



FRANCE – 13.11.2015

Attentats de Paris



SYRIE – 18.11.2015

Zone rebelle bombardée par le régime



BRESIL – 26.01.2014

Projet photo dans une favela



SUISSE – 02.06.2015

Conférence de presse de Sepp Blatter



GRECE – 13.08.2015

Des migrants atteignent l'île de Kos



MONDE – 28.07.2015

Le sentiment amoureux



OCEAN INDIEN – 23.11.2015

A bord du porte-avions Charles de Gaulle



CAP VERT – 05.05.2014

John Kerry patiente sur le tarmac



CHINE – 23.08.2015

Le 100m des Mondiaux d'athlétisme

Le monde bouge. Nous aussi.

AFP 2015





Innover pour progresser

L'année 2015 aura été pour l'AFP l'année du pire et du meilleur. Le pire lorsque des journalistes, caricaturistes tombent sous les balles de fanatiques pour qui liberté d'expression rime avec élimination. Le pire lorsqu'une policière, des militaires, des citoyens français de confession juive succombent eux aussi, victimes de ces mêmes barbares. C'était en janvier.

Le pire encore –on aimerait dire enfin– lorsqu'en novembre d'autres idéologues du mal procèdent au massacre de dizaines de Parisiennes et de Parisiens, de simples touristes venus découvrir la si belle et attirante capitale du pays des droits de l'homme, de la culture et du divertissement, à la devise républicaine si profondément ancrée.

En tant que journalistes, mais aussi en citoyens concernés bien sûr, les équipes de l'AFP ont couvert les événements 24h/24 avec un professionnalisme de tous les instants.

Car dans ces moments de particulière gravité qui ont marqué la France et le monde, les valeurs de fiabilité, d'authenticité, de lucidité, d'objectivité, de neutralité, ces valeurs que porte chevillées au corps et à l'esprit tout rédacteur, photographe, vidéaste, infographe de l'Agence doivent prendre et prennent tout leur sens.

Comme également lorsque, des mois durant, le conflit syrien, la crise des migrants et son lot de détresses humanitaires, le naufrage grec et son cortège de misères humaines mobilisent durablement des dispositifs rédactionnels et techniques exceptionnels dans des conditions de travail de plus en plus périlleuses.

Mais 2015 aura été aussi l'année du meilleur. Grâce au développement de sa production à celui exponentiel des *lives*, désormais des *live reports*, dans toutes les langues, l'AFP est de plus en plus une marque connue, reconnue, dans l'Hexagone et bien au-delà. Jamais les fils de l'Agence –photos, vidéos, texte, infographie animée ou non, vidéographie– ne se sont autant exposés sur les télévisions, les sites web, les médias en France comme à l'international.

Jamais les projets de recherche et de développement n'ont été aussi importants et divers, s'adossant à nos métiers et nos missions, mais cherchant toujours à anticiper et à s'adapter aux nouveaux usages, aux nouveaux besoins de clients toujours plus nombreux.

Grâce à la signature d'un contrat d'objectifs et de moyens avec l'Etat (2014-2018) lucide et exigeant mais également cohérent avec la stratégie de l'Agence –développement de la vidéo, du sport, internationalisation de son chiffre d'affaires–, grâce à un chiffre d'affaires justement qui progresse malgré un marché récessif des médias, en France et dans le monde, et une crise économique non résorbée, l'AFP assainit ses finances.

La marche en avant de l'Agence se poursuit, le cap est fixé : innover pour progresser.

Bonne lecture.

Emmanuel HOOG,
Président-Directeur Général de l'Agence France-Presse

- 3 | Edito
- 6 | « Notre valeur numéro un est la fiabilité »
Entretien avec Michèle Léridon, Directrice de l'information
- 8 | L'AFP confortée dans ses missions et ses ressources
Entretien avec Rémi Tomaszewski, Directeur général
- 10 | Les investissements encadrés par une gestion rigoureuse
Entretien avec Emmanuel Marcovitch, Directeur général adjoint et
Directeur financier
- 12 | Attentats de Paris : l'importance du direct
- 16 | La sécurité, facteur primordial de la couverture des attentats
- 18 | Le *Live* fait entrer AFPTV dans une nouvelle dimension
- 19 | Zein Al-Rifai, Prix Rory Peck 2015
- 20 | L'AFP innove dans un marché en pleine transformation
Entretien avec Olivier Lombardie, Directeur commercial et marketing
et Directeur général d'AFP-Services
- 22 | Le sport, plus que jamais une priorité stratégique
- 24 | SID, leader de l'information sportive en langue allemande
Entretien avec Sven Froberg, Gérant et rédacteur en chef du SID, et
Yacine Le Forestier, Directeur du bureau de Berlin et Co-gérant d'AFP GmbH
- 26 | L'AFP au cœur du Pacte de performance
- 27 | A Rio, des jeunes de la Cité de Dieu apprennent la photo pour les JO
- 28 | Les équipes techniques au cœur de l'agence multimédia
Entretien avec Caroline Raveton, Directrice des systèmes d'information

- 31 | L'innovation : stratégique et collaborative
- 32 | Premières infographies interactives
- 34 | Les *live reports* diffusés via Scribblelive
- 36 | La photo, point d'entrée dans l'info
- 40 | Dossiers Lifestyle : quoi de neuf dans nos vies en 2015 ?
- 42 | « 1945 - Le retour des absents » sur fonds d'archives
- 44 | Un grand accord d'entreprise pour assurer l'avenir
- 45 | Les entretiens professionnels ont commencé
- 46 | Séisme au Népal : une équipe AFP au cœur de la catastrophe
- 48 | « *Making-of* » : le top 10 de l'année 2015
- 50 | Top des tweets 2015
- 54 | De multiples talents reconnus
- 64 | AFP Blue, une nouvelle clé pour les investissements de l'Agence
- 65 | Africa Check en version francophone

« Notre valeur numéro un est la fiabilité »

Entretien avec...

Michèle LERIDON
Directrice de l'information



En 2015, l'AFP a réalisé un important travail sur elle-même en interrogeant ses pratiques journalistiques et en étudiant celles d'autres grands médias. Pourquoi avez-vous engagé cette réflexion ?

La réflexion sur la pratique du métier est constante à l'AFP qui a su depuis sa création évoluer, s'adapter aux nouvelles technologies, aux nouvelles demandes de ses clients. Mais cette réflexion s'accélère au rythme des extraordinaires mutations du métier en cours aujourd'hui : défi posé par le développement des réseaux sociaux et de l'information en continu, modèle économique chamboulé, presse écrite délaissée au profit du web et du mobile... Par ailleurs, nous avons été pris en défaut en février en publiant une information erronée qui a eu un fort retentissement en France. Tout ceci nous a conduit à réaffirmer nos principes, nous interroger sur nos pratiques et les améliorer.

En quoi cet examen a-t-il conforté vos principes fondamentaux ?

Notre statut fondateur, qui date de 1957, affirme que nous devons produire une information « exacte, impartiale et digne de confiance ». C'est plus que jamais le cas aujourd'hui. Notre valeur numéro un est la fiabilité. Elle prime sur la rapidité, même si ce dernier critère demeure fondamental.

Que vous amène-t-il à revoir ou à prendre en compte de nouveau, ou de manière spécifique, dans votre pratique journalistique ?

Il est clair que nous devons mieux prendre en compte l'émergence des réseaux sociaux où l'on trouve le pire et le meilleur : des rumeurs sans fondement, des commentaires anonymes insultants, mais aussi des scoops mondiaux. Nous devons organiser une veille plus systématique pour détecter les contenus intéressants, les vérifier, les récupérer s'ils ont une valeur informative. Nous avons un rôle de certification. Ce qui bien sûr ne signifie pas négliger la collecte de nos propres informations, le travail quotidien auprès des sources. Nous avons pu le constater notamment lors des attentats du 13 novembre à Paris. Sur Twitter, des abonnés conseillaient de suivre le compte AFP pour savoir ce qui se passait réellement, dans un océan de rumeurs de toutes sortes sur les attaques, le nombre de victimes ou de soi-disant arrestations.

Du point de vue du respect de l'éthique, quels sont les nouveaux risques pour les journalistes de l'AFP et comment les éviter ?

Je n'ai aucun doute sur l'éthique des journalistes AFP que ce soit en France ou à l'étranger. Mais je pense que dans un monde aussi bouleversé, où chaque information peut être reprise en moins d'une minute par la planète entière, les mots doivent être pesés, des principes doivent être réaffirmés. C'est la raison pour laquelle j'ai demandé que l'on travaille à la fois sur une charte AFP qui remette en lumière nos valeurs,

une charte de bonnes pratiques éditoriales et déontologiques et enfin un document spécifique sur les sources. Toutes ces règles concernent la rédaction de dépêches, mais aussi les photos, les vidéos, les infographies... Ce ne sont pas seulement des grands principes, il peut s'agir de recommandations très pratiques comme celle de corriger clairement nos informations quand nous commettons des erreurs.

Comment et auprès de qui sera diffusée la charte de bonnes pratiques éditoriales et déontologiques de l'AFP ?

Les trois documents dont je viens de parler ont été conçus collectivement. C'est Eric Wishart, ancien rédacteur-en-chef central de l'AFP, aujourd'hui chargé de mission auprès de la direction de l'Information, qui a été chargé de les rédiger. Il s'est appuyé à la fois sur les documents existant déjà à l'AFP –notre Manuel de l'agencier, la charte de la photo...- et les chartes dont se sont dotés les autres médias dans le monde. Ce document a circulé aussi bien au sein de la direction qu'auprès de la rédaction, des partenaires sociaux et la société des journalistes. Il est important que ce document soit partagé. Une fois adopté, au cours du premier trimestre 2016, il sera publié aussi bien sur notre site intranet que sur le site afp.com.

Votre étude a-t-elle révélé de nouveaux besoins pour assurer la sécurité des personnes, journalistes, techniciens et autres collaborateurs de l'AFP ?

La question de la sécurité n'entrait pas spécifiquement dans cette réflexion même si nous réaffirmons nos devoirs en la matière dans la charte. Assurer la sécurité est une préoccupation permanente à l'Agence où des journalistes sont postés dans les zones du monde les plus dangereuses. Les attentats de janvier à Paris, où les journalistes de Charlie Hebdo ont été explicitement visés, nous ont conduit à prendre des mesures spécifiques pour protéger nos bureaux tant en France qu'à l'étranger. Restent les régions contrôlées par les organisations djihadistes qui appellent une réponse très spécifique.

Comment opérez-vous dans ces zones-là ?

Comme nous l'avons dit et répété ces dernières années, nous refusons d'envoyer des journalistes étrangers dans ces zones où ils seraient systématiquement pris pour cible. De même nous refusons tout matériel –texte, photo ou vidéo- envoyé par des journalistes free-lance qui auraient pris le risque de s'aventurer dans ces zones sans être couverts par une organisation.

En revanche, nous avons établi, en particulier en Syrie, un réseau d'informateurs qui nous font parvenir des informations et des images clandestinement. Notre bureau à Beyrouth ainsi que la rédaction basée à Nicosie, en charge du Moyen-Orient et du Maghreb, effectuent un véritable travail de fourmi pour recouper leurs témoignages, démêler le vrai du faux. Là encore la fiabilité est la valeur cardinale. Comme nous l'avons écrit dans la charte, le doute doit faire partie de la culture du journaliste.

L'AFP confortée dans sa gouvernance, ses missions et ses ressources

Entretien avec...

Rémi TOMASZEWSKI
Directeur général



L'année 2015 aura été marquée par la réforme du statut de l'AFP dans le cadre de la loi sur la modernisation de la presse. Pourquoi fallait-il « moderniser » l'Agence ?

Cette réforme était nécessaire pour que l'AFP soit en conformité avec le droit européen de la concurrence quant à ses relations avec l'Etat français. La loi du 17 avril 2015 transcrit les mesures réclamées par la Commission européenne en 2014, lors de la reconnaissance des missions d'intérêt général de l'AFP, et la clôture de la plainte pour aide d'Etat déposée par un concurrent allemand. Cette plainte, qui remonte à 2010, nous a amenés à définir et mettre en œuvre une stratégie de développement compatible avec les règles de Bruxelles.

Concrètement, quelles sont les missions d'intérêt général de l'AFP dévolues par l'Etat français et reconnues par Bruxelles ?

Ce sont celles décrites aux articles 1 et 2 de la loi du 10 janvier 1957 qui fixe le statut de l'Agence. Elles n'ont jamais été modifiées avant 2012. L'AFP a l'obligation de rechercher et fournir en continu et en plusieurs langues des informations complètes, exactes, objectives et impartiales sur ce qui se passe dans le monde. Elle doit le faire en toute indépendance et avoir un rayonnement mondial.

Quel est le montant de la subvention versée par l'Etat français pour ces missions ?

En 2015, l'AFP a perçu 125,5 millions d'euros hors taxe de l'Etat français, dont 105 millions compensent ses missions d'intérêt général. Cette dotation va croître de 1,4 % par an en moyenne, conformément au contrat d'objectifs et de moyens signé avec l'Etat en 2015 pour les années 2014 à 2018. Les 20,5 millions perçus en plus de la subvention correspondent aux divers abonnements souscrits par l'Etat à titre commercial.

Outre les relations de l'AFP avec l'Etat, que contient le contrat d'objectifs et de moyens ?

Il formalise les choix stratégiques que nous avons faits depuis 2011 pour le développement de l'Agence : la vidéo, le direct, le sport, l'innovation, l'international et la relation client. Il précise également nos engagements pour moderniser notre gestion.

La réforme de son statut a amené l'AFP à modifier la composition de son conseil d'administration et la mission de son conseil supérieur. De quelle manière ?

Les sièges du conseil d'administration ont été augmentés et redistribués afin d'élargir et d'enrichir la qualité des débats sur les enjeux stratégiques de l'Agence. Ce conseil paritaire compte désormais dix-neuf membres, neuf femmes et dix hommes. Cinq personnalités extérieures sont nommées par le conseil supérieur de l'AFP pour leurs connaissances des médias, des technologies numériques et leurs compétences économiques et de gestion. Trois d'entre elles doivent avoir une expérience européenne ou internationale. La presse quotidienne nationale, régionale et départementale avait huit sièges, elle en conserve cinq, l'Etat a trois représentants, les services publics de l'audiovisuel deux, et le personnel de l'Agence gagne un siège avec trois représentants.

Outre la nomination des cinq personnalités extérieures du conseil d'administration, le conseil supérieur de l'AFP a un pouvoir renforcé de contrôle des obligations et de la situation économique, financière et sociale de l'AFP. Il rend compte désormais chaque année au Parlement. Il doit être consulté avant toute décision stratégique ou concernant le contrat d'objectifs et de moyens.

Le mandat du président de l'AFP a été porté de trois à cinq ans. Quel effet aura cet allongement ?

Il donne à l'AFP la visibilité et la stabilité dont elle a besoin pour mener à bien son plan stratégique 2014-2018 à dimension internationale sur un marché très concurrentiel.

Où en sont les négociations sur l'accord unique d'entreprise depuis la dénonciation des précédents accords en juillet 2015 ?

Depuis novembre, toutes les organisations syndicales prennent part aux négociations. Ce chantier, en cours depuis novembre 2013, demande lui aussi beaucoup de pédagogie et de clarification. Cet exercice collectif est indispensable, d'autant qu'il n'avait jamais été entrepris à l'AFP. Il va permettre de fixer des règles communes à tout le personnel pour plus de visibilité et d'équité, mais aussi pour mieux nous projeter ensemble dans l'avenir et dans la transformation de nos métiers. Parvenir à définir le contrat social permettant à l'Agence de se développer dans un univers hautement concurrentiel et de tenir son rang de 3^e agence mondiale sera l'un des enjeux collectifs majeurs de l'année 2016.

