

# RAPPORT ANNUUEL 2025



AFP 

D'ABORD LES FAITS

# SOMMAIRE

- 01** ÉDITO DE FABRICE FRIES, PDG
- 02** 2025 VUE PAR PHIL CHETWYND, DIRECTEUR DE L'INFORMATION
- 04** INSIDE GAZA, AVEC HÉLÈNE LAM TRONG
- 06** LA RÉGION MENA, AVEC EZZEDINE SAID
- 08** LE CLIMAT, UN ENJEU ÉDITORIAL, AVEC IVAN COURONNE
- 10** LE DÉFI DE L'IA, AVEC SOPHIE HUET
- 12** COUVRIR LA PRÉSIDENTE TRUMP, AVEC AURÉLIA END
- 14** 2025 EN BREF
- 16** ORGANIGRAMME
- 18** PRIX ET DISTINCTIONS

# ÉDITO

FABRICE FRIES, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL



« À l'ère de l'IA, l'Agence a beaucoup d'atouts : son métier, le journalisme de terrain, n'est pas menacé, au contraire. »

L'AFP a subi de plein fouet en 2025 le poids de la décision politique sur ses clients médias. Cela a particulièrement été le cas aux États-Unis où des contrats comme celui avec *Voice of America* ou avec Meta pour le fact-checking couvrant le pays ont été interrompus pour des raisons qui avaient peu à voir avec la vie des affaires. Partout dans le monde, l'agenda populiste se déploie, visant le journalisme indépendant et finissant par avoir un impact sur les clients médias de l'Agence.

Ceux-ci voient de surcroît le trafic qui leur est renvoyé sous forme de liens par les plateformes s'effondrer à mesure que l'accès à l'information se fait de plus en plus par les agents conversationnels, qui fournissent des réponses suffisamment complètes aux questions des utilisateurs pour que le besoin d'ouvrir ces liens soit nécessaire. Moins de trafic équivaut à moins de revenu publicitaire. Résultat : les plans sociaux se multiplient et l'Agence est frappée par ricochet.

Ce contexte difficile explique pourquoi l'Agence a, pour la première fois depuis 2018, vu ses recettes commerciales reculer de 2,2 %. Elle a cependant su réagir tôt et l'effort collectif a permis de limiter la hausse des charges d'exploitation. Pour la septième année consécutive, elle a réussi à dégager un résultat net consolidé positif. En parallèle, elle a poursuivi son désendettement et maintient son objectif de dette zéro fin 2028.

Face aux difficultés rencontrées par ses clients médias, qui représentent encore les trois quarts de ses revenus, l'Agence a proposé une réforme ambitieuse de son système d'expatriation pour la rendre soutenable économiquement et l'adapter aux temps nouveaux. Elle accélère par ailleurs l'intégration de l'intelligence artificielle dans ses processus de travail, selon une charte éditoriale qui protège le rôle du journaliste dès lors qu'il s'agit de décider, vérifier, publier.

À l'ère de l'IA, l'Agence a beaucoup d'atouts : son métier, le journalisme de terrain, n'est pas menacé, au contraire ; et ses méthodes de vérification et de certification des faits gagnent en valeur alors que les contenus d'origine synthétique prolifèrent. De nouveaux usages de ses contenus, par de nouveaux clients, dont les agents d'IA, peuvent constituer des sources possibles de diversification de ses revenus.

Affronter cette troisième révolution en trente ans, après celle de l'internet et celle des réseaux sociaux, est le grand défi du moment.



« Développer une véritable culture de l'IA est essentiel. »

**2025 a été marquée par l'essor rapide de l'IA générative. Quel impact cela a-t-il eu sur l'AFP et comment la rédaction s'adapte-t-elle ?**

Notre analyse a toujours été la même : avec l'IA, les évolutions vont plus vite qu'on ne l'imagine. Et 2025 l'a confirmé. Les grands modèles de langage se sont diffusés à une vitesse spectaculaire dans toute la société. Du jour au lendemain, ou presque, ChatGPT, Claude et d'autres outils similaires se sont imposés dans le quotidien de chacun.

La santé économique de l'AFP dépend aussi de celle de ses clients. En 2025, nous avons commencé à constater les effets du déploiement des « résumés IA » dans les moteurs de recherche, qui réduisent clairement le trafic renvoyé par des plateformes vers les sites de nos clients. C'est un signal d'alerte très fort : cette transformation est bien réelle, et son ampleur est comparable à celle de l'arrivée d'Internet, voire à celle de l'invention de l'imprimerie.

Notre priorité a donc été d'anticiper et de mettre en place les structures nécessaires. Car l'IA n'est pas seulement une question de technologie : ce qui compte avant tout, c'est la manière dont elle transforme nos méthodes de travail. Nous nous sommes donc concentrés sur les usages les plus impactants, notamment la traduction et la transcription.

L'AFP travaille dans de nombreuses langues et couvre un volume considérable d'actualités urgentes, de conférences de presse et d'interviews. Les outils d'IA permettent de traiter ces contenus plus efficacement et de libérer du temps pour les journalistes. Ils peuvent ainsi se concentrer sur des tâches à plus forte valeur ajoutée et se dégager des aspects les plus répétitifs du quotidien.

**Au-delà des outils, comment faire en sorte que toute la rédaction soit à l'aise avec l'IA ?**

Développer une véritable culture de l'IA est essentiel. Il ne s'agit pas que chacun devienne un adepte de cette technologie, mais que tous comprennent ce qu'elle est, ses atouts, ses limites et les risques qu'elle comporte.

Nous évoluons dans un nouvel écosystème de l'information où la moindre erreur peut avoir des conséquences considérables. C'est pourquoi notre culture professionnelle, notre charte éthique et nos règles éditoriales sont plus importantes que jamais. Elles doivent s'accompagner d'une rédaction capable d'utiliser l'IA de manière responsable et éclairée.

**2025 a été marquée par l'arrivée de la nouvelle administration Trump et par une poussée plus large des mouvements populistes à travers le monde. Comment l'AFP a-t-elle traversé cette année ?**

Ce fut particulièrement intense. La vague populiste et autoritaire n'a pas commencé avec le retour de Donald Trump. Nous l'avons déjà observée sur d'autres continents. Mais lorsqu'une telle dynamique atteint un pays aussi influent que les États-Unis, c'est comme jeter de l'essence sur le feu.

