

# Réponses SUD au questionnaire de la « Commission Pigeat »



L'intersyndicale de l'Agence France-Presse a été auditionnée le 3 février 2010 par la commission d'experts (« Commission Pigeat ») chargée par le ministre de la Culture et de la Communication Frédéric Mitterrand « *d'établir un diagnostic sur la situation actuelle de l'AFP, du contexte économique dans lequel elle évolue et son positionnement dans un univers concurrentiel de plus en plus difficile* ». Voici les réponses du syndicat SUD-AFP au questionnaire de la commission.

## Question 1 :

***Comment appréciez-vous le projet présenté par la direction de l'agence pour les prochaines années ? (évolution des services fournis, diversification éventuelle de la clientèle, évolution des méthodes de commercialisation, etc...)***

## Réponse SUD :

**Nous déplorons que le PDG ait défendu un projet de révision du statut sans préalablement présenter un projet de développement pouvant justifier un tel changement.** Les seuls documents dont nous disposons sont le Contrat d'objectifs et de moyens (Com) 2009-2013<sup>1</sup> et le document « Faire de l'AFP un des leaders mondiaux de l'information à l'ère numérique »,<sup>2</sup> que le PDG a remis au gouvernement fin mars 2009.

Ces deux textes préconisent de redéployer des moyens de l'agence, d'adapter l'offre et de définir des thématiques et des volumes de copie, ce qui est contraire aux stipulations du statut selon lequel l'AFP doit fournir une information « *complète* » (le tri étant ensuite effectué par les clients).

De plus, ces choix sont effectués en fonction de critères que nous réfutons, car il s'agit de critères de **rentabilité à court terme** qui ne tiennent compte que d'une analyse empirique de la demande solvable actuelle. Déjà, le Com 2003-2007 misait essentiellement sur les « *marchés qui peuvent et qui acceptent de payer un juste prix* » pour les produits AFP, « *c'est-à-dire les pays riches, démocratiques, peuplés de nombreux lecteurs* ». Or les besoins et les marchés ne sont pas la même chose. Le tiers de l'humanité ne dispose pas d'électricité. Les besoins d'alphabétisation, de culture, d'information sont énormes. Si l'on tient au rôle mondial de l'AFP, on ne peut pas ne pas s'interroger sur ses possibilités de contribuer à changer ces inégalités pour donner droit à l'information. L'AFP ne devrait-elle pas aussi se positionner par rapport aux futurs marchés, où les besoins sont immenses, même s'ils ne sont pas encore solvables?

## **Diversification éventuelle de la clientèle :**

En 1957 l'agence était un « grossiste » de l'information qui ne s'adressait qu'indirectement aux citoyens, par le biais des médias clients de l'AFP. Ses « *usagers* » directs étaient soit des professionnels de l'information, soit des acteurs de la vie politique, économique et sociale (services de l'Etat, institutions, entreprises...).

Les nouvelles technologies de l'information offrent à l'agence la possibilité de faire évoluer sa clientèle et, en parallèle, ses méthodes de commercialisation. Ces technologies peuvent

<sup>1</sup> <http://tinyurl.com/yfna3xt>

<sup>2</sup> [http://www.bakchich.info/IMG/pdf/Le\\_rapport\\_Louette.pdf](http://www.bakchich.info/IMG/pdf/Le_rapport_Louette.pdf)

rapprocher les usagers de l'agence et permettre à l'AFP de s'adresser à eux de façon quasi-instantanée, sans forcément passer par l'intermédiaire de médias clients. Au risque, dans certains cas, de faire concurrence à ces derniers.