Les investissements encadrés par une gestion rigoureuse

Entretien avec...

Emmanuel MARCOVITCH
Directeur général adjoint et Directeur financier



En 2015, vous avez pleinement mis en œuvre la gouvernance des projets à l'AFP. Quelle en est la logique ?

Cette démarche a été initiée dans le cadre du plan de développement 2014-2018 de l'AFP. En 2014, nous avons recensé plus de 200 projets, de nature et de maturité très diverses, émanant de toutes les directions de l'Agence. Pour mieux piloter la centaine de projets retenus et les mener à bien, nous les avons revus et répartis en six domaines correspondant aux axes de développement de l'AFP : sport, vidéo, système rédactionnel, production éditoriale, marketing et relation client, fonctions supports. Un septième domaine a été ouvert en 2015 pour une coordination transversale de l'innovation.

Comment fonctionne cette gouvernance ?

Chaque domaine est géré par un comité qui réunit les directeurs concernés et se réunit toutes les six à huit semaines afin de passer en revue les projets, suivre leur avancement, allouer des ressources, procéder aux arbitrages...

Chaque projet est mené par un chef de projet et une équipe pluri-métiers. Tous les chefs de projet ont été formés à la conduite de projet. Un poste de coordinateur de projets a été créé pour accompagner méthodologiquement les équipes projets et les comités de domaine et veiller à ce que tout le monde soit en phase.

Avec quel résultat ?

Plusieurs projets structurants pour l'Agence ont pu être menés de manière efficiente. Par exemple, la nouvelle offre AFP TV *live*, que nous proposons depuis juin 2015, a été élaborée et déployée en quelques mois grâce à la gouvernance du projet.

L'AFP a aussi réorganisé ses procédures d'achats. De quelle manière ?

L'AFP n'étant ni une administration, ni un établissement public, ni une entreprise publique, elle n'est pas soumise à leurs procédures d'achat. Nous avons formalisé en 2015 nos propres procédures internes et édicté les règles de mise en concurrence. En parallèle du déploiement de ces règles, nous avons demandé à un cabinet d'audit d'analyser l'ensemble des charges de l'AFP afin d'identifier les économies envisageables segment par segment.

Les actifs techniques de l'AFP ont été transférés dans sa filiale AFP Blue qui porte désormais les investissements de développement. Comment cette société intervient-elle dans la gouvernance des projets et les achats ?

AFP Blue est la filiale technique de moyens et d'innovation de l'AFP créée en janvier 2015. Elle est évidemment soumise aux mêmes règles d'achat que la maison mère. Son directeur participe à tous les comités de domaines pour contribuer à la mise en œuvre des projets. Le comité stratégique d'AFP Blue suit les investissements réalisés et la mise en œuvre des priorités de développement de l'Agence, autour d'investissements dans l'infrastructure technique, la vidéo, le sport et les services aux clients. AFP Blue investira 40 millions d'euros sur cinq ans, les deux tiers dans l'innovation, un tiers pour maintenir nos outils existants.

Quels autres changements la direction financière porte-t-elle ?

Nous avons également nos chantiers internes de modernisation. En 2015 et 2016, un quart des personnels de la comptabilité du siège part à la retraite. Dans cette perspective, nous avons réfléchi avec les équipes à ce que doit être le métier de comptable, comment optimiser les processus et alléger les charges de travail tout en améliorant la qualité comptable. Sur la base de cette réflexion, nous avons travaillé collectivement, par ateliers, à la réorganisation de la comptabilité, en tenant compte des départs en retraite. Grâce à cela, la direction financière redynamise son activité, tout en réduisant ses effectifs pour permettre des redéploiements vers les priorités stratégiques de l'Agence.



PARIS - 08.01.2015 - Les équipes de l'AFP observent une minute de silence en hommage aux victimes de l'attentat contre Charlie Hebdo. © AFP / François-Xavier Marit

Attentats de Paris : l'importance du direct

7 janvier - 13 novembre : la même sidération puis, aussitôt, le même sang-froid dans l'urgence, le même professionnalisme. Dix mois après Charlie, les journalistes et techniciens de l'AFP relèvent le défi de témoigner de l'horreur à Paris et à ses portes. Et malgré le choc, à cause du choc, s'opère une mobilisation sans précédent de tous les métiers pour décrire en texte, en photo, en vidéo et en infographie, l'indescriptible. La France fait face à des attentats sans précédent, le dispositif AFP pour le couvrir dans l'hexagone, et bien au-delà, est donc lui aussi sans précédent.

Des centaines de journalistes mobilisés à travers le monde et la plus longue dépêche de l'Agence : 7.000 mots ! Si preuve était encore à faire de la prépondérance aujourd'hui de l'entrée dans l'info par l'image, ces tragiques événements suffiraient à eux seuls à le prouver. « Les attentats de janvier nous ont appris que nous devons démarrer la couverture en direct le plus vite possible et dans le plus d'endroits possibles simultanément, car la résonance est immédiate et mondiale » explique Marie-Noëlle Vallès, directrice d'AFP TV.

Couvrir l'enfer, chez soi



Par Marianne BARRIAUX



La police libère les otages de l'épicerie casher de la Porte de Vincennes, le 9 janvier 2015 (AFP / Thomas Samson)

PARIS, 11 janvier 2015 – Mon métier de journaliste m'amène parfois à assister à des événements dramatiques. J'ai couvert des catastrophes naturelles en Chine et le conflit en Ukraine. Mais jamais, jamais je n'aurais imaginé devoir travailler sur un bain de sang dans ma propre ville, à Paris.

Blog « couvrir l'enfer, chez soi »

Autre phénomène que la monstruosité des attentats vient confirmer : l'implication grandissante du public dans le processus journalistique. « Le grand nombre de tweets, de photos et de vidéos en circulation sur les réseaux sociaux était particulièrement frappant », constate Phil Chetwynd, rédacteur en chef central. D'où, comme l'indique également Marie-Noëlle Vallès, l'importance « d'obtenir les vidéos-clés de particuliers, avec toute la rigueur journalistique de l'Agence pour garantir leur fiabilité ».

Forte de sa terrible expérience de début d'année, l'AFP a, lors des attentats de novembre, immédiatement intégré les témoins dans ses sources. Une équipe avait pour seule mission de récupérer des images sur les réseaux sociaux en temps réel. « Quelle que soit notre couverture photo et vidéo d'un événement, il y aura toujours des amateurs pour capter des moments très forts où nous ne sommes pas avec leurs mobiles et diffuser leurs images, analyse Grégoire Lemarchand, responsable de la cellule



13 novembre 2015 – Paris – Des passants courent se mettre à l’abri aux abords de la place de la République, après avoir entendu des tirs ou des explosions. AFP / Dominique Faget

réseaux sociaux. Pour nous, l’enjeu est de trouver, authentifier, valider et éventuellement récupérer ces contenus s’ils ont un intérêt éditorial. Cela nécessite de bien connaître les pratiques de ces réseaux et les règles juridiques relatives à de telles sources. » Rapidité vs fiabilité, tel est l’enjeu. « Nous devons être particulièrement rigoureux dans notre travail d’authentification et de vérification car toute erreur aurait de graves conséquences sur ces sujets plus encore que sur d’autres » souligne Phil Chetwynd. L’enjeu déontologique est énorme. « Nous n’avons pas diffusé tout de suite certaines informations que nous savions justes, afin de ne pas gêner l’enquête, risquer de heurter des victimes ou leurs entourages ou accuser à tort », assume Michèle Léridon, directrice de l’information. « Nous avons été prudents sur la diffusion d’images violentes » précise-t-elle. Un dispositif d’urgence absolue dans une France en guerre.



**Michèle
LERIDON**
Directrice de
l’information



**Philip
CHETWYND**
Rédacteur en
chef central



**Marie-Noëlle
VALLES**
Directrice
d’AFPTV

Les coulisses de la couverture sur le *Making-of*

Le blog *Making-of* de l'AFP propose aux internautes d'accéder aux coulisses de l'information et de découvrir l'envers du décor du travail des journalistes de l'Agence. « Tout ça passionne les internautes puisque le blog comptabilise plus de cent mille visites uniques par mois », déclare Roland De Courson, coordinateur des blogs. Un intérêt qui s'est intensifié lors des événements dramatiques de janvier et novembre durant lesquels les billets se sont multipliés. La journaliste Emma Charlton a ainsi décrit comment une équipe de six techniciens vidéo, « Anges gardiens du direct », a travaillé jour et nuit du 7 au 10 janvier, afin que les journalistes reporters d'images couvrent la course-poursuite de la police, puis la marche républicaine après les attaques contre le journal Charlie Hebdo et l'Hyper Cacher. La journaliste Marianne Barriaux a quant à elle témoigné de son expérience de la couverture des événements intervenus au supermarché casher de la Porte de Vincennes, le 7 janvier dans « Couvrir l'enfer, chez soi ». Le photographe Dominique Faget a publié des photos prises lors des attentats du 13 novembre, et raconté à son tour sa nuit à sillonner Paris dans le billet « Guerre et guerre ».



Roland
DE COURSON
Coordinateur
des blogs

Plus d'un million et demi d'abonnés sur Twitter

A la mi-juin, l'AFP a passé le cap symbolique du million d'abonnés sur Twitter, et elle en a encore gagné 500 000 au deuxième semestre 2015. L'actualité malheureuse de l'année, dominée par les attentats à Paris, explique en grande partie cette forte progression. « L'AFP a décidé immédiatement de mettre en ligne ses alertes lors des attentats, alors qu'elle les réserve habituellement à ses clients, explique Grégoire Lemarchand, journaliste spécialiste des réseaux sociaux. Le besoin d'information du public était tel qu'il fallait absolument exercer notre mission d'intérêt général en diffusant des informations vérifiées et impartiales. Nous avons gagné 97.000 abonnés en dix jours après les attentats du 13 novembre, soit la deuxième progression la plus forte après celle du journal Le Monde. Nous avons fait mieux que des médias grand public. » Enormément de gens attendaient les informations de l'AFP sur Twitter, y compris les journalistes professionnels. A l'étranger de nombreux journalistes anglo-saxons et du monde arabe, notamment, ont suivi les informations de l'AFP sur les réseaux sociaux.



Grégoire
LEMARCHAND
Responsable des
réseaux sociaux



29 novembre 2015 - Rio de Janeiro - La journaliste vidéo Madeleine Pradel couvre une manifestation.
© AFP / Jean-Marc Schwartzberg

La sécurité, facteur primordial de la couverture des attentats

« L'extrême violence peut se produire partout, y compris désormais en Europe et en France, comme l'ont montré les attentats de janvier et novembre. Or il y aura toujours des journalistes et des techniciens de l'AFP immédiatement sur le terrain, et il faut les protéger. Cette nécessité est désormais intégrée dans notre manière de couvrir l'actualité », explique Emmanuel Sérot, chargé des questions de sécurité à la rédaction en chef. Après la formation et les matériels de protection, un effort particulier a été porté sur la logistique, visant à ce que les journalistes et techniciens de l'Agence puissent partir sur le terrain avec les moyens nécessaires pour se protéger, transmettre, recharger téléphones et batteries, et ... se nourrir au moins dans les premières heures. « La sécurité passe aussi par le soutien logistique, notamment pour transmettre, car lorsqu'un journaliste est seul à assurer sa logistique, il peut être amené à prendre

des risques, souligne Emmanuel Sérot. Entre la nécessité de couvrir l'événement et celle de se protéger, la sécurité prime, et la prévention des risques fait désormais partie des priorités de tous les managers. » Les équipements de sécurité –gilets pare-balles, casques, protections en cas d'émeutes, etc. – sont inventoriés bureau par bureau et leur gestion relève du chef de poste, en relation avec le responsable technique régional. Depuis 2014, les commandes d'équipements sont planifiées sur trois ans pour mieux satisfaire les demandes et mieux gérer en amont les imprévus qui ne manquent pas de survenir.

« Cette organisation contribue à promouvoir les bons réflexes en matière de sécurité, commente Emmanuel Sérot. Dans la même veine, nous faisons des retours d'expérience sur des événements majeurs –l'arrestation d'une équipe, tel journaliste blessé, etc. – de façon à nous améliorer. Nos efforts de

pédagogie et de formation sont également maintenus. » Toute personne qui travaille pour l'AFP, quel que soit son statut, doit en effet être formée si elle peut être amenée à prendre des risques. C'est vrai pour les journalistes du siège qui partent en poste, comme pour les personnels locaux ou les pigistes. Des formations à la gestion du stress en cas d'arrestation ou d'enlèvement sont réalisées par des professionnels. Plongé dans des situations réalistes, chacun peut mesurer sa réaction personnelle et bâtir sa propre stratégie de défense. Des formations à la couverture des émeutes sont également organisées régulièrement pour les personnes concernées. Ces deux types de stages ont lieu en France, mais « nous développons des formations locales plus souples. Ce n'est alors pas le journaliste qui vient en France se faire former mais le formateur qui suit le journaliste durant quelques jours sur son terrain habituel, dans son pays de couverture, et il observe sa façon de travailler pour lui enseigner les bonnes bases et éventuellement corriger des défauts », précise Emmanuel Sérot.

Sur le terrain, la gestion commune du danger au sein d'une équipe est probablement ce qu'il y a de plus difficile à réaliser. « Tout seul on va plus vite mais ensemble on va plus loin », répètent les formateurs à chaque stage, conscients que la sécurité est d'abord un travail d'équipe.



**Emmanuel
SÉROT**
Journaliste



**David
MILLIKIN**
Directeur
régional
Amérique du
Nord

Une protection collective des journalistes indépendants

Les grandes agences de presse se sont alliées avec d'autres acteurs mondiaux des médias afin de sensibiliser les journalistes indépendants, et ceux qui les envoient en mission, à la prévention des risques encourus en zones de conflits ou en milieux hostiles. Un formulaire à signer a été publiée en avril 2015 sur le site du Dart center for Journalism & Trauma : elle indique les principes et pratiques de sécurité indispensables dans le monde entier.

« Il s'agit de montrer l'exemple, de promouvoir ces pratiques auprès de tous les médias et de responsabiliser les pigistes, explique David Millikin, directeur régional Amérique du Nord et représentant l'AFP au comité exécutif du collectif. Nous nous efforçons de faire signer la lettre à tous les organes de presse. Nous recensons les journalistes indépendants dans le monde et nous faisons l'inventaire de leurs besoins. Nous voulons aussi mutualiser nos ressources avec les autres grandes agences de presse afin d'améliorer les conditions de travail des pigistes. » David Millikin est ainsi chargé du projet d'une assurance collective. « Parmi les 90 signataires actuels de la lettre, aucun des grands groupes de presse n'a de programme international pour couvrir les journalistes indépendants en cas d'urgence médicale. Nous travaillons sur la base de la police d'assistance et de rapatriement de Reporters sans frontières, et des contrats qui existent déjà, pour couvrir les pigistes expatriés. » Le projet de formations collectives à la sécurité est également à l'étude.



23 novembre 2015 – A bord du porte-avions Charles De Gaulle – Le porte-avions met le cap sur l’Océan Indien pour prendre part aux efforts de la coalition dans la lutte contre Daech.
© AFP / Anne-Christine Poujolat

Le *Live* fait entrer AFPTV dans une nouvelle dimension

Avec le lancement d’AFPTV *Live*, en juin 2015, l’Agence France-Presse a franchi un pas important dans le développement de sa production de flux vidéos en direct. Avec plus d’une centaine de flux par mois, ce nouveau service permet aux chaînes de télévision d’accéder en temps réel à l’actualité internationale dans tous les domaines.