Les valeurs que défend l'AFP — rigueur, honnêteté et éthique — ainsi que les faits eux-mêmes ont été directement attaqués, tant par l'administration américaine que par des mouvements populistes ailleurs dans le monde.

La rhétorique des « fake news » visant les médias n'est pas nouvelle. Nous y sommes confrontés depuis près de dix ans. Mais en 2025, le journalisme a dû se montrer encore plus exigeant. Aujourd'hui, la moindre erreur est immédiatement exploitée et instrumentalisée. Dans ce contexte, j'ai été sincèrement encouragé de voir comment l'AFP, comme de nombreuses autres rédactions, a su relever le défi. À l'échelle mondiale, nous avons maintenu un niveau d'exigence élevé et laissé très peu de prise à nos détracteurs.

**Dans ce climat tendu, comment l'AFP protège-t-elle la sécurité physique et psychologique de ses journalistes sur le terrain ?**

Ces dernières années, nous avons augmenté nos budgets consacrés à la sécurité de plus de 200 %. Nous avons notamment intégré une équipe dédiée à la sécurité au sein même de la rédaction en chef, travaillant en temps réel au plus près des opérations éditoriales. Ce modèle suscite d'ailleurs l'intérêt d'autres médias.

Les menaces auxquelles nos journalistes sont confrontés ne se limitent plus aux zones de conflit traditionnelles. Nous observons désormais des pressions réelles dans des démocraties établies, par exemple lors de la couverture de manifestations aux États-Unis ou au Royaume-Uni, des pays où les risques étaient historiquement bien plus faibles.

**L'AFP a aussi engagé en 2025 une réforme majeure de son système d'expatriation. Pourquoi était-elle nécessaire et comment est-elle pensée pour l'avenir ?**

Le système mis en place il y a plusieurs décennies n'était plus adapté. L'ensemble des coûts ont fortement augmenté. Et les modes de vie ont évolué : il est beaucoup plus difficile de partir plusieurs années à l'étranger en raison de la carrière du conjoint, de la scolarité des enfants ou encore des questions de logement. Un chiffre est révélateur : en 2025, environ un tiers des postes à l'étranger relevant du statut parisien n'a suscité aucune candidature.

Au-delà de la question financière, cette réforme vise aussi à mieux refléter l'évolution de l'AFP. Notre organisation s'est profondément internationalisée et s'appuie sur des talents présents dans l'ensemble du réseau, dotés d'une excellente connaissance des langues locales et de solides compétences managériales.

Nous maintiendrons environ une centaine de postes bénéficiant du dispositif complet d'expatriation, soit bien davantage que nos concurrents : Reuters, par exemple, a un dispositif environ quatre fois moins important. Nous croyons à la mobilité internationale, mais à mesure que l'IA transforme le journalisme, l'ancrage local et la qualité des réseaux de sources deviennent également essentiels. L'enjeu, c'est de trouver le bon équilibre.

L'expérience de la création de notre service vidéo a déjà montré qu'il était possible de bâtir une rédaction performante et agile selon des modèles différents. Je suis convaincu que cette réforme nous permettra de disposer d'une organisation plus forte et davantage en phase avec son époque.

**À l'horizon 2026, quel sera selon vous le principal défi pour l'AFP ?**

Si l'on compare avec l'arrivée d'Internet, la transformation s'est étalée sur vingt ans, alors même que les médias traditionnels restaient relativement solides. La différence aujourd'hui, avec l'IA, c'est que cette rupture intervient dans un secteur déjà fragilisé. Notre défi, c'est de trouver notre place dans ce nouvel écosystème. Nous disposons d'atouts considérables : une profonde culture du terrain, un réseau mondial sans équivalent, ainsi que des valeurs et des règles de vérification dont l'importance ne cesse de croître.

Nous devons réussir cette transition. Nous pouvons produire le meilleur journalisme du monde ; si nous ne parvenons pas à le mettre utilement au service de nos clients dans ce nouvel environnement, nous serons en difficulté. C'est pourquoi développer une véritable culture de l'IA à l'échelle de toute l'Agence sera l'une de nos priorités en 2026.

## INSIDE GAZA

HÉLÈNE LAM TRONG, RÉALISATRICE D'INSIDE GAZA



« C'est aussi un point de départ pour se demander : c'est quoi l'information, c'est quoi la liberté d'informer et pourquoi il faut se battre pour la défendre. »

**Hélène Lam Trong, journaliste et documentariste, prix Albert Londres 2023 pour « Daech, les enfants fantômes », a réalisé « Inside Gaza », qui raconte le quotidien de quatre journalistes et collaborateurs de l'AFP du bureau de Gaza après le 7 octobre. Un film coproduit par Arte France, la RTBF et FACTSTORY, filiale de l'AFP.**

### Comment est né ce documentaire ?

Il y avait au sein de l'AFP cette envie de faire quelque chose sur l'équipe à Gaza dans les jours qui ont suivi le ciblage du bureau en novembre 2023. Ils m'ont contactée et je me suis sentie investie d'une forme de responsabilité de ne pas me dérober. À ce moment-là, on n'avait aucune idée de ce à quoi ressemblerait le film pour la simple et bonne raison que l'équipe était encore dans Gaza. Nous sommes partis sur quatre protagonistes dont une femme Mai Yaghi. Mais ils avaient vraiment autre chose à gérer étant donné la situation dans laquelle ils étaient. Donc, ça me semblait impossible de leur demander de tourner pour le documentaire. Et en réalité, la matière de leur travail pouvait donner lieu à un film.

### Comment avez-vous construit le fil narratif ?

Normalement, quand on fait un gros documentaire, on passe beaucoup de temps avec les gens avant. Là, il n'y avait pas l'espace parce qu'ils étaient en exil. Ils avaient tout perdu, ils n'allaient pas bien. Mais il y avait une forme d'urgence à faire ce film quand même. Je suis allée les voir au Caire, puis dans leurs pays d'accueil respectifs, au Qatar, à Chypre, à Londres et en Belgique. Il y a toujours une journée entière d'interview. C'est très dur, quand on est journaliste de parler de soi, encore plus de ses émotions. J'ai essayé de construire une narration à partir de ce qu'ils me disaient.