Cependant, dans les projets actuels de la direction, ce possible rapprochement entre l'agence et les citoyens qui souhaitent s'informer n'est envisagé que dans le cadre d'une remise en cause des fondements mêmes de l'agence et de son statut. La diversification envisagée ou expérimentée de « produits » se fait au hasard des demandes conjoncturelles de certains clients et dans une logique plus marchande que rédactionnelle : l'AFP tend à s'adresser au client consommateur, au lieu de s'adresser à l'utilisateur qui veut s'informer. D'où des dérives, maintes fois dénoncées par les syndicats : produits bidons et affligeants, risquant de nuire gravement à l'image de l'agence, « pipolisation » et développement de l'info-divertissement, partenariats de contenus mettant en cause l'indépendance... A plusieurs reprises, la « ligne jaune » a été franchie.<sup>3</sup>

**Le projet d'entreprise dont a besoin l'AFP devra être un projet pertinent qui puisse permettre au personnel d'adhérer aux perspectives définies.** Cela est possible dès lors que les questions soulevées par les défis de la « révolution multimédias » sont abordées **dans le strict cadre de la mission d'intérêt général qui nous est fixée par le statut de 1957.** Levons la menace du changement de statut ! Abordons la question des nouveaux produits en gardant à l'esprit que l'agence se doit de « *rechercher, tant en France (...) qu'à l'étranger, les éléments d'une information complète et objective* » et de « *donner aux usagers français et étrangers, de façon régulière et sans interruption, une information exacte, impartiale et digne de confiance* ». <sup>4</sup> Ce qui implique que les usagers ne soient pas transformés en simples « clients », voire consommateurs.

#### **Evolution des services fournis :**

La raison d'être de l'AFP est de fournir des informations. Tout projet de produit nouveau et de « services » fournis par l'AFP - texte, photo, vidéo, infographie, internet, téléphonie...- devra être examiné en évaluant les conséquences, en répondant aux questions suivantes :

- Risque-t-il d'affecter l'image et la crédibilité de l'agence ?
- Risque-t-il de concurrencer des produits traditionnels de l'agence ?
- Aura-t-il des conséquences sur l'emploi à l'AFP ? (Quel statut, quels droits pour les salariés des filiales chargés des nouveaux services ?)

#### **Méthodes de commercialisation :**

Le modèle économique de l'AFP est essentiellement basé sur les abonnements des clients : l'Etat et les médias. Ce modèle a permis à l'agence de résister aux effets de la crise financière : 40% du chiffre d'affaires sont actuellement assurés par l'Etat (75 à 80% en 1957, 60% au début des années 80). Régulièrement critiqués par les tenants de la « libre concurrence » sur le marché de l'information, ces abonnements assurent à l'AFP une grande stabilité des recettes ; tout comme les abonnements des clients médias, qui sont moins soumis à la conjoncture que les ventes à la pièce ou à la demande. Ce modèle a donc fait ses preuves. Toute modification nécessite un débat approfondi et sans a priori idéologique.

---

<sup>3</sup> Parmi les dérives critiquées par SUD : Info McDo (<http://tinyurl.com/yc2lo8d>), « pipolisation » (<http://sudafp.zeblog.com/284549-derives-de-la-pipolisation/>), le partenariat avec Relaxnews (<http://ma-tvideo.france3.fr/video/ILyROoafJUOa.html>), l'Info-divertissement (<http://tinyurl.com/yefw3s9>).

<sup>4</sup> Articles 1 et 2 du statut

**Question 2 :**

***Comment percevez-vous la rénovation informatique dite 4XML ?***

**Réponse SUD :**

La rénovation informatique du 4XML, comme toute autre évolution technologique, doit être le résultat d'une réflexion stratégique, rédactionnelle, technologique, commerciale. Pour réussir, elle doit être convaincante et faire l'objet d'un long processus de dialogue avec l'ensemble du personnel, afin que celui-ci y adhère pleinement. Ce n'est pas la voie choisie par la direction de l'AFP, qui a mis en place des groupes restreints pour discuter du projet, avant de prendre des décisions autoritaires sans réelle concertation.

**Question 3 :**

***Les modes de financement de l'AFP doivent-ils selon vous évoluer et comment ?***

**Réponse SUD :**

Le PDG propose de procéder à une distinction analytique et comptable entre activités de l'AFP qui relèvent de missions d'intérêt général (Mig) et activités relevant de la libre concurrence commerciale. Pour SUD, cette distinction constitue une **révision fondamentale** de la nature même de l'AFP et ignore sa spécificité par rapport aux autres agences mondiales : **sa mission d'intérêt général et son indépendance structurelle vis-à-vis des pouvoirs politiques et économiques**, définies dans son statut de 1957.