« Nous développons notre savoir-faire depuis 2012 et nous produisons régulièrement des directs depuis 2014, rappelle Marie-Noëlle Valles, directrice d’AFPTV. Grâce à l’instauration de la gouvernance de projets, en 2015, nous avons bâti la nouvelle offre AFPTV *Live* en un temps record. Des services rédactionnels aux services techniques en passant par le commercial/marketing et la direction administrative et financière, toutes les équipes ont travaillé ensemble. En 2016, nous proposerons cette offre à nos clients du web avec des solutions de livraison diversifiées. »

Pour satisfaire la demande croissante de ses clients, ainsi qu’aux attentes importantes en volume, en vitesse et en finition, AFPTV, poursuit Marie-Noëlle Vallès, a également « réuni en un même lieu les équipes TV et web francophones à Paris et à Washington. Nous les avons renforcées et nous avons mis en place une organisation telle que tout le monde puisse travailler sur les produits du numérique. Cela a représenté un long processus de gestion des ressources humaines et de formation, qui s’est achevé en décembre pour le web en français. Nous ferons de même pour le web anglophone. » AFPTV sera ainsi en mesure de répondre pleinement à la demande en produits finis prêts à diffuser.



Capture d'écran du sujet primé.

Zein Al-Rifai, Prix Rory Peck 2015

Collaborateur régulier de l'AFP en Syrie, Zein Al-Rifai a remporté le Prix 2015 de la fondation Rory Peck, qui récompense les meilleurs reporters d'images indépendants. Il a été primé pour son sujet sur la survie des habitants de la ville d'Alep dans la zone tenue par les forces rebelles et bombardée par le régime syrien.

« Comme en 2014, deux des trois finalistes, dont le vainqueur, étaient des pigistes de l'AFP, souligne Marie-Noëlle Vallès. Pour le prix précédent, ils couvraient l'Afrique, l'une de nos

régions d'excellence avec le Moyen-Orient. Le Prix Rory Peck est d'abord leur victoire, mais nous soutenons ces journalistes de talent sur le terrain, nous les formons et nous les accompagnons. Ils incarnent l'excellence professionnelle des journalistes reporters d'images de l'AFP. »



Marie-Noëlle
VALLES
Directrice
d'AFPTV



Zein
AL-RIFAI
Journaliste



L'AFP innove dans un marché en pleine transformation

Entretien avec...

Olivier LOMBARDIE

Directeur commercial et marketing et Directeur général d'AFP-Services



Quel bilan tirez-vous de l'année 2015 ?

L'actualité de 2015 a été riche et le travail des journalistes de l'AFP a été maintes fois salué. En témoignent les nombreux prix qui leur ont été décernés. Malgré un marché toujours très tendu, notre activité commerciale est restée soutenue, notamment dans les secteurs de la vidéo, du multimédia et des services.

Pourquoi le marché de l'information est-il toujours si tendu ?

Son économie repose sur les achats d'espaces publicitaires, qui se font de moins en moins dans les médias traditionnels et de plus en plus dans les supports numériques. Or, si les médias ont beaucoup investi dans le numérique ces dernières années, particulièrement en 2015, ils captent encore peu le marché publicitaire sur ce canal. De leur côté, les grands acteurs du numérique cherchent de l'audience, et l'information est un moyen d'attirer les gens sur leurs plateformes. Aujourd'hui, 50 % de l'information mondiale est consommée sur un mobile, téléphone ou tablette.

Comment l'AFP peut-elle satisfaire ces deux clientèles ?

L'AFP doit proposer aux médias des produits et des services adaptés aux mobiles et au web. Elle doit en même temps fournir ses services aux acteurs du numérique, qui font, eux, la démarche d'offrir de l'information. Nous devons aussi répondre à la demande croissante de marques qui diffusent des informations, ce que l'on appelle le « brand content ». Dans ce contexte, la valeur ajoutée de l'AFP est sa fiabilité et sa capacité à intéresser le plus grand nombre. L'Agence doit continuer à élargir ses contenus à de nouveaux domaines.

Quelles nouveautés avez-vous proposées en 2015 ?

L'une de nos grandes innovations aura été de fournir un fil vidéo en direct aux chaînes de télévision, AFPTV Live. Ce sont plus de 100 flux par mois en plus des 250 vidéos que nous transmettons chaque jour à nos clients dans le monde entier. L'AFP a rattrapé ses principaux concurrents dans la vidéo grâce au direct, même si cela ne s'est pas encore traduit en chiffres.

De même avec les *live reports*, nous permettons d'accéder au texte et à la photo sur un événement au fil de l'édition, y compris depuis un mobile. Les récentes études montrent que nos *live reports* contribuent fortement à la fidélisation de l'audience des sites de nos clients. Le temps moyen passé sur un live est d'au moins dix minutes, c'est considérable. Afin que nos clients puissent exploiter pleinement

nos *live reports*, nous avons mis en place une panoplie de services dédiés : un agenda hebdomadaire disponible en trois langues, un compte Twitter réservé, une diffusion par notre partenaire ScribbleLive.

Nous avons aussi développé une application web pour que nos clients accèdent au fil texte de l'AFP en mobilité via notre plateforme AFP Forum. Enfin, nos applications Sport, développées avec notre partenaire Infoplum, équipent désormais près d'une centaine de clients de par le monde. Elles embarquent nos contenus éditoriaux, de la data, des commentaires live et aussi des vidéos.

Quelle est la valeur ajoutée d'AFP-Services auprès des médias ?

Notre filiale répond à la demande de nos clients en services exclusifs, qu'il s'agisse de support technique, d'accompagnement dans le passage au numérique, de contenus sur mesure, etc.

Vous parlez de l'essor du brand content : où en est AFP-Services sur ce marché ?

Il existe sur ce marché de véritables opportunités commerciales pour AFP-Services, que ce soit dans la vente de contenus existants ou dans le sur-mesure. Notre filiale travaille avec des institutions et des entreprises de renommée internationale afin de leur fournir des services à la carte de production déléguée. Nous avons, par exemple, produit une série de reportages vidéo à la demande du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) ; dans le cadre du prix Equateur 2015 qui a récompensé des solutions de développement durable.

Quelles perspectives pour 2016 ?

L'Euro 2016 de football, qui aura lieu en France, et les Jeux olympiques de Rio seront des jalons importants pour le développement de notre offre Sport. Ils montreront aussi notre volonté de travailler au plus près des entreprises et des institutions sportives. En plus des contenus et des applications multimédias clé-en-main pour chacun de ces événements, nous réfléchissons à des offres de contenu exclusives. Nous proposerons aussi de la logistique vidéo aux chaînes de télévision. Parmi les nouveaux produits qui verront le jour en 2016, l'offre d'infographies interactives sera une innovation importante de l'AFP.



16 juin 2002 – Suwon, Corée du Sud – Les journalistes de l'AFP éditent la production photo lors du match Espagne-Irlande de la Coupe du monde de football 2002. © AFP / Jacques Demarthon

Le sport, plus que jamais une priorité stratégique

« Le sport est traditionnellement l'un des domaines d'excellence de l'AFP », rappelle Christophe Schmidt, adjoint à la directrice de l'information. Quoi de plus naturel que de voir le sport s'affirmer aussi comme l'une des priorités stratégiques de « la plus européenne des grandes agences de presse mondiales » ? Et ce d'autant plus alors que les plus grandes compétitions du « roi » des sports, le football, sont européennes, et que s'annonce l'Euro 2016 en France. « A l'AFP, la couverture du sport est plus qu'un savoir-faire, c'est une tradition avec 70 ans de pratique et d'innovation », renchérit Didier Lauras, chef du département Sport. Première agence sportive en français, en allemand (via sa filiale spécialisée SID) et en arabe, l'AFP est également leader mondial de la photographie sportive, et progresse en permanence sur le terrain de la vidéo.

Son réseau mondial permet à l'AFP de consacrer des moyens exceptionnels aux grandes compétitions internationales, où qu'elles se déroulent. « Nos outils robotiques, comme les caméras perchées ou sous-marines, nous donnent toujours plus de pertinence et de rapidité, notre nouveau système rédactionnel Iris également en intégrant mieux les métadonnées », souligne Vincent Amalvy. Ancien patron des sports passé à la direction commerciale et marketing, il emprunte au vocabulaire du rugby pour exposer la stratégie de l'AFP en matière de vidéo sportive. « Les droits d'accès aux manifestations à grande audience sont toujours plus onéreux pour la vidéo, alors l'AFP joue beaucoup dans les intervalles » : entraînements, conférences de presse, zones mixtes entre la sortie du terrain et

les vestiaires, après-matches... « Nous faisons valoir notre excellence éditoriale et technique, ainsi que notre capacité de diffusion. »

Au-delà de la couverture des compétitions sportives, l'AFP répond à la demande croissante de sujets sur toutes les questions liées au sport. En 2015, l'Agence a accru la mobilisation de son réseau, en demandant à toutes les régions d'intégrer plus de sport dans leurs agendas et leurs prévisions. Les quelque 200 bureaux couvrent de plus en plus tous les thèmes liés au sport : loisirs, santé, économie, culture, lifestyle, politique, etc. La coupe du monde de rugby a été une bonne occasion de mettre en pratique cette stratégie. La victoire historique de l'équipe du Japon face à celle de l'Afrique du Sud, deux fois vainqueur de la Coupe, a surpris le monde entier, à commencer par le bureau AFP de Tokyo.

« Notre équipe au Japon, qui était peu habituée à s'intéresser au rugby, a vite pris la mesure d'un tel événement et de ce qu'il impliquait au niveau national et international, raconte Didier Lauras. La Coupe était couverte par neuf envoyés spéciaux pour le texte en français, anglais et espagnol, et quatre journalistes reporters d'images, une équipe épaulée au quotidien par le bureau de Londres. Nous avons deux photographes présents pour chaque match important, quatre en finale. Nous nous sommes risqués à des formats inhabituels, comme « l'équipe type de la Coupe » selon l'AFP, et nous avons reçu des retours favorables de nos clients. » Les Championnats mondiaux d'athlétisme à Pékin ont été un autre terrain riche d'enseignements. « Comment produire et

diffuser de belles images rapidement ? L'enjeu est au moins aussi important que la couverture éditoriale dans ce type de manifestations, lors desquelles nous parvenons à ramener à 40 secondes le temps écoulé entre l'arrivée du 100 mètres et la publication de la première photo sur le fil », souligne Didier Lauras. Les enseignements de Pékin et Londres serviront pour l'organisation et le choix du matériel mis en œuvre lors des Jeux olympiques de Rio de Janeiro, au Brésil, en août 2016.

L'année 2015 a aussi été marquée par la couverture d'événements d'avenir : la Coupe du monde féminine de football et la première édition des Jeux européens. Enfin, l'AFP a conclu un partenariat modèle avec la Fédération française de golf dans la perspective des JO 2016 et de la Ryder Cup, qui sera organisée en France en 2018. « Il s'agit d'un véritable échange de contenus, explique Vincent Amalvy. L'AFP fournira des textes, des photos et des données à la Fédération qui pourra les exploiter sur son site internet. En retour, l'AFP recevra des vidéos sur les champions français. » La Fédération et le golf y gagneront en visibilité, l'AFP avancera dans sa stratégie de diversification. Dans ce domaine, l'année 2016 devrait à nouveau être riche d'évolutions.

Plus de 160 journalistes aux JO-2016

70 photographes, 60 journalistes texte, 15 techniciens et 8 journalistes reporters d'images (JRI) couvriront les Jeux olympiques de 2016 à Rio de Janeiro, au Brésil. L'agence SID, filiale sportive allemande de l'AFP, enverra également 25 JRI.



Christophe SCHMIDT
Adjoint à la directrice de l'Information



Vincent AMALVY
Direction commerciale marketing



Didier LAURAS
Chef du département sport

SID, leader de l'information sportive en langue allemande

Entretien avec...

Sven FROBERG
Gérant et rédacteur en chef du SID



En septembre 2015, Sven Froberg a succédé à Yacine Le Forestier à la tête de la filiale allemande spécialisée dans le sport de l'AFP. L'agence SID a fêté ses 70 ans. Elle développe sa propre production vidéo depuis 2010.

Yacine Le Forestier, vous dirigez à présent le bureau de l'AFP à Berlin. Quels sont vos rapports avec l'agence SID ?

Yacine LE FORESTIER
Directeur du bureau de Berlin
Co-gérant d'AFP GmbH



Je garde un pied dans l'agence car je suis également co-gérant de la filiale allemande AFP GmbH, la maison mère du SID. J'ai un rôle de conseil et de supervision. Je peux également continuer à faire profiter l'AFP de l'expérience que j'ai acquise au SID pendant trois ans.

Sven Froberg, comment votre expérience passée vous sert-elle aujourd'hui au SID ?

Je viens du journalisme sportif et de la production vidéo à la demande. Cela fait vingt ans que je travaille aux côtés des diffuseurs et des chaînes de télévision, qui sont aujourd'hui mes clients au SID. Je connais leurs besoins, en particulier en vidéo, l'une des priorités de développement de l'AFP avec le sport.

Le sport étant la spécialité du SID, comment l'agence contribue-t-elle au développement de l'offre vidéo de l'AFP dans ce domaine ?

YLF : En Allemagne, le SID a joué un rôle moteur dans le développement de l'offre vidéo. L'AFP GmbH produit de la vidéo depuis plusieurs années, mais elle se limitait jusqu'à présent à l'adaptation en version allemande de productions internationales. Le SID s'est tout de suite lancé dans sa propre production de sujets allemands pour sa clientèle. Son chiffre d'affaires vidéo progresse chaque année depuis 2010, encourageant l'AFP en Allemagne à produire elle-aussi ses propres vidéos. Nous sommes en train de constituer un réseau de journalistes reporters d'images commun. Nous travaillons déjà en étroite collaboration, le SID faisant profiter l'AFP de son expertise et de son carnet d'adresses, et s'appuyant en retour sur son réseau.

SF : En 2015, nous avons ainsi utilisé pour un de nos sujets une conférence de presse tenue la veille par l'entraîneur de foot José Mourinho, couverte par l'AFP. De la même façon, si nous avons la chance de filmer Franck Ribéry qui joue au Bayern Munich, nous ferons profiter l'AFP de nos images. L'AFP bénéficie d'un réseau incroyable avec quelque 200 bureaux dans 150 pays, tous impliqués dans la couverture du sport. Mon rêve est d'établir des liens étroits entre tous.

Quel bilan tirez-vous de l'année 2015 ?

SF : Malgré l'absence de grands événements sportifs nous sommes parvenus à encore faire croître le chiffre d'affaire dans le secteur clé de la vidéo, ce qui est une performance, et à progresser dans le domaine multimédia. Et nous nous sommes maintenus dans l'activité principale, le texte, en dépit des difficultés du secteur. Nous restons leader sur le marché de l'information sportive en langue allemande, dans un contexte économique extrêmement difficile pour les médias. Nous avons franchi un pas très important en réalisant les premiers tests de diffusion de nos vidéos *live* en streaming.

YLF : 2015 a été une année de fort développement pour notre filiale de communication corporate, SID marketing, qui représente un atout stratégique. Ses clients, les sponsors du monde du sport et les fédérations sportives, ont besoin de contenus pour leurs sites de diffusion. Le *brand content*, production de contenus vidéos à la demande des marques pour promouvoir leur image dans le domaine sportif, prend une part grandissante dans nos activités. Nous espérons pouvoir bientôt annoncer l'arrivée de nouveaux clients.

Quel sens avez-vous donné au 70^e anniversaire du SID ?