### C'est un film sans commentaires.

Il y a des moments très forts, notamment celui où Mahmoud Hams se fait tirer dessus avec d'autres journalistes alors qu'ils sont clairement avec des civils. J'avais besoin de le voir lui en action donc je suis allée chercher dans les images d'actualité d'autres médias. Là en l'occurrence je les ai trouvées chez Anadolu, une agence turque.

### En parlant de Mahmoud Hams, la photo a une place particulière dans « Inside Gaza » ...

Je me suis dit que le photojournalisme, c'était aussi une carte de visite de l'AFP. Et puis, en ce qui concerne les guerres en général, et Gaza en particulier, les images circulent beaucoup sur les réseaux sociaux. Il y a un filtre qui s'active dans notre cerveau de manière inconsciente car elles se ressemblent toutes : des gens qui pleurent, ça tire, des gros boums, les gens courent. La photo oblige à voir.

En fait, il y a peut-être une perception de l'humanité qui est plus forte dans la photo que dans les vidéos. Mais j'avais l'impression que si l'idée du film, et c'était une de ses vocations, était d'obliger les gens à regarder les Palestiniens en général, et les journalistes palestiniens en particulier, comme des humains, au même titre que les Israéliens ou que nous, la photo avait cette efficacité que la vidéo, à force d'être pléthorique sur le réseau, a pu perdre.



### Le film parle de Gaza mais presque autant de liberté de la presse, non ?

Il m'a fallu un petit peu de temps d'abord pour l'assumer, mais oui. Il y a l'évacuation de la ville de Gaza, par exemple, qui intervient très tôt après le 7 octobre qui rend la couverture très compliquée. Très tôt, il y a toute une partie du territoire qui est fermée aux médias. En plus d'être visés, ils n'avaient même pas accès à la guerre entre le Hamas et l'armée israélienne.

La deuxième chose, ce sont les attaques qui ont visé les journalistes, accusés par exemple de publier des photos bidonnées. C'était intéressant de revenir sur les conditions dans lesquelles ils travaillaient. Un journaliste de l'AFP, qu'il soit ou non palestinien, n'est pas complaisant avec les autorités, il est soumis à cette rigueur, il a été formé pour. Le fait qu'il y ait autant de morts parmi les journalistes, ça aussi c'est nouveau. Et l'indifférence dans laquelle tout ça se déroule... Et c'est là que j'en viens à cette forme de responsabilité confraternelle dont je me suis sentie investie en faisant le film.

### Quel accueil a-t-il reçu ?

L'accueil critique a été très bon.

Il a été diffusé en *prime time* sur Arte, et sur la RTBF, ça a été un succès d'audience aussi. Aujourd'hui, il a une deuxième vie à travers des festivals et l'éducation aux médias. La sensibilité extrême autour de ce sujet a créé un vide. Les profs sont paralysés, ils ont peur que le moindre mot leur soit reproché. Et là, ils ont un outil qui n'a pas été attaqué, sur lequel ils peuvent s'appuyer pour entamer des discussions. Les élèves sont touchés de se rendre compte que ces journalistes sont prêts à mourir pour informer. C'est aussi un point de départ pour se demander : c'est quoi l'information, c'est quoi la liberté d'informer et pourquoi il faut se battre pour la défendre. Et je crois qu'ils prennent bien conscience à travers ce film qu'il n'y a que sur le terrain qu'on peut recueillir une information fiable. Ça coûte beaucoup d'argent aussi. Une information gratuite ne permet pas cette information-là, rigoureuse, risquée. Le réel fait peur aujourd'hui mais ce n'est pas parce que vous cessez de le regarder qu'il n'existe pas. Le réel, on le voit tout de suite mais quand on le regarde, on est mieux informé et on est sans doute un peu moins vulnérable.

## LA RÉGION MENA

EZZEDINE SAID, DIRECTEUR RÉGIONAL MENA



« Cela sert le projet de l'AFP d'adopter un fonctionnement plus agile, avec moins de silos. »

**Amorcée en septembre 2024 à l'arrivée d'Ezzedine Said à la direction régionale, la réorganisation de la région Moyen-Orient et Afrique du Nord (MENA) s'est poursuivie tout au long de l'année 2025 avec le transfert progressif du siège de Nicosie vers Paris et Dubaï. Le directeur régional MENA détaille la mise en œuvre et les atouts de ce projet stratégique, mené de front dans un contexte d'actualité exceptionnellement dense.**

***Vous avez pris la tête de la région MENA en septembre 2024. Quel bilan tirez-vous aujourd'hui, fin 2025, de cette réorganisation ?***

Ma prise de fonctions à Paris a marqué le début de la mise en œuvre du projet de réorganisation, que nous menons conjointement avec le rédacteur en chef de la région, Chris Otton, et son adjointe Rana Moussaoui, qui ont été nommés en même temps que moi. L'échéance principale est la fermeture prévue du bureau régional de Nicosie d'ici décembre 2027. Fin 2025, nous avons déjà transféré une trentaine de postes vers Paris, où est désormais basé le siège de la région avec la direction et la rédaction en chef. La prochaine grande étape interviendra en juin 2026 avec l'ouverture de notre nouveau bureau à Dubaï, qui accueillera à son tour une trentaine de postes d'ici 2027. Par ailleurs, quelques postes spécifiques ont également été transférés à Beyrouth, concernant notamment une partie du desk arabe et du service des sports.

***Pourquoi avoir décidé de quitter Nicosie, qui était le siège de la région depuis les années 1980 ?***

L'installation à Nicosie au milieu des années 80 s'imposait à l'époque de la guerre civile au Liban. C'était le choix le plus logique en raison de la proximité avec des pays au cœur de l'actualité comme le Liban, Israël, la Syrie ou la Jordanie, et parce que beaucoup de nos journalistes étaient d'origine libanaise. Cependant, à Chypre, nous n'avons pas véritablement le sentiment d'être connectés au monde arabe. Quand on sort dans la rue, on entend parler grec ; on n'a pas le même ressenti de la région que si l'on est aux Émirats ou au Caire. Les autres grands médias internationaux ont déjà quitté Chypre il y a quinze ou vingt ans. Surtout, nous faisons face à un réel problème d'attractivité : il était devenu de plus en plus difficile d'y attirer des journalistes, que ce soit pour les desks texte, photo ou vidéo ou pour des postes d'encadrement.