**La question fondamentale est de savoir si l'AFP doit rester une agence mondiale d'information (qui s'adresse à des usagers) ou si elle doit devenir un acteur majeur du commerce de biens multimédias (qui vise à vendre des biens et des services à des consommateurs).**

Dans la seconde hypothèse - que nous rejetons -, le mode actuel de financement n'est sans doute pas suffisant.

En revanche, dans la première hypothèse, le mode actuel - bien que perfectible - est tout à fait adapté. Ce qui n'exclut pas des évolutions possibles, dans un sens ou dans l'autre : la part du financement public (abonnements de l'Etat) pourrait augmenter et s'internationaliser (financements européens, francophonie, etc.) ; l'évolution multimédia (p.ex. informations sur téléphones portables) peut diversifier et augmenter les recettes commerciales.

**Quelle que soit l'évolution, il faudra veiller à ce qu'elle n'altère pas l'indépendance structurelle de l'AFP vis-à-vis des pouvoirs économiques et politiques et que les considérations commerciales ne prennent pas le dessus sur les considérations rédactionnelles.**

**Question 4 :**

***Le statut juridique de l'agence doit-il être modernisé et sur quels points ?***

**Réponse SUD :**

Le statut de 1957 n'a pas empêché l'évolution technologique de l'agence ni nombre d'excès et d'erreurs stratégiques. Mais il a préservé l'indépendance structurelle de l'AFP. SUD estime que ce statut constitue un acquis précieux et un rempart contre les tentatives de mainmise

politique ou économique sur l'information en général et l'AFP en particulier. L'AFP n'appartient à personne (si ce n'est au peuple français) ; lui donner un propriétaire - même en conservant l'article 2 du statut -, c'est ouvrir la voie à de possibles évolutions que nous refusons : étatisation (dans un premier temps), privatisation (peut-être ultérieurement)...

Cependant, nous pensons que le statut a besoin d'une **réécriture** pour tenir compte des changements géopolitiques intervenus depuis 1957 (p.ex. éliminer les références au système colonial français,...). Il doit également être modifié sur un point. Et sur d'autres, une évolution peut être envisagée, dès lors qu'il existe un consensus sur la **nécessité de préserver l'ADN de ce statut**.

**Ce qui doit changer** : SUD s'est associé à la saisine de la Halde contre la **condition de nationalité** requise pour être électeur ou candidat au Conseil d'administration de l'AFP. Le statut de 1957 prévoit que seuls les citoyens français peuvent être membres du CA. Cette disposition est désormais illégale : le droit de vote a dû être accordé aux citoyens de l'espace économique européen. Mais les Non-européens en sont toujours exclus. Concrètement, cela prive plus d'un millier de salariés de l'AFP du droit de participer à ce scrutin.<sup>5</sup>

**Ce qui pourrait évoluer** : la composition du **Conseil d'administration**. Mais attention ! La composition définie par le statut de 1957 est basée sur un équilibre subtil. Les clients représentés au CA n'y sont pas à titre individuel mais en tant que représentants de groupes de clients. Au cas où la composition du CA devait être modifiée, ce principe devrait surtout être conservé : l'idée selon laquelle on pourrait inviter, par exemple, la PDG de Yahoo à y siéger ès qualités est à proscrire absolument.

Le PDG a récemment fustigé le grand « *décalage* » entre la « *surreprésentation* » des médias écrits français au CA et leur part dans le chiffre d'affaires de l'agence. Cet argument révèle une étonnante méconnaissance de l'esprit du statut : en 1957, les clients médias n'assuraient que 15 à 20% du chiffre d'affaires mais ils étaient (et sont toujours) majoritaires au CA. Pourquoi ? Non pas en raison de leur poids économique mais pour leur conférer le rôle d'un contrepoids face aux pouvoirs publics, également représentés au CA (en tant que clients et non en tant que pouvoir politique).

