de l'Agence. Chaque année, elle apure les comptes de l'Agence. A cette fin, elle est assistée par des auditeurs et/ou auditrices contractuel(le)s qui s'assurent de la régularité, de la sincérité et de l'image fidèle de ces comptes.
- En outre, une personne référente « audit interne » est responsable de l'audit régulier des bureaux composant le réseau de l'Agence en France et à l'étranger.

B. VEILLER AU RESPECT MUTUEL DES PRINCIPES DE CONFIDENTIALITÉ ET À LA SÉCURITÉ DES DONNÉES

1. CONFIDENTIALITÉ ET VIE PRIVÉE

Chaque collaborateur a pour obligation contractuelle d'observer une discrétion absolue pour tout ce qui concerne les informations concernant nos activités dont il aurait connaissance, tant à l'égard des salariés que des tiers et ceci pendant toute la durée de son contrat et après la rupture de celui-ci.

Le code de conduite « **20 principes concernant les sources à l'AFP** » décrit les règles fondamentales de nos pratiques journalistiques relatives aux sources, notamment celle de ne pas divulguer à un tiers extérieur l'identité d'une source. Concernant la couverture des personnes mineures, les journalistes de l'AFP doivent s'assurer du respect des lois du pays en la matière.

Le Règlement Intérieur du conseil d'administration prévoit l'ensemble des membres du Conseil d'Administration est tenu à la discrétion à l'égard des informations et des débats auxquels ils participent et respectent le caractère confidentiel des informations qui leur sont communiquées.

Chaque membre ne prend aucune initiative qui pourrait nuire aux intérêts de l'Agence et agit de bonne foi en toutes circonstances. Il s'interdit d'utiliser pour son profit personnel ou pour le profit de quiconque les informations privilégiées auxquelles il a accès.

TRAITEMENT DES DONNÉES À CARACTÈRE PERSONNEL

Un Délégué à la Protection des Données (DPD) ainsi que des personnes référentes au sein de chacune des directions de l'Agence ont été désignées. Elles veillent au respect du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD) dans les différents traitements de données opérés par l'Agence. En 2022, une solution logicielle dédiée à l'organisation et à la documentation des actions de mise en conformité a été acquise. Celle-ci nous permet notamment de centraliser l'intégralité des informations relatives à nos traitements de données, et ainsi d'identifier les faiblesses et axes d'amélioration de notre conformité.

Chaque nouveau projet est désormais analysé sous l'angle de la protection des données de façon à mettre en œuvre les mesures techniques et organisationnelles de protection dès la conception. Nous nous efforçons en outre de sensibiliser le personnel aux enjeux d'une protection élevée des données à caractère personnel.

Chaque individu peut exercer ses droits en écrivant à une adresse électronique dédiée.

2. SÉCURITÉ DES DONNÉES

Notre **Charte Informatique** énonce les principes essentiels à respecter par l'ensemble des personnes faisant usage de notre Système d'Information. Cette charte fixe les droits et les obligations de toutes les parties concernées conformément au cadre légal, au respect des droits et des libertés individuelles et au principe du secret des sources des journalistes ; en outre, elle nous engage à garantir le bon fonctionnement et la sécurité du Système d'Information.

SÉCURITÉ DES DONNÉES NUMÉRIQUES

Notre charte informatique précise que l'utilisateur n'est autorisé à accéder, sauf exception, qu'aux données nécessaires à l'exercice de ses fonctions ainsi qu'aux données publiques ou partagées.

Pour protéger le Système d'Information, la DSI déploie et maintient des solutions de sécurité dans le but de limiter au maximum l'exposition aux nombreuses cybermenaces. Cela inclut en particulier des fonctionnalités de protection contre les virus, les fichiers et processus jugés suspects.

La DSI évalue régulièrement son niveau de sécurité en réalisant des audits de sécurité et de vulnérabilité. Elle œuvre aussi pour la continuité d'activité de son système d'information en cas de risque majeur.

Concernant les dispositifs d'alerte, des processus de surveillance sont en place. Des opérations de sensibilisation sont périodiquement communiquées pour permettre aux utilisateurs d'appréhender les bonnes pratiques et de détecter les anomalies informatiques pour les remonter à la DSI.

SÉCURITÉ DE L'INFORMATION POUR LES TIERS

Notre charte Informatique rappelle qu'il est interdit aux utilisateurs de s'introduire ou tenter de s'introduire dans les systèmes d'information de tiers sans autorisation. Elle exige par ailleurs le respect par l'utilisateur des droits de propriété intellectuelle des tiers.

Dès lors que les données des tiers sont intégrées dans notre système d'information elles sont sécurisées comme nos propres données.

C. EXERCER NOTRE DEVOIR DE VIGILANCE ET GARANTIR UNE RELATION CLIENT FONDÉE SUR LA CONFIANCE

1. ACHATS RESPONSABLES

Notre **charte des achats responsables** formalise nos engagements et ceux que nous attendons de nos fournisseurs. Elle a pour objectif de favoriser une relation respectueuse, propice au développement des relations collaboratives et de renforcer l'intégration dans nos fonctionnements respectifs des enjeux éthiques, sociaux, environnementaux et économiques.

En effet nous garantissons à nos fournisseurs, prestataires et sous-traitants un traitement équitable dans le cadre de la mise en concurrence, et transparent tout au long du processus d'achats. Nous avons à cœur de maintenir une relation durable, dans la confiance en entretenant notamment une relation financière responsable.

Nous assurons conduire nos activités avec intégrité, honnêteté et loyauté en conformité avec les lois applicables, en prohibant toute forme de corruption, favoritisme, conflits d'intérêts ou autres pratiques illicites et en respectant les droits de propriété intellectuelle, nous exigeons ce même engagement de la part de nos fournisseurs.