YLF : C'était un moment important et cela a été un succès. Nous avons profité de cet anniversaire pour inviter des clients existants et potentiels, des partenaires... Un grand nombre de sportifs allemands de premier plan ont envoyé des messages vidéos pour saluer le SID et lui souhaiter longue vie à travers des films qui ont été projetés lors de la soirée.

SF : Nous avons eu de bons retours de la part de grands noms du sport comme Thomas Bach, président du Comité International Olympique, Karl-Heinz Rummenigge, président du Bayern Munich, et d'autres encore. Tous se sont montrés chaleureux et satisfaits de voir que le SID continue de jouer un rôle majeur sur le marché allemand de l'information sportive.

L'AFP au cœur du Pacte de performance

L'AFP fait partie des 80 entreprises qui se sont engagées, auprès du ministère français des Sports, à accompagner un ou plusieurs sportifs dans le cadre du Pacte de performance. Elle a signé un contrat de travail aménagé avec Nicolas Peschier, champion de slalom en canoë-kayak. Après trois médailles d'or aux championnats du monde en équipe, trois autres aux championnats d'Europe, dont une en individuel, Nicolas Peschier espère participer aux Jeux olympiques de Rio. Son contrat avec l'AFP lui garantit une rémunération pendant sa préparation aux sélections pour les JO, qui aura lieu en avril 2016, puis lors de sa participation éventuelle aux Jeux. En contrepartie, l'Agence bénéficie de ses compétences de photographe.

« J'ai couvert des matchs de rugby à Pau pour le bureau AFP de Bordeaux en 2015, raconte Nicolas Peschier. Je pratique la photo depuis longtemps et en tant que professionnel depuis 2007, mais il est difficile de concilier ce métier avec l'entraînement sportif et les compétitions. Le contrat de travail avec l'AFP me stabilise et m'ouvre des perspectives professionnelles. »

Le Pacte de performance vise à « protéger les sportifs de haut niveau et professionnels et à sécuriser leur situation juridique et sociale ». Plus des deux tiers des fédérations olympiques sont concernées.



15 octobre 2015 – Hossegor, France – Le surfeur brésilien Gabriel Medina participe à l'édition 2015 du World Surfing League Quiksilver Pro.
© AFP / Nicolas Peschier



Nicolas
PESCHIER
Photographe



26 janvier 2014 – Rio de Janeiro – Christophe Simon, responsable photo pour le Brésil conseille Marcio, l'un des enfants de la favela de la Cité de Dieu participant au projet photographique.
© AFP / Yasuyoshi Chiba

A Rio, des jeunes de la Cité de Dieu apprennent la photo pour les JO

Malgré les récentes opérations de pacification menées par les autorités brésiliennes, la favela de la Cité de Dieu, à Rio de Janeiro, reste plus connue pour son taux de criminalité que pour ses écoles. Et pourtant l'association Casa Geração da Cidade de Deus propose, depuis 2014, des cours de prises de vue et d'édition de photos à des jeunes de la favela. Elle est soutenue par l'AFP, présente dès l'origine du projet.

Tout a commencé, par un atelier animé par le responsable photo de l'AFP pour le Brésil, Christophe Simon, accompagné du photographe local Tony Barros. Avant le Mondial 2014 de football au Brésil, les deux journalistes ont recruté et formé une quinzaine d'apprentis reporters qui ont produit des images témoignant de leur passion pour le ballon rond et reprises par les médias du monde entier. Le succès de

cette opération et les sommes recueillies ont permis de créer une école de photojournalisme, qui ambitionne aujourd'hui de former 30 jeunes d'ici les Jeux olympiques de Rio en août 2016. Dans la nouvelle promotion, on trouve toujours autant de filles que de garçons, tous passionnés de sport et observateurs attentifs des préparatifs des JO. En 2015, pour son premier anniversaire, l'école a été invitée par le consulat de France à exposer ses photos lors de la célébration du 14 juillet.



Christophe SIMON
Responsable de la photo au Brésil

Les équipes techniques au cœur de l'agence multimédia

Entretien avec...

Caroline RAVETON
Directrice des systèmes d'information



Comment la direction des systèmes d'information s'implique-t-elle dans l'évolution des métiers de l'AFP ?

La DSI est responsable de l'ensemble des moyens et services techniques de l'AFP : le système de production, les équipements des journalistes, bien sûr, mais également les systèmes informatiques de métiers supports, les moyens de télécommunications et les moyens généraux (électricité, eaux, climatisation...). Nous gérons également la sécurité des hommes, des matériels et des infrastructures.

Nos équipes accompagnent en permanence les équipes rédactionnelles pour répondre à l'évolution de leurs besoins fonctionnels, lorsqu'il s'agit de couvrir de grands événements ou plus particulièrement lors des reportages pour assister à la réalisation technique des *lives*.

Nous fournissons aussi un vrai soutien technique à nos clients, et développons des compétences pour les assister à intégrer nos produits dans leurs systèmes informatiques ou directement sur leurs sites en ligne. Pour améliorer les services que nous rendons à nos clients et nos utilisateurs, nous avons dessiné une nouvelle organisation de nos ressources dont la mise en place est imminente.

Pour la vidéo en particulier, nous avons créé un espace MCR (Media Control Room) technique qui permet aux personnels dédiés de centraliser, contrôler et router les flux *live*.

La DSI est forcément très présente dans la gouvernance des projets. Ce nouveau mode de fonctionnement de l'AFP a-t-il une incidence sur ses propres méthodes ?

Nous avons engagé une réflexion sur nos méthodes de travail dans différents secteurs de notre activité en 2015, - le développement, l'infrastructure technique, le service technique aux clients et le support utilisateurs - afin de mettre en place une gestion transverse de nos processus et de mener à bien les chantiers en cours sur trois ans, de satisfaire les exigences croissantes des clients en termes de qualité de service et de formaliser notre offre de services dans un catalogue.

Nous travaillons aussi sur tout ce qui est nécessaire pour rendre notre activité lisible : formalisation de reporting, traitement des incidents, indicateur de qualité de service, planification. Notre objectif est de mettre au point une stratégie de gestion des ressources, de la qualité et du temps partagée par tous, au siège et dans l'ensemble des régions.

Depuis novembre 2015, la photo et l'infographie sont éditées et diffusées via le système Iris*, comme le texte. Quelles ont été les autres avancées ?

Le passage des services de la direction de la photo et des services de l'infographie sur Iris permet de valider le concept multi-métiers du projet. C'est en effet la première fois que des utilisateurs de métier aussi différents que le texte et la photo travaillent sur un même système de production. La nouvelle version du gestionnaire d'événements Iris 360 mise en service au cours de l'année 2015 tend aussi à unifier les méthodes de travail des métiers et donne à tous une vision globale des événements planifiés, à couvrir et des indications sur les moyens de couvertures prévus. Le numéro des événements ainsi gérés devient une information essentielle tant pour les utilisateurs, qui voient leurs documents liés aux autres productions de nature différente, que pour les clients qui retrouvent une diversité de contenus connexes (texte, photo, infographie) lors de recherches qu'ils effectueront sur le site AFP Forum par exemple. En 2015, nous avons aussi achevé la migration de nos clients sur la plateforme de livraison AFP Forum et dans la foulée proposé une solution de consultation et d'alerting du site en mobilité à partir d'un téléphone ou d'une tablette. La vidéo et en particulier la généralisation de la production de *live*, d'autant que l'actualité a été très chargée, a monopolisé une bonne partie de nos ressources tant pour l'assistance aux couvertures que pour la mise en place de moyens toujours plus sophistiqués de captation et de diffusion.

Quels sont les nouveaux développements à venir ?

Iris lot 3, dont l'entrée en service pour la vidéo est attendue en fin d'année pour une recette utilisateurs en novembre, occupera encore une grosse partie de nos ressources en 2016. La stabilisation logicielle du système AFP Forum et l'amélioration globale de la qualité du service rendu à ses utilisateurs sont des objectifs partagés par tous. Nous y mettrons le temps et les ressources nécessaires. Les sujets autour de la mobilité tant au niveau de la production que de la consultation devront être finalisés. Les applications Live Report Mobile, IrisWeb Photo, AFPMobile devront être fiabilisées et industrialisées. Tous les types d'infographies, de vidéographie, web vidéo devront être disponibles sur Iris et sur AFPForum.

Quels sont les autres projets de la DSI en 2016 ?

L'année sera sportive. Ce sera une année avec de grands événements à couvrir, notamment l'Euro en France et les Jeux olympiques de Rio. Nous y proposerons des solutions à la pointe de la technologie avec la robotique de prise de vues, voire l'utilisation de drones. L'enjeu se situera également au niveau de la qualité des livraisons de données et de contenus que nous mettrons à la disposition via des applications pour nos clients. L'année sera aussi structurante. Car après avoir transformé la partie informatique de la DSI, nous allons travailler à redonner du sens au département des services généraux.

*plate-forme multimédia de production et d'édition utilisée par les journalistes

Texte, photo, infographie, même format

Depuis novembre dernier, la photo et l'infographie ont rejoint le texte sur Iris, la plate-forme multimédia de production et d'édition utilisée par les journalistes. Le système de production intégrera la vidéo en 2016. A terme, Iris collectera, reliera entre elles, enrichira et publiera toutes les informations produites chaque jour par l'Agence, de même que les flux provenant de tiers, réseaux sociaux compris. Depuis la plateforme destinée aux clients AFP Forum, l'utilisateur peut télécharger les publications réalisées sur un même sujet. Livrés au nouveau format NewsML G2, textes et images peuvent être consultés et assemblés facilement. Ce format a été mis au point par les principales agences de presse et leurs clients pour permettre la transmission de contenus enrichis par satellite, FTP et internet.

« Nous avons commencé à livrer quelques clients en France et en Allemagne, précise Pierre Céliérier, adjoint à la directrice de l'information. Certains clients du web veulent des produits clé en main à customiser, d'autres veulent pouvoir agir sur les dépêches illustrées que nous fournissons. Le format NewsML G2 optimise la livraison des noms de personnes, organisations et des lieux, avec un niveau élevé d'indexation par catégorie et par mot clé. Il permet aussi d'enrichir nos *live* de métadonnées et de géolocaliser automatiquement les contenus. » Avec Iris, les journalistes de l'AFP produisent facilement et rapidement des contenus multimédias, une nouvelle facette désormais indispensable de leur métier.

La cyber-sécurité contrôlée au quotidien

Les cyber-attaques coûteraient à l'économie mondiale quelque 445 milliards de dollars par an, selon le Centre d'études stratégiques international CSIS. A l'heure de l'économie numérique, les entreprises doivent faire face à des risques croissants de dommages opérationnels et d'interruption de l'activité.

« Tous les médias ont pris la mesure des cyber-risques lors de l'attaque massive de TV5 Monde, le 8 avril 2015. » Alcino Pereira se souvient de l'onde de choc provoquée par cet événement qui a obligé la chaîne française à interrompre ses programmes pendant plusieurs jours. Responsable de la sécurité des systèmes d'information de l'Agence, il a alors contribué à la prise de mesures supplémentaires renforçant sa cyber-sécurité : un test d'intrusion global, un renforcement des audits, le changement des mots de passe, des actions de sensibilisation du personnel et de nouveaux investissements sécurité pour 2016.

« Notre infrastructure informatique, nos postes de travail et nos serveurs internes et externes font l'objet d'une protection adaptée, estime Alcino Pereira. Leur niveau de sécurité est régulièrement testé car les technologies et les risques évoluent rapidement, nous travaillons pour tenter d'avoir une longueur d'avance pour une prévention optimale. La cyber-sécurité est de plus en plus intégrée en amont des projets informatiques. »

L'an dernier, l'AFP a investi dans le développement d'un outil de gestion des identités afin de mieux gérer et tracer l'utilisation des identifiants et des droits d'accès. La charte informatique est en cours de renouvellement. « Nous sensibilisons les collaborateurs car les attaques les plus graves sont généralement favorisées par un manque de vigilance, indique Alcino Pereira. Plusieurs fois dans l'année, nous rappelons les bonnes pratiques. Au moindre doute sur le contenu d'un email, le service doit être informé. » Une cellule spécialisée travaille en permanence à la protection contre la cybercriminalité.

L'innovation : stratégique et collaborative

Stratégique pour le développement de l'AFP, l'innovation est désormais portée par une équipe dédiée. « Le comité constitué en 2015, explique sa coordinatrice Sophie Huet, chef du service infographie et innovation, rassemble la rédaction, le marketing et la DSI autour d'objectifs communs. Il traite des projets visant à mieux valoriser la richesse des contenus multimédias et du réseau de l'Agence. Il se concentre sur les nouvelles formes éditoriales pour le mobile ou la couverture de l'information en direct, l'exploitation des données et le datajournalisme, les services pour les rédactions, la définition des contenus d'API, les applis mobiles, etc. »

Parmi les projets déjà bien avancés, la transcription automatique des vidéos, développée par le Medialab, la cellule de recherche et de développement de l'AFP, en partenariat avec Vocapia, société spécialisée dans le développement de logiciels pour le traitement de la parole, est testée par la rédaction, en particulier par le service politique et la vidéo. Le Medialab est aussi partenaire de deux programmes de recherche : l'un au niveau européen sur la vérification des vidéos récupérées sur les réseaux sociaux (Invid) et l'autre sur l'extraction de données de la copie AFP (Asrael), avec l'Agence nationale de la recherche (ANR).

La réflexion sur l'innovation s'est nourrie des travaux conduits durant le 1^{er} semestre 2015

avec l'accélérateur de l'innovation Numa sur différents thèmes : les bases de données, les usages des médias et du corporate, les services. L'AFP s'est appuyée sur le savoir-faire collaboratif de cet incubateur de startups pour croiser sa vision des médias de demain avec celles d'autres acteurs, à l'occasion de rencontres sur des thèmes comme l'exploitation des archives, la data, la couverture de l'actualité en direct ou la création de contenus innovants. Les travaux se sont ensuite concentrés sur les usages et les attentes des rédactions travaillant pour le web. Une équipe pluridisciplinaire de l'AFP a participé à des ateliers de prototypage avec des experts et des utilisateurs dans les rédactions.

« Nous avons nous-mêmes été surpris de l'appétit de nos interlocuteurs d'en savoir davantage sur l'AFP et la variété de sa production. Nous en avons tiré des enseignements et différentes pistes pour mieux valoriser nos contenus ou en élaborer de nouveaux, commente Sophie Huet. Ces ateliers nous ont aussi aidés à observer notre production quotidienne du point de vue de l'utilisateur ». L'objectif est d'entretenir cette relation qualitative avec les utilisateurs de l'Agence, très importante pour les équipes marketing et commerciales, éditoriales et techniques, pour être à l'écoute de leurs besoins au niveau rédactionnel, mais aussi jusqu'à l'intégration de nos produits dans leurs propres systèmes d'information.