SUD estime par ailleurs que l'on devrait repenser la composition du **Conseil supérieur** de l'AFP. Ce dernier a joué son rôle lorsqu'il était saisi de questions déontologiques, notamment au moment des attaques virulentes du parti au pouvoir en 2008. En revanche, saisi sur des questions touchant au modèle économique de l'agence, il a fait preuve d'une étonnante légèreté (exemple : partenariat de contenus avec l'OCDE).<sup>6</sup>

Toute modification de la composition du CA ou du Conseil supérieur devra se faire dans cet esprit : préserver, voire renforcer, l'indépendance structurelle de l'agence vis-à-vis des forces extérieures qui tentent de l'influencer. Pour SUD, les solutions envisagées par le PDG ne vont pas dans le bon sens, puisqu'elles priveraient les représentants des médias français de leur rôle de contrepoids et donneraient un poids prédominant (donc dangereux) aux représentants directement ou indirectement désignés par les pouvoirs publics.

#### **Question 5 :**

***L'indépendance éditoriale de l'AFP vous paraît-elle aujourd'hui en question ? Si des garanties nouvelles doivent intervenir, quels points vous paraissent mériter une attention particulière ?***

<sup>5</sup> Avis de la Halde sur la discrimination à l'AFP : <http://sudafp.zeblog.com/c-halde>

<sup>6</sup> Décision négative suite à la saisine par FO. Cf. <http://tinyurl.com/yjkyesu>

### Réponse SUD :

**Oui, l'indépendance de l'AFP est menacée.**

#### **Au niveau rédactionnel :**

Depuis plus d'un demi siècle, grâce à son statut, l'AFP a réussi à se défendre tant bien que mal contre les tentatives d'ingérence de la part d'acteurs économiques ou politiques.

Cependant, outre les menaces actuelles sur le statut de l'agence, son indépendance est menacée par des **facteurs internes** :

- la croissante précarité de nombreux salariés (pigistes, CDD, intérimaires) en France et à l'étranger, qui tend à produire des salariés fragilisés et dociles.
- la faiblesse des droits des salariés AFP dans de nombreux pays, la stagnation des salaires et le faible niveau de rémunération (certains journalistes travaillant pour l'AFP, disponibles à plein temps, sont payés 500 euros par mois en Afrique ou ailleurs),
- la gestion du personnel sur la base de critères d'allégeance à une direction constituée selon le principe de la cooptation ;
- l'individualisation des carrières et des salaires, avec des nominations et promotions « au choix » tendant à favoriser l'esprit de soumission, l'autocensure et l'opportunisme et écartant les éléments critiques...

Ce fonctionnement nuit à l'idée même de la liberté de la presse...

#### **Au niveau technologique :**

L'AFP a supprimé des emplois au niveau de la DSI (direction des systèmes d'information). Alors qu'elle possédait la capacité de développer de la technologie, elle risque de devenir de plus en plus dépendante de fournisseurs extérieurs, y compris dans la maintenance quotidienne de son appareil de production.

#### **Garanties nouvelles ?**

Il faudrait donner à l'AFP les moyens de se développer en respectant la dignité de ses salariés et sans faire le chantage du changement de statut : **garantir des droits sociaux et démocratiques à l'ensemble des salariés de l'AFP, mondialement**<sup>7</sup> ; donner à l'agence les moyens financiers de rénover son siège historique place de la Bourse qui symbolise et renforce l'unité du personnel ; résorber la précarité, offrir une rémunération correcte à l'ensemble de ses salariés.