Sur le plan sociétal et social notre charte des achats responsables impose à nos fournisseurs de respecter les lois et réglementations en vigueur (dans tous les pays où ils exercent leurs activités) et les conventions de l'Organisation Internationale du Travail et de garantir le respect de l'ensemble des Droits de l'Homme et des libertés fondamentales internationalement reconnues.

Enfin, nous demandons à nos fournisseurs, prestataires et sous-traitants de présenter leurs actions RSE en particulier sur le plan environnemental afin que nous puissions les prendre en considération et les valoriser en tant qu'avantages compétitifs.

2. RELATION CLIENTS

Nos actions commerciales s'exercent dans le respect du cadre réglementaire et législatif propre à chaque pays. Nous nous engageons à traiter nos clients avec honnêteté et équité en privilégiant un contact de qualité et en veillant à l'amélioration constante de nos services.

Compte tenu de la vitesse et de l'importance de la circulation de l'information, la relation client est centrale. Nous nous efforçons en effet d'établir avec nos clients des relations fondées sur le respect et la confiance en veillant notamment à fournir, dans la mesure de nos ressources, une information exacte, impartiale et digne de confiance dans le respect notre statut.

Nous avons pour exigence la volonté de mettre à la disposition de nos clients des contenus facilement accessibles et pertinents et de veiller à une optimisation continue des métadonnées et des suggestions de contenus associés. De même nous offrons à nos clients média une visibilité sur les événements et couvertures à venir via l'accès à nos agendas en ligne.

L'analyse des retours de nos clients et des données sur leurs usages est cruciale et nous permet de nous adapter de façon continue à l'évolution de la société de l'information. Nous nous efforçons de favoriser les relations entre nos équipes commerciales, nos équipes de développement et notre rédaction afin d'améliorer les produits et services existants et de créer des produits innovants, adaptés aux nouveaux usages de l'information et aux nouvelles technologies. Nous disposons également d'une équipe dédiée de journalistes dont le rôle est d'échanger avec les rédactions des clients aux fins de fournir un service toujours plus proche de leurs besoins et même souvent les anticiper.

V. NOS ACTIONS ENVIRONNEMENTALES – RESPECTER ET PROTÉGER L’ENVIRONNEMENT

Nous appliquons depuis de nombreuses années le principe de l’amélioration continue en matière de protection de l’environnement, en insistant sur deux axes :

LA MAÎTRISE DE NOTRE CONSOMMATION D’ÉNERGIE

- Au siège nous sommes chauffés par la CPCU (compagnie parisienne de chauffage urbain) qui puise plus de la moitié de ses sources d’énergie dans la biomasse, l’énergie verte et la récupération.
- Les travaux de modernisation des installations (chauffage, ventilation, climatisation et électricité) sont toujours mis à profit pour permettre des économies d’énergie.
- Nous équipons progressivement nos bureaux en éclairage LED.
- Nous remplaçons notre matériel informatique par du matériel nouvelle génération moins énergivore (écrans, desktops tours, serveurs) et promouvons le « poste unique ».
- Nous cherchons à optimiser la mutualisation des équipements.
- Nous contractons avec des fournisseurs d’énergies promouvant l’électricité renouvelable.

Grâce à ces efforts, la consommation d’énergie pour le Siège a baissé de 18% entre 2009 et 2019.

LE DÉPLOIEMENT DE POLITIQUES RESPONSABLES

- Notre politique de transition numérique met l’accent sur la dématérialisation des processus et des archives et nous a permis de réduire de manière substantielle nos impressions papier.
- Nous avons mis en place au Siège un tri sélectif sous forme « d’apport volontaire » dans des bacs intermédiaires de tri placés à proximité des espaces de travail et travaillons avec des entreprises de collecte garantissant le recyclage de l’ensemble de nos déchets (cartons, plastique, verre, équipements IT, cartouches d’encre, luminaires, piles...).
- Nous favorisons une mobilité plus responsable en créant des espaces pour accueillir les vélos des collaborateurs du siège et en remplaçant nos véhicules diesel par des véhicules à essence ou électriques.
- Nous encourageons les écogestes partout dans le monde.

Dans un contexte marqué par l’accélération du changement climatique, nous nous sommes engagés dans une nouvelle phase plus volontariste avec l’objectif de bâtir un plan stratégique climat et réduire ainsi durablement l’empreinte carbone de notre organisation.

Plan de sobriété énergétique : 10 mesures sont en cours de déploiement, avec pour objectif de réduire de 10% notre consommation d'énergie d'ici 2024. Une ambassadrice, chargée de s'assurer de la mise en œuvre de ces mesures a été nommée.

Bilan carbone : Nous avons réalisé en 2023 un diagnostic de nos émissions de gaz à effet de serre sur l'année 2022 afin d'élaborer une politique environnementale durable.

Réseau de collaborateurs engagés : des ambassadeurs et ambassadrices climat ont été nommés dans les différentes directions, en France et à l'étranger, pour inspirer et déployer notre politique environnementale. Par ailleurs la commission environnementale du CSE est chargée de veiller aux conséquences environnementales des mesures faisant l'objet d'une information-consultation auprès du CSE.

Une priorité éditoriale donnée à la couverture de sujets ayant trait à l'avenir de la planète : sur le plan rédactionnel, la direction de l'Information a fait de la couverture des questions liées au réchauffement climatique une priorité et des formations spécifiques sur les problématiques environnementales sont proposées à l'ensemble de nos collaborateurs.