**Sophie
HUET**
Chef du service
infographie et
innovation



**Pierre
CÉLÉRIER**
Adjoint à la
directrice de
l'information



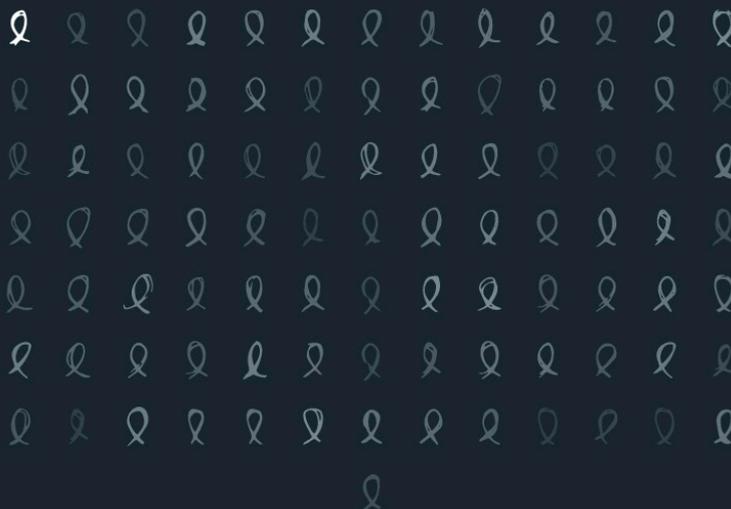
**Alcino
PEREIRA**
Responsable
de la sécurité
des systèmes
d'information

Attentats à Paris

Au moins 130 morts, des destins brisés

Les informations et témoignages ci-dessous ont été rapportés par l'AFP et les médias. Si vous souhaitez nous communiquer des précisions, contactez-nous par mail sur victimessattentats@afp.com

LE BATACLAN



RUE DE CHARONNE



Infographie interactive sur les victimes des attentats du 13 novembre.

Premières infographies interactives

L'AFP produit une nouvelle génération d'infographies interactives, d'abord au lendemain des attentats de Paris, puis lors de la COP21 et des élections régionales en France. Il s'agissait de tester sur afp.com et sur le blog [making of](http://makingof.afp.com), une nouvelle production destinée aux clients web, et une nouvelle plateforme « beta » interactive.afp.com, qui présente désormais ces infographies hébergées par l'AFP.

Le projet a été piloté au sein d'une équipe regroupant la rédaction, la DSI et le marketing.

L'objectif est de compléter l'offre de l'infographie, qui produit déjà des infographies fixes et des vidéographies, avec des graphiques interactifs qui permettent à l'internaute d'accéder à une plus grande profondeur d'information tout en étant acteur devant son écran,

y compris sur son smartphone. De tels graphiques interactifs existaient auparavant grâce à la technologie flash, désormais obsolète et remplacée par du javascript.

« Ces infographies sont d'abord conçues pour les mobiles, pour répondre à l'explosion des usages en mobilité, mais elles sont totalement responsive et s'adaptent à tous les écrans », souligne Sophie Huet, chef du service infographie et innovation.

La spécificité de l'infographie à l'AFP est d'associer une haute qualité éditoriale et graphique, au sein d'une rédaction internationale.

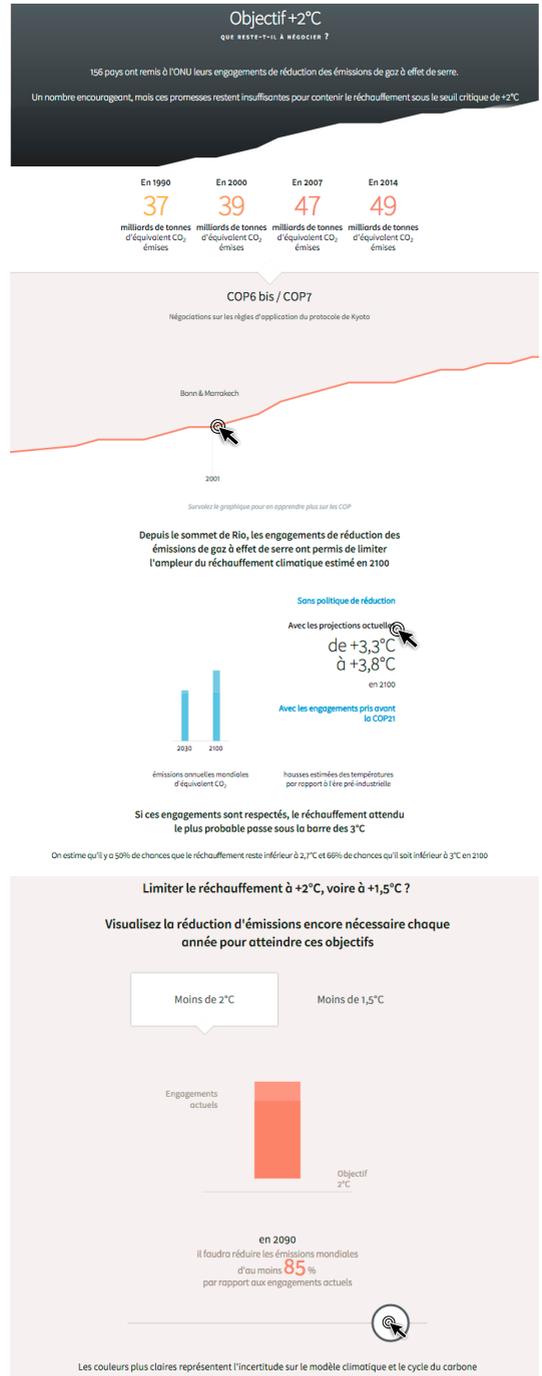
« Nous nous appuyons sur l'ensemble du réseau AFP pour traiter des données et des informations fiables, comme ce fut le cas pour l'infographie sur les victimes des attentats de Paris, réalisée à partir des informations recoupées par une cellule dédiée. Pour la COP21, nous avons utilisé les données scientifiques des chercheurs de Climate Action Tracker et beaucoup travaillé sur la conception pour les rendre intelligibles ».

D'autres infographies interactives ont suivi sur les chiffres du chômage en France, David Bowie, les prix du pétrole avec en ligne de mire l'Euro 2016, les Jeux olympiques, les élections américaines.

Cette nouvelle offre est désormais en phase d'industrialisation, dans plusieurs langues, avec une intégration prévue dans les systèmes de l'Agence, et notamment dans AFP Forum, afin de passer du test à la commercialisation.



Sophie HUET
 Chef du service infographie et innovation



Infographie interactive sur la COP21.

Nobel de la paix: de Merkel aux antinucléaires japonais - EN DIRECT



Par Julie Pacorel-Mouttet, Marie-Morgane LE MOEL, et les journalistes de l'AFP | AFP – ven. 9 oct. 2015



AFP/AFP - Des Tunisiens manifestent contre le terrorisme à Tunis, le 29 mars 2015 après les attaques au musée du Bardo

CONTENUS ASSOCIÉS



Des portraits du secrétaire général de l'UGTT Houcine Abbassi, de la présidente du syndicat des employeurs tunisiens Wided Bochamaoui, du président de la Ligue tunisienne de défense des droits de l'Homme Abdessattar ben Moussa et de l'avocat Fadhel Mahfoudh

13:51 - Le Nobel de la paix surprend tous les pronostics cette année, en consacrant un quartette d'organisations qui a permis de sauver la transition démocratique en Tunisie, berceau du "printemps arabe". Le Dialogue national tunisien est récompensé pour "sa contribution décisive à la construction d'une démocratie pluraliste", selon la présidente du comité Nobel norvégien, Kaci Kullman Five, qui voit ce prix comme "un encouragement au peuple tunisien". Ce quartette, en sommeil depuis le début de l'année, réunit des acteurs divers de la société civile tunisienne, des patrons aux avocats en passant par des travailleurs. Si la Tunisie peut se targuer d'une transition modèle, celle-ci reste fragilisée par les attentats jihadistes. FIN DU DIRECT

Les *live reports* diffusés via Scribblelive

Le partenariat noué l'an dernier avec la plateforme de publication de contenus en direct Scribblelive permet d'accéder aux *live reports* produits par l'AFP, qui font désormais l'objet d'une offre commercialisée en tant que telle. Le *live report* déroule la couverture de l'événement minute par minute et prend la forme de brefs posts intégrant texte, photos, vidéos, graphiques et infographies produits par les journalistes de l'Agence, mais aussi des tweets et des notations sur le vif envoyées par des reporters sur le terrain. Le *live report* peut être exploité librement par les clients, selon leurs besoins et les attentes de leurs publics.

En 2015, près de 300 *live reports* ont été diffusés, à commencer par celui sur les attentats du 7 janvier à Paris, pendant dix-sept heures d'affilée. « Nous avons de très bons retours de chaînes de télévision et de plateformes numériques, précise Patrick Anidjar, chef du service web et mobiles à l'AFP. Nous développons une application pour que les reporters puissent contribuer aux *live reports* depuis leurs mobiles.

Nous réfléchissons aussi à la possibilité d'associer des directs en vidéo aux *live reports*. » Disponible en trois langues - français, anglais et espagnol -, cette offre sera à terme éditée en portugais et en arabe.

L'AFP fait par ailleurs évoluer son offre de contenus éditoriaux clé en main pour les supports numériques. Plus de 1 250 articles illustrés sont publiés chaque jour en huit langues sur Online News, le journal internet édité par l'Agence pour le web, les plate-formes de téléphonie mobile et écrans publics. « Nous réfléchissons à la meilleure façon de rationaliser les rubriques de ce journal internet », explique Patrick Anidjar.



**Patrick
ANIDJAR**
Chef du service
web et mobiles



14 juin 2015 – Sanliurfa, Turquie – Un enfant fuyant la guerre en Syrie pénètre en Turquie après avoir été porté au-dessus d'une barrière frontalière séparant les deux pays. © AFP / Bülent Kiliç

La photo, point d'entrée dans l'info

L'image s'affirme toujours plus comme le point d'entrée dans l'actualité. Drame des migrants, Syrie, tourments de la Grèce : les grandes couvertures de 2015 ont frappé par leur puissance et leur émotion.

Un signe parmi d'autres : les quinze sujets les plus consultés sur le blog *Making of* de l'AFP en 2015 étaient d'abord des photos : la guerre en Syrie, les souffrances des migrants et les attentats de Paris. « La photo et plus largement l'image, fixe et animée, sont devenues les points d'entrée dans l'actualité avec le développement des réseaux sociaux et les nouveaux moyens d'accéder à l'information, comme le téléphone

mobile ou la tablette, explique Francis Kohn, directeur de la photo à l'AFP. L'image a pris une importance considérable depuis plusieurs années, et la tendance ne cesse de se confirmer. Alors qu'elle a été longtemps considérée comme une illustration, un accompagnement, par les médias, elle est aujourd'hui indispensable au texte et réciproquement Le public jeune, notamment, accède souvent à l'information par l'image. » La photo est un domaine d'excellence de l'AFP, dont les photographes sont régulièrement récompensés par des prix prestigieux. En 2014, le photographe turc Bülent Kiliç avait été primé par le magazine américain *Time* pour sa couverture de l'actualité en Ukraine, Turquie et Syrie.



3 juillet 2015 – Salonique, Grèce – Giorgos Chatzifotiadis, s'effondre en pleurs, incapable de retirer la pension de sa femme après les restrictions de retrait bancaire. AFP / SAKIS MITROLIDIS

l'AFP à Thessalonique. Cette équipe, dirigée par Aris Messinis, compte d'autres talents, tel que Louisa Gouliamaki et Angelos Tzortzinis, élu « Photographe d'agence de l'année » par le magazine Time en 2015 pour sa couverture de l'actualité en Grèce. « C'était une année chargée dans ce pays, souligne Francis Kohn. L'AFP a missionné trois envoyés spéciaux, Andreas Solaro pour couvrir les élections et la crise financière, Dimitar Dilkoff et Bulent Kiliç pour les migrants. » L'Agence a fait beaucoup pour rendre compte de la crise en Grèce, en texte et en photo.

500 photographes dans le monde

L'AFP emploie environ 300 photographes et éditeurs photo dans le monde, et compte quelque 200 pigistes. Le sport représente 40 % de sa production photo et constitue un domaine où la demande continue de croître, portée par la diffusion sur les mobiles et les tablettes.

Un Australien vient en aide au retraité grec en pleurs

▶ ACTUALITE ▶ INTERNATIONAL Par William Plummer | Publié le 08/07/2015 à 14:57

LE FIGARO PREMIUM

1 mois d'essai offert sans engagement

- LES AUTEURS
- SUR LE MÊME SUJET
- RÉAGIR (108)
- PARTAGER
- IMPRIMER



Touché par l'image du retraité photographié vendredi, en larmes, devant une banque en Grèce, un homme d'affaires australien a lancé un appel sur Facebook pour le retrouver et lui apporter son soutien financier.

Le cliché a fait le tour de la planète. Il montre un retraité assis à même le sol, adossé à la devanture d'une banque. En pleurs. Quel symbole! Giorgos Chatzifotiadis, 77 ans, avait successivement tenté trois banques fermées, à Thessalonique (nord de la Grèce), pour récupérer une partie de la pension de sa femme, qui souffre de problèmes de santé. Lorsqu'à la quatrième banque - ouverte, elle - «on m'a dit que je ne pouvais obtenir l'argent, je me suis effondré», explique-t-il. Rapidement relayée sur les réseaux sociaux, l'image est arrivée jusqu'en Australie où elle a vivement ému James Koufos, un généreux homme d'affaires australien.

Ce dirigeant d'une société financière s'est empressé de publier un appel sur sa page Facebook pour retrouver le malheureux septuagénaire. James Koufos y raconte que ce retraité est un ami d'enfance de son père défunt et qu'il souhaite l'aider financièrement. «Gap Finance et moi-même allons payer la pension de cet homme pendant douze mois et plus si nécessaire! 170 euros par semaine? Nous lui donnerons 250 euros!», écrit-il avant d'ajouter: «S'il vous plaît, si quelqu'un peut nous aider à trouver cet homme (...), je vous invite à nous contacter».

Une photo devenue virale

L'histoire de la photo elle-même est émouvante. Le **Making of de l'AFP**, le blog des coulisses de l'agence de presse, est revenu sur l'histoire du cliché pris vendredi dernier, cinq jours après la fermeture des banques du pays. Comme tous les matins, Sakis Mitroliadis, photojournaliste pour l'Agence France-Presse, se présente devant une des banques de Thessalonique afin de prendre quelques clichés des longues files d'attente. «J'étais sur le point de partir lorsqu'un homme est sorti de l'agence, criant et faisant de grands gestes. Il avait à la main un livret d'épargne et sa carte d'identité. J'ai immédiatement saisi mon appareil et j'ai commencé à prendre des photos. Après quelques secondes, le pauvre homme s'est effondré et a fondu en larmes», explique le journaliste.

Giorgos Chatzifotiadis et sa femme, comme beaucoup de Grecs du nord du pays, ont travaillé plusieurs années en Allemagne. C'est depuis ce pays, que les Grecs critiquent fréquemment pour son intransigence à leur égard, qu'est d'ailleurs virée la retraite de sa femme. «J'y ai travaillé très dur dans une mine de charbon et dans la fonderie», explique le septuagénaire. Aujourd'hui, «je croise mes concitoyens mendiant quelques centimes pour acheter du pain. Je vois les suicides qui augmentent. Je suis une personne sensible. Je ne peux pas supporter de voir mon pays dans cette situation. L'Europe, comme la Grèce, ont fait des erreurs. Nous devons trouver une solution», plaide-t-il.

«Nous sommes retournés ensemble à la banque, et l'employé a heureusement pu résoudre son problème», raconte Sakis Mitroliadis. Le journaliste a ensuite remis, dans la matinée, les photos à l'agence et ces dernières ont rapidement fait la une des journaux et sites d'information du monde entier. «Je dois dire que je n'attendais pas un tel succès, j'ai été surpris. A la fin de la journée, le bureau de l'AFP à Athènes m'informait que la photo était devenue virale», conclut-il.



Francis KOHN
Directeur de la photo



Philip CHETWYND
Rédacteur en chef central



Eric BARADAT
Adjoint photo à la rédaction en chef centrale



Vidéographie sur le sentiment amoureux.

Dossiers Lifestyle : quoi de neuf dans nos vies en 2015 ?