***Quels sont les atouts stratégiques de ce redéploiement vers Paris et Dubaï ?***

Ce transfert s'inscrit dans une logique de redéploiement global de l'AFP. Sur le plan des fuseaux horaires, Dubaï nous permet de faire la jonction le matin entre Hong Kong et Paris. C'est également dans le Golfe que se trouvent la plupart de nos grands clients TV. De plus, Dubaï est un carrefour aérien incontournable qui facilite l'envoi rapide de renforts partout dans le monde. Quant à Paris, la ville accueille de nombreux

événements, décideurs politiques et personnalités en lien avec le monde arabe. La présence de la rédaction en chef à Paris nous offre une réactivité sans précédent. Par exemple, lors des frappes américaines ou des manifestations en Iran, alors qu'il y avait un *blackout* sur Internet sur place, nous avons pu rapidement mobiliser des journalistes parisiens expérimentés, parfois persanophones, venus d'autres services. Enfin, être basé à Paris place la direction de la région à proximité immédiate de la direction de l'Information, des ressources humaines et de mes homologues des régions France, Europe et Afrique, ce qui facilite grandement notre fonctionnement.

***Cette réforme s'est déroulée en pleine période de conflits incessants. Comment la rédaction a-t-elle géré cette pression ?***

Ce fut un véritable baptême du feu pour notre structure MENA basée à Paris. Malgré quelques appréhensions au départ, cette transition s'est déroulée sans heurt majeur. L'actualité a été d'une densité exceptionnelle : la guerre à Gaza, les frappes au Liban, la guerre au Yémen, déjà les tensions avec l'Iran, ou encore la chute de Bachar al-Assad en Syrie. En dépit de cette actualité non-stop, le fonctionnement de la région n'a jamais été entravé. La proximité avec le rédacteur en chef chargé de la sécurité à Paris nous a notamment permis de coordonner beaucoup plus rapidement et efficacement le déploiement ou le remplacement de nos envoyés spéciaux sur le terrain.



***Quels seront les principaux défis d'ici à la fermeture définitive de Nicosie en 2027 ?***

À l'heure actuelle, il reste entre 15 et 20 personnes à Nicosie, dont beaucoup sont amenées à rejoindre Dubaï. Le défi de 2026 sera de mettre en place un fonctionnement qui permettra de coordonner parfaitement nos opérations entre notre siège à Paris, le bureau de Nicosie et notre nouvelle structure à Dubaï. Avec l'intégration d'une trentaine d'éditeurs texte, photo et vidéo aux Émirats, une communication permanente va nous faire gagner en souplesse. Tout cela sert le projet de l'AFP d'adopter un fonctionnement plus agile, avec moins de silos. Nos éditeurs à Dubaï permettront de renforcer la continuité de la couverture avec Hong Kong, Paris et Washington, ce qui est un atout considérable pour assurer la cohérence et la continuité de notre production sur tous les fuseaux horaires.

# LE CLIMAT, UN ENJEU ÉDITORIAL

IVAN COURONNE

RÉDACTEUR EN CHEF AVENIR DE LA PLANÈTE



« Ce qui nous distingue de la concurrence, c'est que l'on est très focalisé sur le terrain et beaucoup plus visuel. »

Ivan Couronne est rédacteur en chef « Avenir de la planète » depuis l'été 2024. Il est épaulé par le pôle Planète à Paris, deux coordinateurs régionaux, Sara Hussein en Asie et Issam Ahmed en Amérique du Nord, et la coordinatrice vidéo Kate Gillam.

## Pourquoi un rédacteur en chef « Avenir de la planète » ?

Notre volonté, c'est de couvrir le changement climatique comme les transformations économiques et sociales qui l'accompagnent. Ce n'est pas abstrait, cela passe par des entreprises, des inventeurs, des gens qui vivent ce nouveau climat, essayent de s'adapter et de trouver des solutions. Pour y parvenir, il fallait mettre en place des formations pour développer une culture du climat dans nos 210 bureaux, une méthodologie éditoriale, faire beaucoup d'anticipation.

Plus de 900 journalistes ont reçu au moins une formation sur le climat, alors même qu'elles n'ont jamais été obligatoires. Comment couvrir les vagues de chaleur ? Comment détecter le *greenwashing* ? Ou des formations plus techniques sur le captage du carbone.

Grâce à la coordonnatrice vidéo Planète, l'AFPTV propose à ses clients 300 compilations d'images d'archives sur tous les sujets climatiques et environnementaux.

Ce qui nous distingue de la concurrence, c'est que nous sommes très focalisés sur le terrain et beaucoup plus visuels. L'AFP continue à dépenser beaucoup d'argent et de temps à envoyer des équipes quand il y a des inondations majeures, une sécheresse ou des incendies... Tout en s'assurant que, dans ces couvertures, la science du climat soit à la fois présente et correcte. D'ailleurs, nous accordons une place considérable à l'ensemble de ces sujets dans le manuel de l'agencier. Et nous sommes la seule agence de presse mondiale à avoir réuni des rubriques économiques et environnementales au sein d'un même pôle, à Paris. Cela signifie par exemple que la rubricarde qui couvre les résultats financiers de TotalEnergies connaît par cœur son bilan carbone.

**On reproche souvent aux médias une approche anxieuse et culpabilisatrice sur ce sujet.**

Il y a un évitement réel des informations anxieuses mais il concerne d'abord les guerres. Sur le climat, il y a une vraie demande d'informations. Mais le défi, c'est d'arrêter d'écrire toujours la même chose de la même façon. Il y a un évitement des articles et des titres qu'on a déjà lus 300 fois. Et cela tombe bien parce qu'il y a plein d'histoires à raconter. Une grosse partie de mon travail en ce moment est de se demander : comment allons-nous couvrir les vagues de chaleur de l'été de manière riche et originale ? Et puis il y a de relatives bonnes nouvelles du climat à raconter : le nombre de véhicules électriques augmente vite, tout comme l'énergie solaire, mais il faut encore une fois le raconter de façon créative, concrète et exclusive. Être pointu

n'empêche pas d'être grand public.

**Face aux guerres qui écrasent l'actualité et à certains dirigeants ouvertement climatosceptiques, sentez-vous un désintérêt pour le sujet ?**

Je ne vois pas de baisse d'intérêt, au contraire. Même pour des événements diplomatiques comme les COP, ces grands rendez-vous annuels de négociations climatiques entre près de 200 pays, les chiffres de reprises restent très élevés. Les guerres, la politique, on a le sentiment que cela peut être plus ou moins fugace : l'histoire climatique, elle, reste. Elle ne va pas s'atténuer à la prochaine élection ou au prochain cycle politique. Et à très court terme, El Niño pourrait revenir fin 2027 ce qui pourrait faire remonter les températures à des niveaux jamais connus. Et là, je suis persuadé qu'on aura besoin d'encore plus de reportages, d'explications et de solutions.

