

# Info McDo, ketchup AFP



Le PDG l'a dit, c'est marqué dans le COM (Contrat d'objectifs *sans moyens*) : il faut PRI-VA-TI-SER les recettes de l'AFP ! D'où l'idée géniale de « taper » dans les budgets publicitaires famoureux des grandes multinationales pour renflouer les caisses de l'Agence France-Presse.

Que les tenants de l'ordre capitaliste se rassurent : rien de subversif dans tout cela ! Pas question de taxer la pub ou les budgets promotionnels des principaux groupes qui font la pluie et le beau temps dans notre belle société. Non, nos responsables ont trouvé mieux : une nouvelle forme de **partenariat** entre l'AFP et les sponsors de grands événements sportifs comme les Jeux Olympiques ou l'Euro 2004.

*pour rendre ces moments uniques inoubliables ».*

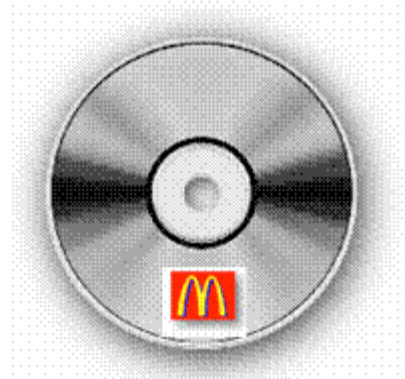


De quoi s'agit-il ? Avant l'événement sportif, l'AFP vend à McDo des CD-Roms avec la documentation complète (texte, photo) : biographies des sportifs, historique... Ces CD - frappés du sigle McDo ! - pourront servir de cadeaux promotionnels ou être commercialisés.

Les plaquettes permettant à nos commerciaux d'approcher ces partenaires potentiels sont publiées sur l'intranet ASAP (*allez dans : Commercial-MKG : Produits : Sport : Présentation Sponsors*). De vrais bijoux, ces plaquettes pour des sociétés toutes plus éthiques l'une que l'autre, symboles du bien-être et de la qualité de vie : Adidas, Canon, Carlsberg, Ford, HSBC, Hyundai, JVC, Konica, Kodak, Mastercard, Maxell, McDonald's, NEC, Nike, Samsung, Sony, Starbuck. (*Pour la petite histoire, notons que HSBC est la maison mère du CCF, l'une des banques qui doivent acheter le siège historique de l'AFP*).

## L'exemple McDo

La plaquette présente l'AFP et rappelle que McDo figure parmi les grands sponsors sportifs. « *McDonald's couvre beaucoup d'événements exceptionnels, tout en fournissant le cadre parfait pour les occasions particulières. L'AFP dispose de coffrets exclusifs haut de gamme*



Les CD-Roms AFP deviennent des « *CD-Roms McDonald's - le cadeau top* » ! La même chose est prévue après l'événement sportif, avec un nouveau CD qui intègre tous les résultats.

Le client aura la possibilité de faire installer des écrans géants pour faire défiler des diaporamas sur l'actualité sportive et mondiale. « *Des messages McDonald's pourraient être intégrés entre les breaking news* ».

Cerise sur le gâteau : pendant les épreuves, l'AFP propose de fournir à la chaîne de restauration rapide toutes les actualités sportives, avec infographies interactives. Objectif : transformer le site internet McDo en véritable portail d'informations : « *www.mcdonalds.com - The Information Centre* ».



## Menu indigeste

La dérive est mortelle :

- Dans ce partenariat, la chaîne McDo n'est pas simplement client de l'AFP ; elle devient elle-même fournisseur d'informations. Belle confusion des genres !
- Le sigle McDo remplace celui de l'AFP.
- L'information devient gadget commercial gratuit. Ainsi bradée, elle sera de plus en plus difficile à vendre à son juste prix.

Voilà où nous mène l'équipe de Bertrand Eveno, soutenue par le gouvernement et le patronat de presse. Sans respect pour la déontologie, sans respect pour les personnels, sans respect pour notre tradition d'entreprise de presse *différente*, la direction est en train de détruire le rang mondial et l'exception culturelle de l'AFP.

## Face à cette politique d'abandon, l'heure est à la résistance !

- **Retrouvons** l'unité dans l'action au sein de l'AFP ;
- **Cherchons** des alliances avec les professionnels de la culture, de la presse et de l'information, confrontés aux mêmes problèmes et aux mêmes ennemis ;
- **Alertons** l'opinion publique, de plus en plus consciente des dérives mercantiles des médias ;
- **Participons** aux mobilisations contre la politique du gouvernement Raffarin qui casse les services publics et les systèmes de solidarité, tout en soignant sa clientèle électorale à coups de millions.

Paris, 4 mars 2004

Ce texte et d'autres nouvelles sont sur l'intranet ASAP (rubrique syndicats – SUD-AFP)



**Solidaires - Unitaires - Démocratiques**

Contact : Philippe Thébaud, AFP - Service de Formation, poste 4159, ou : [sud-afp@noos.fr](mailto:sud-afp@noos.fr)

<http://www.sud-afp.org>