Une vidéographie expliquant scientifiquement la naissance du sentiment amoureux a été l'un des succès des dossiers Lifestyle en 2015 : depuis son éclosion en 2013, cette offre éditoriale de l'AFP puise dans la force du réseau mondial de l'Agence pour proposer, tous les deux mois environ, un ensemble de contenus multimédias associés à un thème multiculturel. Son succès tient autant aux sujets choisis qu'à la qualité des textes et images : la génération Z, plus connectée que jamais, les seniors, les jardins urbains, les nouveaux modes de rencontre, et les dernières tendances en matière d'alimentation.

« Les thèmes choisis doivent être à la fois originaux et dans l'air du temps, explique Bronwen Roberts, journaliste à la rédaction en chef et chargée des dossiers Lifestyle.

On cherche à mettre le doigt sur ce qui est en train de changer. Au-delà des faits, on insiste sur la dimension humaine : il s'agit de voir comment les gens vivent de par le monde, comment le sujet traité impacte leur quotidien. » Dans le dossier sur les nouvelles habitudes de vie des seniors, on rencontre ainsi une sexagénaire japonaise qui embrasse une carrière d'actrice porno!



Bronwen
ROBERTS
Journaliste

Avec la crise, les potagers urbains fleurissent en Espagne

Espagne | agriculture | bio | cultures | environnement | pauvres

«Pour moi et pour beaucoup d'autres comme une thérapie, ça nous fait oublier le chômage», explique Felix Jumbo, en

JARDINS URBAINS



JARDINS URBAINS



JARDINS URBAINS



JARDINS URBAINS

Les vers de farine c'est bon, surtout maison

Autriche | alimentation | gastronomie

Elever ses propres vers dans sa cuisine, puis ensuite, qui en rêve ? Personne, sauf deux Autrichiennes qui entendent sauver la planète avec un appareil de leur invention, permettant de produire des protéines «durables».

DERNIÈRES TENDANCES EN MATIÈRE D'ALIMENTATION



DERNIÈRES TENDANCES EN MATIÈRE D'ALIMENTATION



DERNIÈRES TENDANCES EN MATIÈRE D'ALIMENTATION



DERNIÈRES TENDANCES EN MATIÈRE D'ALIMENTATION

Quand les Youtubers sortent du web pour rencontrer leurs fans

France | Société | internet | jeunes | réseaux sociaux | technologies

Jeudi 20 janvier. Norman, 27 ans, n°2 des humoristes sur YouTube, prévient ses fans sur Facebook : «je serai de 18H00 à 19H30 à la Fnac Saint-Lazare à Paris pour une séance de dédicaces. Venez nombreux».

GÉNÉRATION Z

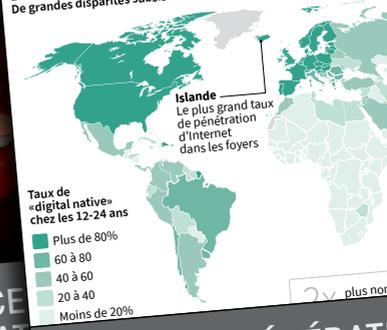


GÉNÉRATION Z



GÉNÉRATION Z

En 2012, un tiers des 15 - 24 ans utilisaient internet depuis au moins 5 ans. De grandes disparités subsistent dans le monde



GÉNÉRATION Z



Avril 1945 - Paris - Des Parisiens accueillent des prisonniers de guerre devant le cinéma Gaumont-Palace, sur les Grands Boulevards, alors que « Le Dictateur » de Charlie Chaplin est à l'affiche. © AFP PHOTO

« 1945 - Le retour des absents » sur fonds d'archives

Les visiteurs de l'Orangerie du Sénat ont pu découvrir, en septembre 2015, une exposition photographique présentée par l'AFP sur le rapatriement des déportés, prisonniers et autres « absents » français de la Seconde Guerre mondiale. Alain Navarro, journaliste à l'AFP, est allé chercher dans les archives de l'Agence les photos couvrant ces retours : il a trouvé des clichés aux légendes imprécises, voire erronées, sinon inexistantes. C'est dire le travail qu'il a fallu effectuer pour contextualiser ces photos non datées, de personnes souvent non-identifiées, en les recoupant avec les dépêches de l'époque.

Le résultat ? Un « puzzle d'histoires singulières », selon Alain Navarro, qui donne un accès fragmenté à la réalité de la France de 1945. Parmi elles, celle du caporal Jules Garron, le « millionième » rapatrié, dont le retour a été orchestré comme

une opération de communication à destination des prisonniers de guerre. D'autres histoires sont plus difficiles à raconter, notamment celles des rescapés juifs, laissés de côté à une époque où la Shoah et les rafles organisées par le gouvernement de Vichy étaient encore un sujet tabou.

Neuf de ces clichés, enrichis d'une narration, sont à retrouver dans un livre, « 1945. Le retour des absents », paru aux éditions Stock.



Alain
NAVARRO
Journaliste



GRANDES LIGNES

*Le Sénat présente
l'exposition de l'Agence France-Presse*

1945 - Le retour des absents

Du 9 septembre au 20 septembre 2015
À l'Orangerie du Sénat - Jardin du Luxembourg - 75006 Paris
Accès porte Férou (19 bis, rue de Vaugirard)
Entrée libre tous les jours de 11 h à 19 h



avec le soutien de





15 Janvier 2016 - Paris - Un journaliste travaille à un bureau ajustable en hauteur, au siège de l'Agence France-Presse. © AFP / Lionel Bonaventure

Un grand accord d'entreprise pour assurer l'avenir

Enjeu social majeur de l'Agence pour 2016, la signature d'un accord d'entreprise unique était en plein cœur des négociations ces derniers mois. Visant à éliminer les risques juridiques liés à la complexité des 117 accords sociaux en vigueur comme à retrouver des marges pour assurer le développement de l'Agence et de ses salariés, la négociation s'est accélérée en juillet 2015 avec la dénonciation des accords sociaux. Une quinzaine de réunions qui ont réuni l'ensemble des organisations syndicales autour de la table ont permis d'avancer sur les quatre thèmes de discussion : les spécificités des temps de travail, la politique d'expatriation, la cartographie des métiers et l'évolution des compétences, les grilles salariales et la politique de rémunération. « En négociant avec toutes les parties pour définir un accord d'entreprise unique, nous voulons donner plus de force au collectif au sein de l'Agence, souligne Philippe Le Blon, directeur des ressources humaines. Grâce à cet accord, nous aurons plus d'équité entre les métiers et les collaborateurs, plus de visibilité sur les compétences et l'évolution

des métiers. Nous en avons besoin pour dynamiser le développement des ressources humaines et la gestion des carrières. L'AFP pourra mieux anticiper ses besoins et les collaborateurs pourront mieux se projeter. » L'enjeu n'est pas seulement de mieux travailler ensemble. Dans un contexte de crise où de grands médias et agences de presse réduisent leurs effectifs, l'AFP a fait le choix du maintien et de l'adaptation d'emplois journalistiques afin de se développer sur les marchés en croissance, que sont l'international et les productions liées à l'image et au sport. Les négociations en cours devront lui permettre de maîtriser l'évolution de la masse salariale, seul moyen de maintenir et renforcer les effectifs rédactionnels.



**Philippe
LE BLON**
Directeur des
ressources
humaines

Les entretiens professionnels ont commencé

Obligatoire en France depuis mars 2014, l'entretien professionnel doit permettre au salarié de faire le point, tous les deux ans, sur l'évolution de ses compétences et qualifications, et sur ses perspectives professionnelles. La loi est passée alors que l'AFP réfléchissait déjà au suivi des journalistes dans le cadre de la mobilité. Au premier semestre 2012, une étude menée auprès d'une centaine de journalistes avait, en effet, révélé que la grande majorité était favorable à des entretiens réguliers.

« Nous réfléchissions depuis sur la mise en place d'entretiens de suivi pour les journalistes en mobilité et nous travaillions parallèlement sur le principe d'entretiens de mi-parcours pour les salariés de cinquante ans et plus, qui ont ensuite été inscrits dans le Contrat de génération signé en février 2014 », précise Sophie Pons, qui pilote le projet à la direction de la rédaction et des parcours professionnels sous la houlette de Marielle Eudes.

« Nous avons finalement élaboré deux supports complémentaires pour les deux types d'entretien - mi-parcours et suivi professionnel -, en étroite collaboration avec différents services et bureaux. »

« L'entretien de suivi professionnel qui concerne tous les métiers se réfère aux critères objectifs des fiches de poste qui ont été révisées ; c'est une photographie à un instant donné, l'entretien de mi-parcours est une analyse plus globale sur toute la carrière. »

Pour le suivi professionnel, prenons l'exemple d'un journaliste à l'AFP depuis dix ans. La première partie du document récapitule les informations extraites du système d'information RH : parcours au sein de l'Agence, formation initiale et continue, niveaux en langues. Après les avoir vérifiées, le journaliste peut faire le point sur l'emploi qu'il occupe sous tous ses aspects en se basant sur la fiche de poste. Il est aussi invité à s'exprimer sur son service, son travail en

équipe et ses relations avec ses supérieurs hiérarchiques. Après cet état des lieux, vient son bilan sur l'adéquation du poste à ses compétences, son évolution et sa qualité de vie au travail. Enfin, le journaliste est invité à formuler ses souhaits de mobilité, d'évolution ou de formation. Le document sert de trame lors de l'entretien avec son chef de service ou de poste, qui y ajoute ses commentaires et un bilan de l'échange.

Les entretiens de suivi professionnel et leur support ont été testés au service des informations générales, à Paris, et dans les bureaux de Bordeaux, Marseille, Rennes et Toulouse, au premier semestre 2015. Ils sont pratiqués dans divers services et bureaux sur la base du volontariat depuis septembre 2015. Près de 80 responsables ont été formés à mener ces entretiens. Le déploiement se poursuivra en 2016 en France comme dans les bureaux à l'étranger et s'étendra aux services administratifs, techniques et commerciaux, dans un premier temps toujours sur la base du volontariat. Le but, à terme, est de généraliser les entretiens de suivi professionnels, avant de les rendre obligatoires et systématiques pour se conformer aux obligations légales.



**Marielle
EUDES**
Directrice de la
rédaction



**Sophie
PONS**
Adjointe à la
direction de
la rédaction et
des parcours
professionnels

Séisme au Népal : une équipe AFP au cœur de la catastrophe

« Je vais être enterré vivant ! »



Par Roberto SCHMIDT et Ammu KANNAMPILLY



Une avalanche déferle sur le camp de base de l'Everest après le séisme au Népal, le 25 avril 2015(AFP / Roberto Schmidt)

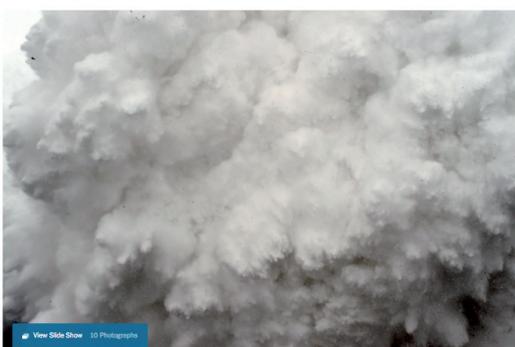
LUKLA (Népal), 28 avr 2015 – Roberto Schmidt, responsable photo pour l'AFP en Asie du Sud et auteur de cette image, et Ammu Kannampilly, directrice du bureau de Katmandou, venaient d'atteindre le camp de base de l'Everest samedi 25 avril pour un reportage quand une avalanche, déclenchée par le séisme au Népal s'est abattue sur la montagne. Réfugiés dans la ville de Lukla, porte d'accès des alpinistes s'attaquant à l'Everest, ils font le récit de ces heures dramatiques.

Ammu Kannampilly :

The New York Times

LENS PHOTOGRAPHY, VIDEO AND VISUAL JOURNALISM

Follow Lens: Facebook Twitter RSS



View Slide Show 10 Photographs

Roberto Schmidt/Agence France Presse — Getty Images

On Mount Everest, Surviving an Earthquake and an Avalanche

By James Estrine May 5, 2015

Roberto Schmidt, the chief photographer for South Asia for Agence France-Presse, was at the Mount Everest base camp in Nepal when an avalanche triggered by a massive earthquake hit. His dramatic images of the avalanche and its aftermath were published around the world. Mr. Schmidt, 49, recounted his experiences in a phone conversation with James Estrine, which has been edited.

FEATURED POSTS

Fighting Climate Change With One of the World's Largest Solar Power Plants
By Jonathan Bluestein Dec. 28, 2015

MON COMPTE

VILLE OU CODE POSTAL

Le Parisien Offres Premium

A SUIVRE Question du Jour Communiqués Zidane Michel Galabru Orange-Boyauges

LA LAURE SOCIÉTÉ FATS DIVERS POLITIQUE ÉCONOMIE AUTO INTERNATIONAL PEOPLE INSOLITE HIGH-TECH SCIENCES MA TERRE

ACTUALITÉS À LA UNE

Facebook Twitter Google+

"Je vais être enterré vivant": le récit des journalistes de l'AFP dans l'enfer de l'Everest

Le Parisien | 28 Avril 2015, 13H40

A "Nous avons alors entendu ce bruit si terrible. C'était comme un train mais qui venait de si profond (...), et puis finalement le calme, un calme absolu, je savais que j'étais vivant", raconte le photographe de l'AFP, Roberto Schmidt en se remémorant l'instant où il a cru mourir dans une avalanche sur l'Everest. Roberto Schmidt, responsable photo pour l'AFP en Asie du Sud, et Ammu Kannampilly, directrice du bureau de Katmandou, venaient d'atteindre le camp de base de l'Everest samedi pour un reportage quand une avalanche, déclenchée par le séisme qui a tué plus de 4.350 personnes au Népal, s'est abattue sur la montagne. Réfugiés dans la ville de Lukla, porte d'accès des alpinistes s'attaquant à l'Everest, ils font le récit de ces heures dramatiques. Roberto Schmidt : "Nous venions d'arriver après un trek de neuf jours. C'est une marche difficile mais fendrait être incroyable, à couper le souffle dans tous les sens du terme. À peine arrivé, j'ai pris toutes sortes de photos et j'ai commencé à chercher notre tente. Nous n'étions pas là depuis plus de 10 minutes que nous avons senti ce grondement, un gémissement. Ammu m'a demandé: 'qu'est-ce que c'est?'" J'ai répondu que la terre bougeait, que c'était une avalanche. J'ai grandi en Colombie où nous sommes habitués aux tremblements de terre mais je n'avais jamais entendu une chose pareille. Nous sommes sortis de la tente et nous avons alors entendu ce bruit si terrible. C'était comme un train mais qui venait de si profond, c'était tellement puissant. Le temps était très nuageux, Ammu est rentrée sous la tente et je me suis souvenu avoir regardé sur ma gauche et tout à coup j'ai vu cette vague, accompagnée d'un grondement et je me suis dit 'putain de merde'. C'était si énorme, les images n'ont rendu pas totalement compte. J'ai attrapé mon appareil, appuyé sur le déclencheur, pris trois photos et elle était sur nous. J'ai sauté à l'imérier et me suis réfugié sous la table. Il y a d'abord eu le vent puis comme une vague qui nous percutait, nous avons été balayés, tu ne sais plus où tu es. Tu dégringoles. Finalement, j'ai repris mes esprits, me suis mis sur le dos et j'ai entendu ce bruit de pierres qui chutent et je me suis dit: 'ça y est, je vais être enterré vivant'. Elles se sont amassées au-dessus de moi et je suis finalement le calme, un calme absolu, je savais que j'étais vivant. Je savais que j'étais conscient mais je devais trouver le moyen de respirer. J'ai essayé de me relever... de trouver de l'air... j'ai tout à coup j'ai senti une main me

En vidéos

Hyper-Cacher : témoignage exclusif de Zaki, la cascade

Mort de Michel Debèche, Michel Drucker : « Il s'est battu... »

Marine Le Pen : « Je ne sais pas si j'ai été enterré vivant... »

Michel Debèche «référé douanes», révélé

Michel Drucker

Dubai: énorme incendie dans un hôtel de luxe

A voir aussi

Continu sponsorisé par #Putbrain

Le journal du jour

Feuilleter LE PARISIEN

Matinale obligatoire : le revers de la réforme

Tout l'actu nationale et

Paris et données médias | E-paper | Friday | Titale

Zürich 5°C

Index de A à Z Recherche

Actualités Économie Sports People Hi-tech Lifestyle Musique Cinéma Plus

Vaud Genève Romandie Suisse Faits divers Inceste Science et nature Dossier

Web TV

Une info à nous transmettre? Une blague à nous raconter? Contactez-nous à web@mondepress.ch

Séisme au Népal 28 avril 2015 13:31, Act: 28/04/2015 13:37

L'enfer de l'Everest: «Je vais être enterré vivant»

Deux journalistes de l'AFP en mission se sont retrouvés au milieu de l'avalanche déclenchée par le séisme. Récit d'un reportage pas comme les autres.