## Quels sont les sujets qui ont eu pour vous un réel impact ?

L'équipe de Jakarta a été la première équipe d'un média international à pénétrer en profondeur dans la jungle indonésienne où se trouve la plus grande usine de nickel au monde mais aussi les derniers chasseurs cueilleurs de l'archipel. Leur enquête a apporté des preuves supplémentaires sur l'impact environnemental et humain de la mine, qui a depuis subi plusieurs revers. Sara Hussein, la coordinatrice Planète pour l'Asie, a publié une enquête sur la fausse bonne solution des crédits plastiques. Ce sujet n'est pas encore très grand public mais l'enquête est fondatrice et a été très remarquée dans l'écosystème des experts du plastique et du climat.



## Quels sont les projets à venir ?

Il nous reste près de la moitié des journalistes AFP à former. On cherche des financements pour le faire.

Nous montons en puissance sur la couverture des pollutions environnementales, en particulier les substances qu'on appelle polluants éternels (PFAS), qui ne concernent pas que l'Europe et les États-Unis. L'avenir de la planète est une priorité de Karl Malakunas, le responsable des partenariats philanthropiques à l'AFP.

L'AFP dope aussi sa couverture des contentieux environnementaux et climatiques dans le monde, car comme la case politique est bloquée dans de nombreux pays, la bataille du climat se déplace du côté judiciaire. C'est un autre terrain très concret que nous entendons couvrir, non seulement dans les tribunaux mais aussi dans les villes et campagnes où l'histoire du climat s'écrit.

## LE DÉFI DE L'IA

SOPHIE HUET

DIRECTRICE ADJOINTE DE L'INFORMATION

CHARGÉE DE L'IA & DE L'INNOVATION RÉDACTIONNELLE



« Ce qui est important avec l'IA, ce n'est pas tant la technologie mais la manière dont on va répondre aux besoins particuliers de l'AFP. »

Après avoir été rédactrice en chef de l'AFP, Sophie Huet est directrice adjointe de l'information chargée de l'intelligence artificielle et de l'innovation rédactionnelle depuis novembre 2024. Sur ces thématiques, elle travaille avec une douzaine de personnes de la DSI et de la rédaction en chef technique.

### Comment intégrer l'IA à nos pratiques rédactionnelles ?

Quand on parle d'IA, il faut tout remettre à plat. Car, dès lors que l'on souhaite automatiser une tâche, il faut la décrire entièrement, dans ses moindres détails. Cela oblige à réinterroger tout ce que l'on fait, et les raisons pour lesquelles on le fait.

Par exemple, nous voulons mettre en place un *chatbot* pour le manuel de l'agencier. Ce projet nous a permis de nous rendre compte des nombreux trous qui existaient dans ce manuel, alors même qu'il s'agit d'un document historique, construit au fil du temps par un empilement de règles liées à des nécessités de couverture et à des politiques éditoriales. Nous devons donc réécrire tout le contexte, ainsi que l'ensemble des règles éditoriales et de sécurité, afin que le *chatbot* que nous allons y brancher puisse fournir les bonnes réponses aux questions des journalistes. Cela devrait aussi contribuer à ce que les consignes rédactionnelles redescendent plus facilement.

Cette version augmentée du manuel pourra également permettre d'effectuer un contrôle a posteriori d'une production, afin de vérifier qu'elle respecte les consignes.

C'est un travail particulièrement intéressant, car il nous place au cœur de la manière dont l'IA peut rendre service aux journalistes, en les aidant et en clarifiant les règles.

### Quels sont les autres outils développés et pourquoi l'avoir fait en interne ?

Ce qui est important avec l'IA, ce n'est pas tant la technologie mais la manière dont on va répondre aux besoins particuliers de l'AFP. Les outils internes que nous avons fabriqués s'appuient sur les LLM du marché parce qu'on n'a pas les moyens de développer des LLM aussi puissants. Ils sont conçus de façon à ce qu'on puisse les changer si on le souhaite. L'outil de transcription, AFP Scribe, en est un excellent exemple parce que nous l'avons vraiment conçu en étant à l'écoute de la rédaction. Ce qui nous a permis notamment de développer un élément qu'on n'a pas vu ailleurs : la possibilité de faire la transcription sur un onglet.

Il y a un autre aspect qui est très important : que les données confiées à l'IA ne partent pas dans un environnement qu'on ne maîtrise pas. Donc en développant nos outils internes, nous assurons cette protection-là.

On a aussi mis au point Caption Master, un assistant à la production et la traduction de légendes photos. L'objectif : améliorer la qualité de nos légendes photos qui sont uniquement en anglais. Pour les équipes vidéo, on veut aider à la traduction de la description des plans, ce sera un gain de temps extraordinaire sur une tâche qui a très peu de valeur ajoutée. L'IA sert aussi à suggérer les métadonnées d'une dépêche. Dans certains cas, où on décide d'utiliser des outils externes comme Copilot, c'est toujours dans un environnement sécurisé, ce qui n'est pas le cas quand on va sur la version gratuite de ChatGPT.

### Dans quels cas est-il interdit d'utiliser l'IA ?

On n'utilise pas l'IA à l'AFP pour produire directement des contenus et les mettre sur le fil. Il doit toujours y avoir une vérification humaine rigoureuse de ce qui est généré par l'IA. Cependant, on a vu arriver le cas d'usage où une image générée par l'IA pouvait devenir un sujet d'actualité. Pour ces cas-là, on a développé avec les designers de l'Agence un dispositif graphique, un *warning*, qu'on peut apposer sur des images produites par des tiers pour bien signifier que c'est produit par l'IA.

