

Syndicat SUD-AFP  
13, Place de la Bourse  
75002 Paris

Mme Rozen Noguellou  
Présidente du Conseil Supérieur de l'Agence France-Presse  
13, Place de la Bourse  
75002 Paris

Madame la Présidente,

Conformément à l'article 5 de la loi n° 57-32 du 10 janvier 1957 portant statut de l'Agence France-Presse, SUD-AFP adresse la présente saisine au Conseil Supérieur qui, en vertu de l'article 3, est chargé de veiller à ce que l'AFP respecte les obligations qui lui incombent aux termes de l'article 2.

## RÉSUMÉ

SUD-AFP estime que le service de vérification des faits que l'AFP fournit à TikTok n'est pas un produit éditorial et ne fait pas partie de la mission principale de l'AFP telle que définie par les articles 1 et 2 de son statut. Puisqu'elle ne fait pas partie du cœur de métier de l'AFP, cette activité devrait être exercée par une filiale conformément à l'article 13. Le fait que cette activité soit exercée par la maison mère fait peser des risques sur la réputation d'objectivité de l'AFP.

## QU'EST-CE QUE LA VÉRIFICATION DES FAITS PAR TIKTOK ?

Dans le cadre de son contrat avec TikTok, la plateforme de médias sociaux envoie à l'AFP des vidéos susceptibles de contenir des informations erronées. Un vérificateur de faits travaillant pour l'AFP regarde la vidéo, identifie les fausses informations potentielles et vérifie les faits. Le vérificateur rédige ensuite un bref résumé en plusieurs phrases des affirmations faites dans la vidéo et indique si elles sont vraies ou fausses. Ce résumé est accompagné de plusieurs liens vers des informations (parfois des dépêches AFP) prouvant ou réfutant l'affirmation. Enfin, une note est attribuée, par exemple : Désinformation, Non confirmé/Discuté, Pas de désinformation, ou Opinion/Humour dans l'ancien système et Faux, Trompeur, Non corroboré, Non concluant, Vrai ou Hors sujet dans le nouveau système. Dans certaines parties du monde, notamment dans la région Asie-Pacifique, ces informations sont entrées directement par le vérificateur de faits dans le système de TikTok sans être contrôlées par un autre vérificateur de faits ou un rédacteur. Voici comment la direction a récemment décrit les vérifications de faits de TikTok en réponse à une question de SUD-AFP :

*En cas de détection d'un contenu véhiculant une désinformation potentielle, les équipes de TikTok la soumettent à nos journalistes qui procèdent à une évaluation indépendante. S'il se confirme qu'un contenu est faux, manipulé, ou trompeur, toutes les informations et preuves nécessaires sont transmises au réseau social – comme dans n'importe quel fact-check que nous publions.... Si elles ne donnent pas systématiquement lieu à la publication d'un fact-check, cela nous offre une large vision sur le type de désinformation et les différentes infox qui circulent sur la plateforme...<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> RIC mai 2024, question 13

Par cette déclaration, la direction confirme implicitement que ces vérifications de fait ne sont pas publiées sous cette forme à l'intention d'autres clients et qu'il s'agit en fait d'une production à la demande pour TikTok. À notre connaissance, seul un petit nombre d'entre elles sert de point de départ aux vérifications des faits traditionnelles qui sont envoyées aux clients ou publiées sur notre propre site Web public de vérification des faits AFP Factuel (<https://factuel.afp.com/>).

Ces vérifications de faits TikTok sont très différentes de nos vérifications de faits traditionnelles, ou de ce que la direction aime maintenant appeler des investigations numériques. Voici comment elles sont décrites dans le Contrat d'objectifs et moyens (COM) 2024-2028 :

*Le travail des journalistes d'investigation numérique consiste à déceler et analyser les informations douteuses, trompeuses ou fausses qui circulent en ligne. Il s'agit d'un vrai travail journalistique qui se concentre sur les faits, retrace toutes les étapes de l'investigation de façon pédagogique, s'appuie sur plusieurs sources indépendantes et identifiées pour arriver à une conclusion, et replace les informations dans leur contexte....*

*Les clients peuvent s'abonner aux articles de fact-checking de la même façon qu'ils s'abonnent au fil traditionnel des dépêches AFP. Mais à la différence de ces dernières, toute la production "Investigation numérique" est accessible au grand public via des sites internet dédiés, et les fact-checks sont publiés directement sur les plateformes, dans les langues de la désinformation.<sup>2</sup>*

Deux exemples de vérifications de faits TikTok sont en annexe, pages X et Y. Une vérification AFP Factuel est sur la page Z. Le Manuel du fact-checking à l'AFP explique pourquoi les vérifications de faits ont un format long – plus long que celui des dépêches sur les fils :

*Les lecteurs doivent être capables de comprendre comment les recherches ont été menées et de pouvoir suivre les étapes de l'enquête pas à pas afin de la refaire eux-mêmes.*

Le format court des fact-checks de TikTok s'explique par le fait qu'ils ne sont pas destinés au grand public.

Une autre différence importante réside dans le choix des sujets à vérifier. Le document L'investigation numérique à l'AFP est très clair sur les vérifications de faits classiques : ce sont les journalistes AFP qui décident.

*Le choix de traiter tel ou tel sujet relève de la seule initiative des journalistes de l'AFP.<sup>3</sup>*

Selon les vérificateurs de faits qui travaillent sur le contrat TikTok, c'est la plateforme qui signale quelles vidéos sont à vérifier, même si c'est également possible pour les journalistes de proposer des sujets.