Photo: AFP/Roberto Schmidt

«Nous avons alors entendu ce bruit si terrible. C'était comme un train mais qui venait de si profond (...), et puis finalement le calme, un calme absolu, je savais que j'étais vivant», raconte le photographe de l'AFP, Roberto Schmidt en se remémorant l'instant où il a cru mourir dans une avalanche sur l'Everest. Roberto Schmidt, responsable photo pour l'AFP en Asie du Sud, et Ammu Kannampilly, directrice du bureau de Katmandou, venaient d'atteindre le camp de base de l'Everest samedi pour un reportage quand une avalanche, déclenchée par le séisme qui a tué plus de 4.350 personnes au Népal, s'est abattue sur la montagne.

powered by **homegate**

Trouver des immeubles

NPA
1203
Type
Louer appartement/maison
Prix
Pièces
Créer l'alerte e-mail

Charlie Hebdo
Une faute sur la plaque en mémoire des dessinateurs

BFM TV

VIDÉOS ACTUALITÉ ÉCONOMIE SPORT BOURSE HIGH-TECH ÉVÉNEMENTS TÉLÉVISIONS

«Ça y est, je vais être enterré vivant!»

Cher sur scène, Patrick, ça a été les dernières heures de son amour de Joséphine. Son dernier amour. Il y avait eu un moment de bonheur, un moment de joie. Ça avait été un moment de bonheur. Ça avait été un moment de joie. Ça avait été un moment de bonheur. Ça avait été un moment de joie.

Avalanche sur le camp de l'Everest. «Je vais être enterré vivant»



Roberto SCHMIDT
Responsable photo de la région Asie du Sud



Ammu KANNAMPILLY
Directrice du bureau de Katmandou

« Making-of » : le top 10 de l'année 2015

76.092
visites

Scenes de guerre en zone de paix



Par Aris MESSINIS



Des enfants se blottissent sous des couvertures de survie après leur arrivée à Lesbos en octobre.
(AFP/Aris Messinis)



Aris
MESSINIS
Photographe

46.791
visites

Guerre et guerre



Par Dominique FAGET



Scène de panique dans les environs de la place de la République à Paris, le 13 novembre 2015
(AFP / Dominique Faget)

34.874
visites

Fuir la Syrie par le trou d'une aiguille



Par Bülent KILIÇ



Des Syriens forcent les combats entre le groupe État islamique et les forces kurdes à Tal Abyad franchissant le défilé frontalier pour se réfugier en Turquie, le 14 juin 2015 (AFP / Bülent Kiliç)

AKÇAKALE (Turquie), 15 juin 2015 - Cela fait près d'une semaine que nous sommes ici, à Akçakale, à la frontière turco-syrienne. En face de nous, nous pouvons voir la ville syrienne de Tal Abyad, au cœur d'une féroce bataille entre le groupe État islamique qui la tient et les forces kurdes qui cherchent à la reprendre. Des milliers de personnes fuient les combats et essaient de rejoindre la Turquie, où quelque 1,8 million de Syriens ont déjà trouvé refuge. Mais le 10 juin, après avoir laissé entrer plus de 13.500 habitants de Tal Abyad, les autorités turques, craignant d'être débordées par un afflux massif, ont fermé la frontière.

33.259
visites

Les destins brisés du 13 novembre



Devant le restaurant "Le Carillon" à Paris, le 15 novembre (AFP / Lucie Viauano)

PARIS, 17 novembre 2015 - Ils s'appelaient Berrrand, Chloé, Halima ou Thiery : ils étaient étudiants, banquier, gendarme ou serveur, la plupart âgés d'une vingtaine ou d'une trentaine d'années. Tous ont péri lors des attentats à Paris le vendredi 13 novembre ou dans les jours qui ont suivi. Une petite équipe de journalistes de l'AFP spécialement mise en place après la tragédie s'est mise à collecter quelques éléments sur chacune de ces

27.551
visites

Photographie : aux frontières de l'acceptable



Par Roland de COURSON
Éditeur du blog Making-of



Une image très visuellement frappante, diffusée par l'agence nord-coréenne KCNA en 2013, montre des rayonnements millimétriques dans l'air du pays. L'analyse des techniques des missiles et des tentatives au moyen du logiciel applicatif l'urgence révèle une accumulation d'anomalies trahissant des manipulations de nature indéterminée. Cette analyse conduit l'AFP à ne pas afficher cette photo à ses usages (AFP/KCNA)

PARIS, 20 février 2015 - La disqualification pour cause d'images trafiquées d'un nombre sans précédent de participants au concours World Press Photo 2015 a ravivé un vieux débat : où se situe la frontière, en photojournalisme, entre l'effet artistique et la fraude ?

Cette année, vingt pour cent des photographes qui avaient atteint l'avant-dernière phase du World Press Photo ont été recalés pour falsification, soit trois fois plus que l'an dernier. C'est l'un de ces cas avant-dernière sélection que les organisateurs demandent aux participants de révéler. Les équipes E&W, B&W, A&S ou les images. En photojournalisme numérique, la

24.862
visites

Le vrai, l'à moitié vrai et le complètement faux



Par Grégoire LEMARCHAND



23.340
visites

Petit écolier à Charlie Hebdo



Par Karim TALBI



Des membres de l'équipe de Charlie Hebdo dans les bureaux de l'hebdomadaire en mars 2005. Au premier plan, Cédric (à gauche) et Charlie. Dextère (gauche) et Vincent (droite) (AFP / Joel Saget)

MOSCOU, 6 janvier 2015 - J'ai vu ce que je voulais être journaliste ce matin de l'automne 1986 ou j'ai poussé la porte mémorable sur le cobite 1919 d'un immeuble parisien de rue Abel Leblondel, près de la place d'Italie.

Ils étaient tous là, assis autour d'une grande table, à grignoter du chocolat. Cédric d'Or et des Paris Écolier en faisant des dessins. Eux, c'étaient les journalistes, les dessinateurs de Charlie Hebdo. Et j'ai été troussé étonnamment sage par des personnes qui avaient la haine de ceux, et ils étaient déjà nombreux - qui profanaient la haine.

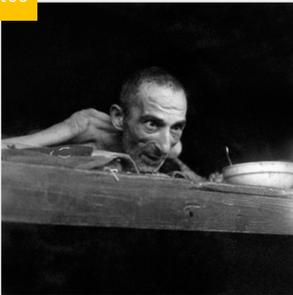
J'avais 20 ans, j'étais étudiant en histoire, et je crains que ça m'a rassuré qu'ils mangent du

18.415
visites

Eric Schwab, des photographies de l'inhumain



Par Yves GACON



PARIS, 12 février 2014 - Ce sont quelques dizaines de photos d'Eric Schwab dans les archives de l'agence France Presse. Un certain fragment dans un fonds photographique de plus de trente millions de documents numériques et de ses millions d'archives argentiques. Mais une valeur inestimable pour la mémoire et au regard de l'histoire.

Eric Schwab, l'un des premiers photographes travaillant pour l'AFP après la refondation de l'agence en août 1984, a été le témoin des horreurs que les Alleux ont déchaînées sur lui et à

16.828
visites

Le camion le plus gros de la Terre



Par Dominique FADET



Un camion géant de base allemand de poids et de puissance au Niger, le 16 janvier 2014 (AFP / Christophe Faget)

MADAMA NGERT, 6 janvier 2015 - Le jour de la découverte de la mine française de la Soudana Jean-Yves Le Clez est un voyageur à Madama, dans le nord-est du Niger. Là, j'ai vu un camion géant au milieu du désert. Un camion français est en train d'être rempli de sacs par des hommes armés. Les sacs sont en fait des sacs de déchets de la mine. C'est un camion géant, le plus grand camion au monde. Il est capable de transporter jusqu'à 100 tonnes de déchets. C'est un camion géant, le plus grand camion au monde. Il est capable de transporter jusqu'à 100 tonnes de déchets. C'est un camion géant, le plus grand camion au monde. Il est capable de transporter jusqu'à 100 tonnes de déchets.



16.318
visites

Rachés par la Formule 1 des mers



Par Jean Sébastien EVARDO



Le bateau géant Formule 1 des mers, le 16 janvier 2014 (AFP / Jean Sébastien Evarido)

LORENZ, 17 janvier 2015 - Le bateau géant Formule 1 des mers, le plus grand bateau au monde, est en route pour le large de la mer Adriatique. Le bateau géant Formule 1 des mers, le plus grand bateau au monde, est en route pour le large de la mer Adriatique. Le bateau géant Formule 1 des mers, le plus grand bateau au monde, est en route pour le large de la mer Adriatique.

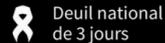


Etat d'urgence : les mesures prises #AFP

État d'urgence : les mesures prises

Sur l'ensemble du territoire

En Ile-de-France



Deuil national de 3 jours



Manifestations interdites jusqu'à jeudi midi



Compétitions sportives suspendues ce week-end

1500 militaires supplémentaires



Sécurité renforcée dans les gares et aéroports



Rétablissement du contrôle des frontières



Voyages scolaires annulés

Source : Préfecture de police

Fermetures à Paris

- 11 stations de métro
- Marchés, écoles, musées, bibliothèques, gymnases, piscines
- Certains grands magasins
- Salles de concerts (Opéra, Bercy, Zénith) et cinémas
- Disneyland



RETWEETS 2 363

J'AIME 695

05:04 - 14 nov. 2015

3

Les opposants russes assassinés #AFP #Nemtsov

Opposants russes au Kremlin assassinés

Le meurtre de Boris Nemtsov s'ajoute à une longue liste dont voici les principales victimes

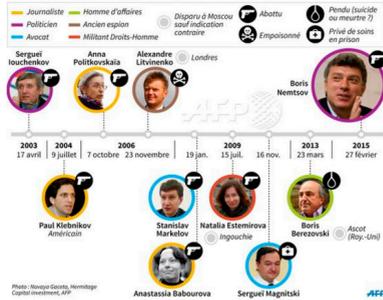


Photo: Novaya Gazeta, Hromadske Capital Investment, AFP

RETWEETS 1 492

J'AIME 440

12:07 - 1 mars 2015

4

AFP Photo Department @AFPphoto

Several hostages freed at Jewish supermarket in Paris. Photo Thomas Samson #AFP

Voir la traduction

RETWEETS 2 429 LIKES 662

08:33 - 9 janv. 2015

AFP Photo Department @AFPphoto

A Kurdish marksman stands atop a building as he looks at the destroyed Syrian town of #Kobane. Photo @Kilicbil #AFP

Voir la traduction

RETWEETS 1 133 LIKES 385

06:55 - 30 janv. 2015

AFP Photo Department @AFPphoto

Pope Francis waves to well wishers while wearing his poncho on a rainy day in Tacloban | By @afp's @johaynz

Voir la traduction

RETWEETS 1 718 LIKES 2 020

19:43 - 16 janv. 2015

2

1

3

@AFPphoto

AFP news agency @AFP

#BREAKING Around 100 dead in attack on Paris concert venue: police

Voir la traduction

RETWEETS 23 273 LIKES 4 489

16:12 - 13 nov. 2015

AFP news agency @AFP

AFP photographer Roberto Schmidt, at base camp on Everest when the quake struck, has sent back his first pictures

Voir la traduction

RETWEETS 2 730 LIKES 811

22:51 - 25 avr. 2015

AFP news agency @AFP

#BREAKING Hostages taken at Paris Bataclan concert hall, police say

Voir la traduction

RETWEETS 5 774 LIKES 741

13:38 - 13 nov. 2015

2

1

3

@AFP

AFP Photo Department

Air France executives, shirts ripped from their backs, flee angry employees protesting plan that would cut 2,900 jobs



990 336

04:07 · 5 oct. 2016

4

AFP news agency

An elderly man cries outside a bank in Thessaloniki, #Greece. #photo by Sakis Mitrolidis



2 322 680

01:52 · 3 jul. 2015

4

De multiples talents reconnus

Les journalistes de l'Agence sont régulièrement récompensés par des prix internationaux.



Alep, Syrie - Capture d'écran d'un sujet vidéo tourné dans la partie de la ville tenue par les forces rebelles.
AFP / **ZEIN AL-RIFAI**

1



17 mars 2014 - Santiago du Chili - La gymnaste argentine Evelyn Mast participe aux 10^{ème} Jeux sud-américains.
AFP / **MARTIN BERNETTI**

2

1 **ZEIN AL-RIFAI**

Rory Peck - Prix dans la catégorie News



2 **MARTIN BERNETTI**

Pictures of the Year Latin America - Mention Honorable dans la catégorie Sport





11 juin 2014 - Rio de Janeiro - Des jeunes filles décorent une rue à la veille de l'ouverture de la Coupe du Monde de football.