### Il y a aussi un vrai enjeu de formation...

On a lancé des modules de formation vidéo très théoriques sur l'IA. Et surtout on a mis au point une formation d'ateliers pratiques dispensée par les ambassadeurs de l'IA. On a déjà une douzaine d'ambassadeurs qui sont tous journalistes AFP pilotés par Sophie Nicholson, cheffe de projet IA. Ils seront 10 de plus en 2026. Avec eux, on a mis en place une journée de formation sur des sujets très variés : comment marche l'IA, les outils de l'Agence, la couverture de l'IA, les questions éthiques, les questions environnementales. En à peine six mois, on a déjà formé 600 salariés. Et l'objectif est de former tout le monde à fin 2026. Ce programme marche très bien parce qu'il est fait par des journalistes de l'Agence pour des journalistes.

### Comment l'IA va-t-elle changer notre travail ?

Nous avons lancé fin 2025 une étude très approfondie avec une équipe de Sopra Steria composée d'anthropologues, de designers, de spécialistes RH, de spécialistes de l'IA, pour bien comprendre comment on travaille, quels étaient les *workflows*, qu'est-ce qui fait sens dans le travail des journalistes, qu'est-ce qui en revanche est une tâche pénible, peu efficace, etc.

Après une phase d'immersion à l'Agence, des entretiens avec des clients ou des médias avancés sur le sujet de l'IA, ils doivent nous aider à comprendre quelle va être la place de la production de l'Agence dans ce nouvel écosystème transformé par l'IA.

Cela doit nous permettre de tracer la feuille de route des années qui viennent pour essayer d'améliorer, d'enrichir, de rendre plus efficace notre travail quotidien, tout en respectant évidemment les fondamentaux de notre métier, tout ce qui est cher et important aux journalistes de l'Agence. Et puis de développer des services qui vont apporter davantage de valeur à nos clients, à la fois pour mieux s'adresser aux médias tous les jours et aussi parce qu'il faut absolument que l'AFP rentre dans l'écosystème qui est en train de se développer très vite des IA qui parlent aux IA.

Une chose apparaît déjà très nettement : la valeur du journalisme pour les années à venir doit se concentrer sur la collecte d'informations originales, sur le travail d'investigation, sur l'enquête, sur la recherche de l'info fiable et certifiée. C'est le savoir-faire de l'Agence et c'est le cœur de la valeur de ce que nous devons produire.

## COUVRIR LA PRÉSIDENTE TRUMP

AURÉLIA END, JOURNALISTE À WASHINGTON



« Trump, c'est tellement de bruit, d'intensité, qu'il faut retomber sur les fondamentaux. »

**Aurélia End est une des deux journalistes de l'AFP accrédités en permanence à la Maison Blanche. Elle y est depuis cinq ans, a commencé par suivre Joe Biden, mais depuis le retour de Donald Trump, tout a changé. À 47 ans, après 25 ans à couvrir d'autres sujets, économiques surtout, en Allemagne souvent, elle s'est retrouvée face au plus grand défi de sa carrière.**

**Le retour de Donald Trump à la Maison Blanche le 20 janvier 2025 a tout changé ?**

Oui. Joe Biden était très peu accessible et protégé par une équipe de communication bien rodée. Trump, de son côté, est hyper-accessible, mais il a autour de lui une équipe de com' complètement fermée, a fortiori pour les journalistes étrangers. Celle-ci déploie une politique très hostile aux médias en général, ou tout du moins envers ceux qui ne sont pas considérés comme alliés et relais. Le changement a été immédiat. Avec Danny Kemp, mon binôme anglophone, nous sommes passés d'un début de mandat où nous pouvions assister presque chaque jour à des séances de questions-réponses dans le Bureau ovale, parfois pendant près d'une heure, à une situation où il faut vraiment se battre pour obtenir des accès sporadiques.



Tout ça en étant une journaliste étrangère qui n'est pas anglophone native et qui n'est donc d'une certaine manière pas rentable politiquement, puisque ce que j'écris ne peut ni aider ni desservir Trump au niveau national.

**Être une femme est-il une difficulté supplémentaire... ?**

Je ne l'ai pas expérimenté personnellement, mais il est vrai que Trump a tendance à être plus agressif avec les femmes. Il a par exemple été humiliant avec une journaliste de Bloomberg qu'il a traitée de « truie ».

C'est vrai aussi qu'il a tendance à se moquer des accents étrangers. Il a dit une fois à une collègue française qu'il ne comprenait rien à son « beautiful accent ». Moi, ça ne m'est jamais arrivé. Il m'a plusieurs fois demandé d'où je venais parce que je pense qu'il n'arrive pas à « entendre » mon origine. Et quand je lui dis que je viens de France, il a un petit rictus mais répond à mes questions.

**Comment fait-on pour couvrir avec rigueur et honnêteté le président de la première puissance mondiale dont la parole est erratique, contradictoire, parfois volontairement trompeuse ?**

Je suis en permanence confrontée à la même question à laquelle il est impossible de répondre : « mais qu'est-ce qu'il a voulu dire ? ». Et la seule réponse est : « lui seul le sait ».

Quand je demande des éclaircissements à son équipe, on me répond : « lisez son message sur *Truth Social* ». Mon poste est l'exemple parfait qu'on ne peut pas séparer le fact-checking du journalisme parce qu'il faut en permanence contextualiser et le plus vite possible. Et pas contextualiser au cinquième paragraphe. Quand Donald Trump dit qu'il prend un décret pour abolir le droit du sol, il faut immédiatement avoir en tête que le droit du sol est inscrit dans la Constitution américaine qui ne peut être amendée que par le Congrès, et que sa décision est certaine de faire l'objet de contestations en justice. J'ai donc besoin d'un filet de sécurité sur tous les sujets et sur les chiffres car aucun ne peut être pris pour argent comptant.

**Donc il faut un sacré « backup » derrière ?**

Absolument. L'AFP dispose de trois postes de travail à l'intérieur de la Maison Blanche juste à côté de la salle de briefing, deux pour Danny et moi, un pour l'un de nos photographes accrédités. Quand nous écoutons, les photographes regardent. Ils vont nous dire : « vous avez vu le bleu là sur sa main ? La marque là sur son cou ? ». Et quand Trump parle, on met en place une « war room » virtuelle avec des journalistes qui vérifient les citations en temps réel et d'autres qui couvrent le Congrès, le Département d'État, le Pentagone, l'économie, qui très rapidement vont dire : « attention, il a dit ça, mais les données disent ceci », « là il a dit ça, mais légalement, ce n'est pas clair ». Sans oublier l'indispensable regard du desk.

Derrière la journaliste à la Maison Blanche qui signe les papiers, il y a toute une rédaction qui pousse, riche de ses métiers, de ses regards et nationalités multiples.