### Question 6 :

***Globalement, quelle est selon vous aujourd'hui la principale faiblesse de l'AFP ?  
Quelle est sa principale force ?***

### Réponse SUD :

**La principale faiblesse de l'AFP : sa direction**

- Le PDG de l'AFP devrait être une autorité morale.** Représentant une entreprise dotée d'une mission d'intérêt général, il devrait être en première ligne pour combattre, tant en France qu'au niveau international, l'idée selon laquelle l'information serait une

---

<sup>7</sup> Cf. <http://tinyurl.com/y8985e4>

marchandise comme toutes les autres. Il devrait défendre le droit à l'information et fustiger la fausse gratuité de l'information (qui consiste à faire payer l'information via les budgets publicitaires dont les coûts sont intégrés dans les prix des produits consommés). Au lieu de cela, Pierre Louette milite pour la marchandisation de l'information.

- Le PDG devrait défendre le statut** et combattre toute tentative de mise sous tutelle de l'AFP, quitte à mettre son poste en jeu. Au lieu de cela, Pierre Louette a réceptionné la lettre de mission qui lui a été transmise par trois ministres (Christine Lagarde, Christine Albanel, Eric Woerth) : « (...) nous souhaiterions que vous puissiez nous faire des propositions en vue d'une modernisation du statut et de la gouvernance de l'Agence. (...) Vos propositions devront (sic !) être remises le 31 mars 2009 au plus tard. » Et, en simple exécutant, il a rempli sa « mission » en remettant ses conclusions à ses donneurs d'ordre fin mars 2009. Il a également accepté, sans protester, que les 20 millions d'euros prévus dans le cadre du Com pour le 4XML soient accordés sous la forme d'un **prêt remboursable**, et non pas en tant que dotation.
- Le PDG de l'AFP devrait défendre le financement public** de l'agence en s'appuyant sur sa mission d'intérêt général, quitte à chercher le conflit avec la Commission européenne afin de porter le débat public sur les dangers de la privatisation et de la marchandisation de l'information. Au lieu de cela, il se fait porte-parole des tenants du libéralisme et anticipe le présumé verdict de Bruxelles.
- Le PDG devrait veiller à ce que l'éthique d'une entreprise comme l'AFP soit conforme à sa mission d'intérêt général et aux valeurs qu'elles impliquent.** Au lieu de cela, il organise la précarité en France et à l'étranger, met l'AFP hors la loi, voire se comporte en patron voyou à l'étranger.<sup>8</sup>
- Le PDG devrait défendre la francophonie.** Au lieu de cela, il favorise son recul et remplace de nombreux postes francophones par des postes anglophones. Symbole de cette évolution : les rapports rédactionnels mensuels sont désormais rédigés en anglais.
- Le PDG devrait veiller à garantir le pluralisme**, à motiver les salariés, à susciter la curiosité des journalistes et favoriser les débats, chercher l'adhésion du personnel en pratiquant dialogue et concertation. Au lieu de cela, il organise le caporalisme, écarte les éléments critiques, demande à sa hiérarchie une solidarité sans faille et à ses salariés de ne pas sortir du rang...

### La principale force de l'AFP : sa mission d'intérêt général

**La principale force de l'agence est la mission d'intérêt général que lui confère l'article 2 de son statut et qui lui permet de défendre sa crédibilité, son savoir-faire, son réseau en France et à l'international.**

C'est en s'appuyant sur ces garanties statutaires que les personnels de l'AFP - journalistes, administratifs, techniciens, commerciaux - ont toujours été les meilleurs défenseurs de l'agence et de ses missions. Même quand des dirigeants ont failli à cette tâche.

Paris, le 3 février 2010

### SUD-AFP

(Membre de l'Union syndicale  
SUD Culture & Médias Solidaires)



<sup>8</sup> Exemples, outre l'avis de la Halde (cf. note 2) : non respect de préconisations de la Cnil (<http://tinyurl.com/ykyc483>), condamnation prud'homale pour discrimination syndicale (<http://tinyurl.com/yc9s3qv>), utilisation abusive de précaires (<http://tinyurl.com/y9czong>), non respect du principe d'égalité (<http://sudafp.zeblog.com/411501-agence-multimedia-quels-droits-pour-les-salaries/>), patron voyou : licenciements à Sarajevo (<http://tinyurl.com/yz5z95p>)