AFP / **YASUYOSHI CHIBA**

3

3 YASUYOSHI CHIBA

POYi - 3^e prix dans la catégorie Sport Picture Story



1^{er} octobre 2014 - Londres - Le buteur chilien d'Arsenal Alexis Sanchez est taclé par le milieu de terrain brésilien du Galatasaray Felipe Melo, durant leur match de la coupe UEFA. AFP / **ADRIAN DENNIS**

4

4 ADRIAN DENNIS

Prix SJA du photographe sportif - Photographe sportif de l'année



25 octobre 2015 - Bath, Royaume-Uni - L'aillier toulousain Vincent Clerc (D) plaque l'aillier de l'équipe de Bath Olly Woodburn lors de leur match de Coupe d'Europe. AFP / **ADRIAN DENNIS**

5

5 ADRIAN DENNIS

Festival Sportfolio - Médaille d'Or de la catégorie Actualité-Action



3 août 2015 - Frontière gréco-macédonienne - Un migrant et son fils font route à bord d'un train pour la ville serbe de Gengelija.
AFP / **DIMITAR DILKOFF**

6

6 **DIMITAR DILKOFF**

2015 Atlanta Photojournalism Seminar Contest - 2^e prix photo dans la catégorie Portrait



24 septembre 2014 - Douma, Syrie - Un adolescent blessé attend d'être soigné dans un hôpital de fortune de la ville tenu par les forces rebelles.
AFP / **ABD DOUMANY**

7

7 **ABD DOUMANY**

CHIPP 2014 - 2e prix dans la catégorie guerre et désastres



19 février 2014 - Kiev - Un manifestant lance un cocktail Molotov par-dessus une barricade contre les forces de police, sur la place de l'Indépendance.
AFP / **LOUISA GOULIAMAKI**

8

8 **LOUISA GOULIAMAKI**

Days Japan - prix spécial du jury





19 avril 2015 - Principauté de Monaco - Novak Djokovic affronte le Tchèque Tomas Berdych lors du Masters de Monte-Carlo.
AFP / **VALERY HACHE**

9

9 VALERY HACHE

Festival Sportfolio - Médaille de Bronze de la catégorie Actualité-Action



7 septembre 2014 - Gaza - Un Palestinien joue avec son fils sur la plage.
AFP / **MAHMUD HAMS**

10

10 MAHMUD HAMS

Days Japan - 2^e prix



12 mars 2014 - Istanbul - Une étudiante blessée après des affrontements avec la police anti-émeute.
AFP / **BÜLENT KILIÇ**

11

11 BÜLENT KILIÇ

World Press Photo 2015 - 1^{er} prix dans la catégorie Actualités



23 octobre 2014 - Yumurtalic, Syrie - Explosion d'un tir de missile sur une position du groupe Etat islamique.
AFP / **BÜLENT KILIÇ**

12



23 octobre 2014 - Yumurtalic, Syrie - Explosion d'un tir de missile sur une position du groupe Etat islamique.
AFP / **BÜLENT KILIÇ**

13



14 juin 2015 - Sanliurfa, Turquie - Des réfugiées syriens pénètrent en Turquie après avoir forcé le passage d'une clôture à la frontière entre les 2 pays.
AFP / **BÜLENT KILIÇ**

14

12 **BÜLENT KILIÇ**

World Press Photo 2015 - 3^e prix dans la catégorie Actualités

POYi - 1^{er} prix dans la catégorie Actualités

13 **BÜLENT KILIÇ**

Istanbul Photo Awards 2014 - 2^e prix dans la catégorie News

14 **BÜLENT KILIÇ**

Visa pour l'image - Visa d'or dans la catégorie News

2015 Atlanta Photojournalism Seminar Contest - 3^e prix dans la catégorie Spot news



20 février 2014 – Kiev – Des manifestants prennent feu devant une barricade sur la place de l'Indépendance.
AFP / **BÜLENT KILIÇ**

15



4 Mai 2014 – Cap Vert – John Kerry Joue au football en téléphonant sur le tarmac de l'aéroport.
AFP / **SAUL LOEB**

16



18 novembre 2014 – Glasgow – L'anglais Wayne Rooney exulte après avoir marqué le second but lors d'un match amical contre l'Ecosse.
AFP / **IAN MACNICOL**

17

15 **BÜLENT KILIÇ**

POYi – 2^e prix dans la catégorie
Human conflict

Prix John Faber de l'Overseas
Press Club

16 **SAUL LOEB**

White House News Photo
Association (WHNPA) - 1^{er} prix
dans la catégorie « Insider's
Washington »



17 **IAN MACNICOL**

Prix SJA du photographe sportif -
prix du portfolio sportif

Vauxhall Photographer of Year



28 août 2015 – Nabi Saleh, Territoires palestiniens – Des Palestiniens tentent de libérer un jeune garçon retenu par un soldat israélien.

AFP / **ABBAS MOMANI**

18

18 ABBAS MOMANI

2015 Atlanta Photojournalism Seminar Contest - Premier prix photo dans la catégorie Spot news



24 novembre 2014 – La police prend position lors d'affrontements avec les manifestations protestant contre le non-lieu prononcé dans l'affaire Michael Brown. AFP / **JEWEL SAMAD**

19

19 JEWEL SAMAD

WHNPA – 1^{er} prix dans la catégorie actualités



25 novembre 2014 – Ferguson, Etats-Unis – Une manifestante fait face à une voiture de police, lors d'un rassemblement pour protester contre le non-lieu prononcé dans l'affaire Michael Brown. AFP / **JEWEL SAMAD**

20

20 JEWEL SAMAD

WHNPA – 2^e prix dans la catégorie actualités intérieures



10 septembre 2014 - Bagdad - Le secrétaire d'Etat américain John Kerry embarque à bord d'un hélicoptère.
AFP / **BRENDAN SMIALOWSKI**

21

21 BRENDAN SMIALOWSKI

WHNPA – Photo politique de l'année

WHNPA – 2^e prix dans la catégorie portrait de personnalité

WHNPA – 3^e prix dans la catégorie portfolio



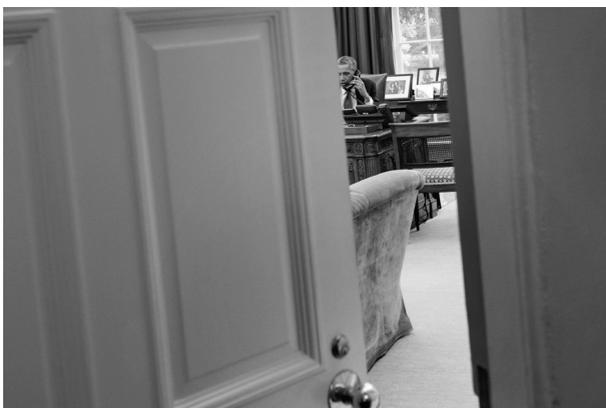
10 septembre 2014 - Jordan - John Kerry embarque à bord d'un avion cargo banalisé pour rejoindre Bagdad où il doit rencontrer les leaders irakiens.

AFP / **BRENDAN SMIALOWSKI**

22

22 BRENDAN SMIALOWSKI

WHNPA – Prix d'excellence



8 octobre 2014 - Washington - Barak Obama assiste à une conférence téléphonique sur la stratégie à mettre en œuvre face au virus Ebola.

AFP / **BRENDAN SMIALOWSKI**

23

23 BRENDAN SMIALOWSKI

WHNPA - 1^{er} prix dans la catégorie portfolio politique



23 juin 2014 – Bagdad – Les Marines, en charge de la protection du personnel diplomatique, attendent de rencontrer John Kerry.

AFP / **BRENDAN SMIALOWSKI**

24

24 BRENDAN SMIALOWSKI

WHNPA - 1^{er} prix dans la catégorie politique



13 août 2015 – Ile de Kos, Grèce – Une fillette reçoit de l'aide pour ôter son gilet de sauvetage, après son arrivée à bord d'un zodiac en provenance de la Turquie.

AFP / **ANGELOS TZORTZINIS**

25

25 ANGELOS TZORTZINIS

Time magazine - Photographe d'agence de l'année



3 septembre 2015 - Ile de Lesbos, Grèce - Un migrant embrasse son fils après être parvenu à rejoindre la Grèce.

AFP / **ANGELOS TZORTZINIS**

26

26 ANGELOS TZORTZINIS

2015 Atlanta Photojournalism Seminar Contest - 3^e prix photo dans la catégorie Feature



10 octobre 2015 - Ankara - Un homme réconforte une femme blessée après une explosion survenue dans la gare centrale de la capitale turque.
AFP / **OZCAN YAMAN**

27

27 **OZCAN YAMAN**

2015 Atlanta Photojournalism
Seminar Contest - 2^e prix photo
dans la catégorie Spot news

AFP Blue, une nouvelle clé pour les investissements de l'Agence

En janvier 2015, l'AFP a créé sa filiale technique de moyens et d'innovation, AFP Blue, une SAS vouée à répondre à ses besoins d'investissement de développement. AFP Blue, dont l'AFP est l'unique actionnaire, et dont la création était préconisée dans le rapport sur l'AFP remis par le député Michel Françaix en 2014, répond aux besoins vitaux d'investissements de l'Agence pour son développement tout en préservant son statut d'indépendance. Présidée par Emmanuel Hoog, et dirigée par Stéphane Guérillot, AFP Blue détient désormais les actifs techniques de l'Agence. Elle portera ses principaux investissements, soit les trois quarts des 47 millions d'euros programmés par l'AFP pour la période 2014-2018. Parmi ses priorités : l'image et principalement la vidéo, le système rédactionnel, la gestion de la relation clients et la fiabilité numérique. « Les deux tiers des investissements seront consacrés à l'innovation, précise Stéphane Guérillot. Les premiers fonds ont été levés en janvier 2015 à hauteur de 16 millions d'euros, auprès du Programme Investissements d'Avenir, la Banque publique d'investissement, et une banque commerciale. Au total, AFP Blue a obtenu 26 millions d'euros de prêts en plusieurs phases. »

Le comité stratégique d'AFP Blue a été constitué en mai. Deux de ses cinq membres sont des personnalités extérieures à l'Agence, une sociologue spécialiste du numérique, Valérie Peugeot, et un conseil en stratégie, Jean-Pierre Caffin. Leurs connaissances aideront AFP Blue à mieux anticiper l'évolution des usages et des environnements technologiques afin de faire les bons choix stratégiques.

AFP Blue a pour principal client et fournisseur l'AFP. Elle met à disposition de l'Agence du matériel, des logiciels et des

systèmes informatiques opérés et prêts à l'emploi dans le cadre d'un catalogue de services. En retour, AFP Blue s'appuie sur les services internes de l'Agence pour son fonctionnement opérationnel, notamment la direction des systèmes d'information (DSI) qui développe les nouvelles applications, en plus de mettre en oeuvre, gérer et maintenir toute l'infrastructure informatique. AFP Blue réalise aussi du chiffre d'affaires avec d'autres agences de presse, en valorisant les actifs techniques de l'AFP, son savoir-faire et ses innovations. « AFP Blue peut par exemple héberger des sites de secours d'agences étrangères, ou aider à modifier leur structure informatique, explique Stéphane Guérillot. Nous le faisons pour l'agence koweïtienne KUNA depuis septembre 2015, en partenariat avec un prestataire local et un partenaire français. »

En 2016, AFP Blue travaillera avec la DSI à la commercialisation de l'outil rédactionnel Iris de l'AFP. Au sein de l'Agence, ses activités de développement concerneront principalement l'outil de gestion de la relation client (CRM pour Customer Relationship Management), la sécurisation de l'outil de production et la stratégie informatique.



**Stéphane
GUÉRILLOT**
Directeur
d'AFP Blue

Entrez votre email **ALERTES** 15 janvier 2016 Google® Recherche personnalisée **RECHERCHER**

senepius OPINIONS

LA UNE POLITIQUE ECONOMIE INTERNATIONAL SPORTS FOOTBALL PEOPLE OPINIONS SOCIETE ANNONCES

CULTURE MEDIAS DIASPORA FEMMES DÉVELOPPEMENT SANTÉ ÉDUCATION SENEPLUS TV BAROMÈTRES

NELSON MANDELA LEOPOLD SENGHOR CHEIKH ANTA DIOP

diplomates avec Téhéran RFI: Djibouti: tensions autour de la campagne électorale RFI: La famille du rebelle angolais Jonas Savimbi poursuit «Call of Duty» RFI: Plus d'un Sénégalais sur deux

PAR JEAN MEÏSSA DIOP

L'ERREUR DE RAILLER L'AUTORÉGULATEUR DES MÉDIAS

Le journalisme a tant souffert des dérives et de la mauvaise image qu'en donnent certains pratiquants qu'il serait dommage que soit affaiblie la posture de ceux qui sont investis pour en défendre l'orthodoxie de la pratique

Jean Meïssa Diop | Publication 19/10/2015

ENQUÊTE

Capture d'écran du site Senepius, portail d'information sur le Sénégal.

Africa Check en version francophone

Après l'Afrique du Sud et le Nigeria, le Sénégal s'appuie désormais sur le site Africa Check, conçu par la Fondation AFP avec le soutien de l'Open Society Initiative for West Africa (OSIWA), et qui s'efforce de promouvoir la vérification des faits dans le débat public et dans les médias en Afrique. La version française du site anglophone de *fact checking* d'Africa Check est disponible depuis novembre 2015. Elle est hébergée par l'école de journalisme EJICOM de Dakar. « Le *fact checking* n'était absolument pas pratiqué en Afrique francophone jusqu'à présent, précise Peter Cunliffe-Jones au nom de la Fondation AFP. C'est complètement nouveau et la réponse des médias a été très positive. » La presse francophone a en effet largement relayé cet événement. Les analyses publiées par le site sont volontiers reprises par la presse sénégalaise.

Autres signes favorables, un quotidien national kényan souhaite développer un projet similaire, et l'équipe d'Africa Check a été également contactée par un groupe de journalistes ghanéens désireux de suivre son exemple.



FONDATION
D'ENTREPRISE



Peter
CUNLIFFE-JONES
Fondation AFP

Ils ont participé à cette édition



Emmanuel
HOOG
Président
Directeur
Général



Zein
AL-RIFAI
Journaliste



Martin
BERNETTI
Photographe



Roland
DE COURSON
Coordinateur
des blogs



Vincent
AMALVY
Direction
commerciale
marketing



Pierre
CÉLÉRIER
Adjoint à la
directrice de
l'information



Adrian
DENNIS
Photographe



Patrick
ANIDJAR
Chef du service
web et mobiles



Philip
CHETWYND
Rédacteur en
chef central



Dimitar
DILKOFF
Photographe



Eric
BARADAT
Adjoint photo
à la rédaction
en chef centrale



Sandra
CHEVALIER
Chargée de
communication



Marielle
EUDES
Directrice de la
rédaction



Marianne
BARRIAUX
Journaliste



Peter
CUNLIFFE-JONES
Fondation AFP



Maud
FORLINI
Chargée de
communication



**Sven
FROBERG**
Gérant et
rédacteur en
chef du SID



**Juliette
HOLLIER-
LAROUSSE**
Directrice
régionale
Amérique latine



**Grégoire
LEMARCHAND**
Responsable des
réseaux sociaux



**Stéphane
GUÉRILLOT**
Directeur
d'AFP Blue



**Ammu
KANNAMPILLY**
Directrice
du bureau
de Katmandou



**Michèle
LERIDON**
Directrice de
l'information



**Louisa
GOULIAMAKI**
Photographe



**Francis
KOHN**
Directeur de la
photo



**Saul
LOEB**
Photographe



**Valéry
HACHE**
Photographe



**Didier
LAURAS**
Chef
du département
sport



**Olivier
LOMBARDIE**
Directeur
commercial et
marketing
Directeur
général
d'AFP-Services



**Mahmud
HAMS**
Photographe



**Philippe
LE BLON**
Directeur des
ressources
humaines



**Emmanuel
MARCOVITCH**
Directeur
général adjoint
Directeur
financier



**Sophie
HUËT**
Chef du service
infographie
et innovation



**Yacine
LE FORESTIER**
Directeur du
bureau de Berlin
Co-gérant d'AFP
GmbH



**Aris
MESSINIS**
Photographe



Aris
MESSINIS
Photographe



Sophie
PONS
Adjointe à la
direction de
la rédaction et
des parcours
professionnels



Emmanuel
SÉROT
Journaliste



David
MILLIKIN
Directeur
régional
Amérique du
Nord



Caroline
RAVETON
Directrice
des systèmes
d'information



Christophe
SIMON
Responsable
de la photo au
Brésil



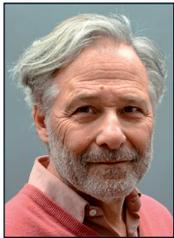
Abbas
MOMANI
Photographe



Bronwen
ROBERTS
Journaliste



Rémi
TOMASZEWSKI
Directeur général



Alain
NAVARRO
Journaliste



Jewel
SAMAD
Photographe



Marie-Noelle
VALLES
Directrice
d'AFPTV



Alcino
PEREIRA
Responsable
de la sécurité
des systèmes
d'information



Christophe
SCHMIDT
Adjoint à la
directrice de
l'information



Nicolas
PESCHIER
Photographe



Roberto
SCHMIDT
Responsable
photo de la
région Asie
du Sud

Coordination : Sandra Chevalier
Rédaction : Com' endire
Graphisme : Jean-Matthieu Franchomme

© Agence France-Presse
Mars 2016