**Qu'est-ce que cette expérience vous a appris ?**

Cette expérience a été un retour à l'os journalistique, parce que Trump, c'est tellement de bruit, d'intensité, qu'il faut retomber sur les fondamentaux : le factuel, le contexte, la citation absolument exacte, le choix des adjectifs.

L'autre leçon, c'est la valeur du collectif AFP. « It takes a village », comme on dit. À la Maison Blanche, un journaliste seul n'est rien.

Sur le plan personnel, je suis dans Trump du matin au soir et avoir un cercle privé qui me parle d'autres choses de l'Amérique, par exemple mes enfants qui me mettent à niveau sur le sport ou le rap, est indispensable à mon équilibre.

2025

EN BREF

## L'AFP et Bellingcat au cœur des conflits

Une coopération inédite entre les journalistes de l'AFP et Bellingcat qui ont co-produit trois reportages sur la guerre en Ukraine : la destruction de Vovchansk, la contamination des terres par les mines, l'impact sur la jeunesse ukrainienne. Reportage terrain côté AFP, analyse satellitaire et *open source* côté Bellingcat. Les trois enquêtes sont disponibles sur le site de CEDMO.



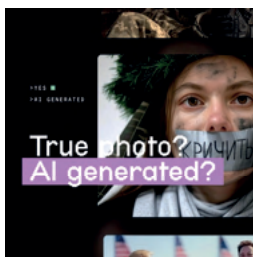
## Démêler le vrai du faux grâce à l'AFP

L'AFP a lancé son 17e module de formation destiné aux journalistes et étudiants en journalisme en libre accès, avec le soutien de Google News Initiative : détecter et vérifier les contenus générés par IA. Cas pratiques, vidéos, exercices, témoignages d'experts. La plateforme Digital Courses compte plus de 40 000 utilisateurs depuis 2022 et a été plusieurs fois primée.



## L'AFP certifie l'authenticité de ses photos, de la prise de vue à la publication

Testé lors des élections américaines en 2024, ce prototype démontre qu'en combinant le standard C2PA et un filigrane invisible crypté développé avec IMATAG, il est possible de certifier l'authenticité d'une photo tout au long de sa chaîne de diffusion. Vérifiable par tous via le plugin WeVerify, co-développé par l'AFP.



## L'AFP et Mistral AI signent un accord de partenariat

Mistral AI, start-up française devenue en moins de deux ans un acteur majeur de l'IA, s'appuie sur l'AFP pour renforcer la fiabilité de Mistral Vibe (anciennement Le Chat) : 2 300 dépêches quotidiennes en six langues alimentent désormais son assistant conversationnel.



## Regards de photographes : le nouveau livre de l'AFP

Photos inédites, sélection exigeante, mise en page épurée : ce livre rassemble le travail de près de 300 photojournalistes AFP en 2024-2025, sur les grands thèmes de la période - conflits, climat, luttes sociales, bouleversements politiques. Face à l'essor des images générées par IA, il affirme la valeur du témoignage de terrain. Publié aux éditions La Découverte.



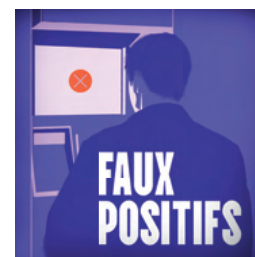
## Festival international du journalisme de Pérouse

Blessée par un tir de char israélien en octobre 2023 alors qu'elle couvrait le conflit à la frontière sud du Liban pour l'AFP, la photojournaliste Christina Assi a été amputée de la jambe droite. Après de longs mois de soins intensifs et de nombreuses opérations, elle est venue témoigner au Festival international du journalisme de Pérouse, dans une conversation avec Phil Chetwynd, directeur de l'Information. Elle y a exprimé sa détermination à obtenir justice : « On attend de la communauté internationale qu'elle fasse plus que simplement afficher son soutien. Les paroles ne suffisent plus. »



## Faux positifs : quand les algorithmes bancaires broient des innocents

Des comptes bancaires bloqués sans explication, sur décision d'un algorithme : le phénomène touche des milliers d'Européens - petits entrepreneurs, ONG, migrants, réfugiés politiques. AFP Audio et AlgorithmWatch ont enquêté en Espagne, France, Royaume-Uni, Turquie, Allemagne et Pologne pour produire Faux Positifs, une série de 3 épisodes publiée en janvier 2025.



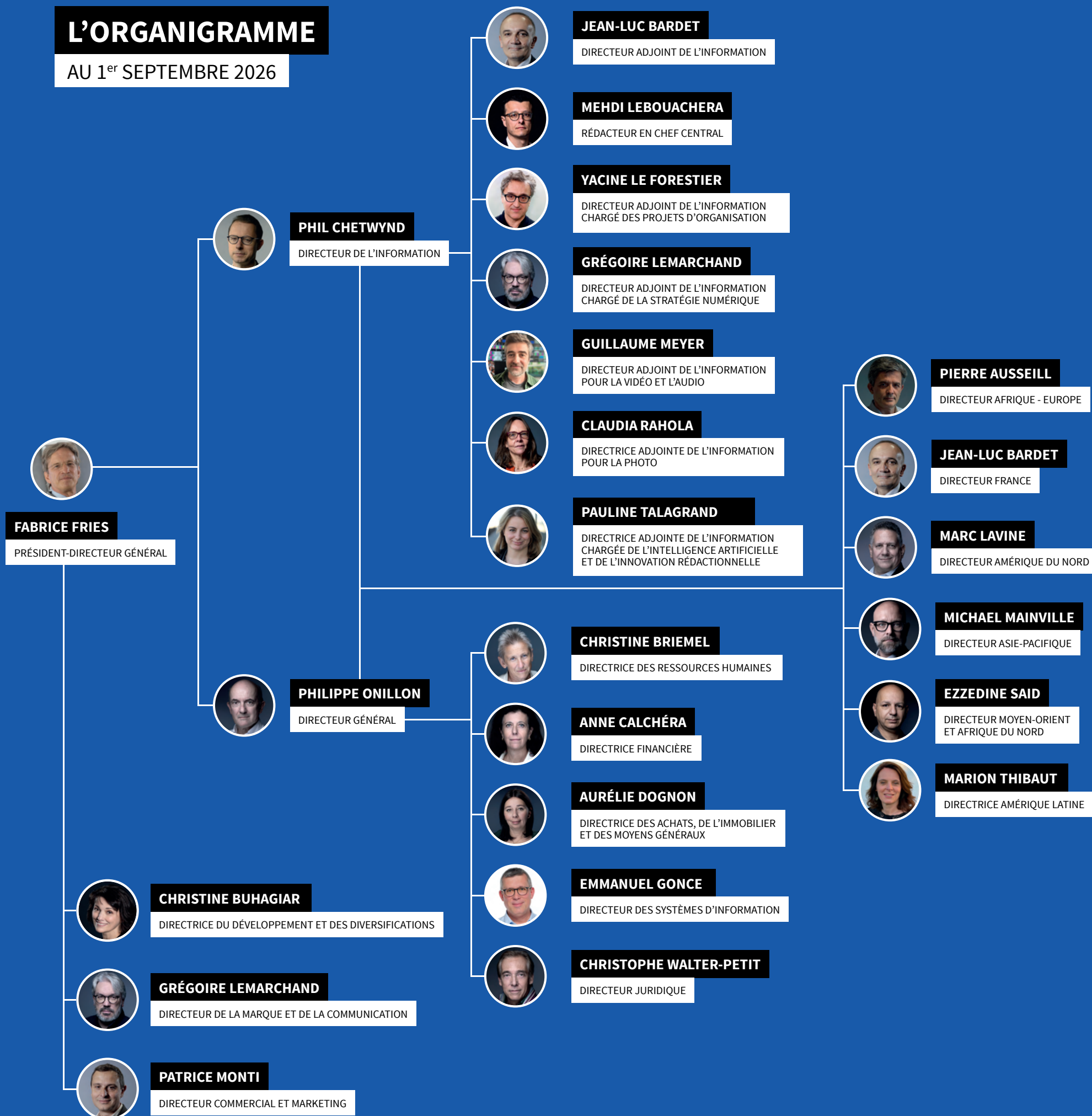
## Une nouvelle direction pour diversifier les revenus de l'AFP

Christine Buhagiar, qui était directrice de la région Europe depuis 2015, prend la tête de la nouvelle Direction du Développement et des Diversifications. Sa mission : concevoir des services innovants à destination des entreprises et institutions, en lien avec les filiales MediaConnect et FACTSTORY.



# L'ORGANIGRAMME

AU 1<sup>er</sup> SEPTEMBRE 2026



**PRIX**

**ET DISTINCTIONS**



## Omar al-Qattaa, Anne-Christine Poujoulat et Luis Tato

### Pictures of the Year International (POY)

Finalistes respectifs dans les catégories « General News », « Sport Actions », « Sport Life & Recreational Sports » et « Science & Natural History ».



© Anne-Christine Poujoulat / AFP - 10 juillet 2024 - Le Falgoux, France



## Clarens Siffroy, Jérôme Brouillet, Luis Tato

### World Press Photo 2025

- Clarens Siffroy - Prix « Stories » pour l'Europe
- Jérôme Brouillet - Prix « Singles » pour l'Asie-Pacifique
- Luis Tato - Prix « Stories » pour l'Afrique



© Clarens Siffroy / AFP - 17 décembre 2024 - Port-au-Prince, Haïti



## Samad Uthman

### Africa Fact Check Awards

Prix du *Fact Check of the Year* dans la catégorie des fact-checkeurs professionnels



## Omar al-Qattaa, Luis Tato et Sameer Al-Doumy

### Istanbul Photo Awards

- Omar al-Qattaa - 1<sup>re</sup> place dans la catégorie « Story News »
- Luis Tato - 1<sup>re</sup> place dans la catégorie « Story Nature & Environment » et 3<sup>e</sup> place dans la catégorie « Marion Mertens Single Daily Life »
- Sameer Al-Doumy - 2<sup>e</sup> place dans la catégorie « Marion Mertens Single Daily Life »



© Luis Tato / AFP - 9 mai 2024 - Garissa, Kenya



## Mahmud Hams, Omar al-Qattaa, Saïd Khatib et Bashar Taleb

### Prix Pulitzer

Sélectionnés parmi les finalistes dans la catégorie « Breaking News Photography »



© Omar al-Qattaa / AFP - 30 mai 2024 - Jabaliya, Territoires palestiniens



## Bureau AFP de Dacca

### SOPA Awards

Mention honorable dans la catégorie « Excellence de la couverture de l'actualité »

**PRIX**

**ET DISTINCTIONS**



### Saul Loeb et Jim Watson

WHNPA

- Saul Loeb - 1<sup>re</sup> et 3<sup>e</sup> places dans la catégorie « Insider's Washington »
- Jim Watson - 1<sup>re</sup> place dans la catégorie « Inauguration 2025 »



© Saul Loeb / AFP - 3 mars 2024 - Selma, États-Unis



### Ara Eugenio, Jan Cuyco, Lucille Sodipe et Nattakorn « Tii » Ploddee

Global Fact 12 - International Fact-Checking Network  
Prix Gold Standard



27 juin 2025 - Rio de Janeiro, Brésil



### Nina Larson

Global AMR Media Awards

Prix pour un article consacré aux dangers de la résistance aux antimicrobiens



### Julie Pereira

Emmy Awards

Vidéographie nominée dans la catégorie « Outstanding Graphic Design – News » réalisée par Julie Pereira (avec Emmanuelle Michel et Jon Walter).



### Josh Edelson

Prix Varenne 2025

Grand Prix Varenne/Canon du reportage photographique



© Josh Edelson / AFP - 9 janvier 2025 - Altadena, États-Unis



### Ina Fassbender

VDS Sports Photo

1<sup>re</sup> place dans la catégorie « Euro 2024 »



© Ina Fassbender / AFP - 4 juillet 2024 - Essen, Allemagne

**L'AFP**

**EN CHIFFRES**

● **1 840**  
journalistes

● **135**  
nationalités

● **210**  
bureaux

● **24h/24**  
7 jours/7

● **2 300**  
dépêches/jour

● **6** langues  
de production

● **300**  
vidéos/jour

● **3 000**  
photos/jour

● **700**  
data visualisations/mois

● **1 800**  
directs/mois

Photo de couverture : © Luis Tato / AFP — Direction de la Marque et de la Communication — © Agence France-Presse — Juillet 2026



AFP.COM