## LES VÉRIFICATIONS DE FAITS DE TIKTOK SONT-ELLES UN PRODUIT ÉDITORIAL ?

Cette question est importante car elle détermine (ou devrait déterminer) si le contenu doit être conforme à nos lignes directrices éditoriales. SUD-AFP a récemment posé précisément cette question et la direction a répondu sans équivoque par l'affirmative :

---

<sup>2</sup> Page 18

<sup>3</sup> L'investigation numérique à l'AFP. Septembre 2023. Page 7

*Les services apportés à TikTok répondent aux mêmes exigences de qualité que ce qui est diffusé sur le fil ou sur nos sites de fact-checking en 26 langues. Les standards éditoriaux sont ceux qui figurent dans nos règles éditoriales et éthiques et dans le Manuel du fact-checking à l'AFP.<sup>4</sup>*

En consultant la Charte des bonnes pratiques éditoriales et déontologiques de l'AFP, nous n'avons pas trouvé de mention indiquant que notre travail devait être édité/relu avant d'être envoyé aux clients. Nous avons donc posé la question à la direction. Leur réponse :

*Comme indiqué, la relecture de chaque contenu par une personne habilitée avant validation est un des fondements du métier d'agencier. Ce point est tellement évident pour les journalistes de l'Agence que l'absence d'une référence claire dans la charte n'avait pas été relevée jusqu'à aujourd'hui. Cet oubli va être corrigé.<sup>5</sup>*

La direction a donc mis à jour la Charte éditoriale en mars 2024, en y incluant une déclaration sans équivoque :

*Les producteurs ne sont pas habilités à valider eux-mêmes leur production sur les fils et tous les contenus publiés par l'AFP doivent faire l'objet d'une relecture attentive par une personne habilitée avant validation.<sup>6</sup>*

Mais selon les vérificateurs de faits avec lesquels nous nous sommes entretenus, dans la région Asie-Pacifique, leur travail n'est plus vérifié par les éditeurs avant d'être soumis à TikTok. Il est soumis directement par les vérificateurs de faits. Avec l'augmentation du volume de vérifications dans le cadre de notre contrat avec TikTok, il est devenu difficile pour les rédacteurs de suivre le rythme. Un nouveau flux de travail a donc été adopté en 2023 pour permettre aux vérificateurs de faits de soumettre directement leur travail à TikTok. L'augmentation du volume a également conduit l'AFP à embaucher un certain nombre d'employés à court terme et à temps partiel pour effectuer des vérifications de faits, qui sont rémunérées à la pièce. Le tarif le plus bas que nous ayons trouvé équivaut à environ 2,50 dollars par vérification. Ces vérificateurs de faits reçoivent quelques heures de formation au moment de leur embauche et travaillent ensuite pendant un mois sous la supervision d'un rédacteur qui vérifie leur travail avant de le soumettre. Ils commencent ensuite à soumettre leur travail directement à TikTok.

Il est donc clair que le flux de travail pour TikTok n'est pas conforme à nos normes éditoriales. Un responsable éditorial a répondu à un vérificateur de faits qui s'inquiétait de ce nouveau flux de travail :

*"Je comprends votre préoccupation concernant la qualité, mais ce n'est pas votre affaire (...), nous sommes responsables de la qualité (...). Nous fixons donc [le niveau de qualité] avec TikTok, nous disons, d'accord, la barre est ici, elle n'est pas ici..."*

Cela va clairement à l'encontre de la déclaration de la direction ci-dessus et, si l'on considère les vérifications de fait pour TikTok comme un produit éditorial, cela implique que la direction éditoriale de l'AFP tolère en pratique des critères de qualité variables.

Le contrat d'objectifs et de moyens (COM) 2024-2028 entre l'Etat français et l'Agence France-Presse fait référence à l'obligation faite à l'AFP par l'article 2.2 de son statut de fournir "une information exacte, impartiale et digne de confiance". Outre le fait que les normes de qualité sont inscrites dans la Charte éditoriale, le COM

<sup>4</sup> RIC mai 2024, question 13

<sup>5</sup> RIC novembre 2023, question 11

<sup>6</sup> Charte AFP des bonnes pratiques éditoriales et déontologiques, page 5

énumère quatre domaines dans lesquels l'Agence doit être exigeante pour garantir le respect de l'obligation de fournir une information digne de confiance, notamment :

*- la qualité du processus de production et d'édition assurant l'exactitude des informations diffusées<sup>7</sup>*

Le flux de travail de TikTok peut aider l'AFP à maximiser la production (et donc les recettes puisque nous sommes payés en fonction du nombre de vérifications de faits réalisées) mais il ne correspond pas à notre Charte éditoriale ni aux exigences énoncées dans notre COM avec l'Etat français et notre Statut. Bien sûr, cela n'aurait pas (tant) d'importance si les vérifications de fait pour TikTok n'étaient pas du contenu éditorial.

#### LES VÉRIFICATIONS DE FAITS POUR TIKTOK SONT-ELLES DU JOURNALISME ?

C'est une autre façon d'aborder la question : savoir si les vérifications de faits de TikTok sont un produit éditorial, en essayant de trouver un moyen objectif d'y répondre. Si les vérifications de faits de TikTok ne répondent pas aux critères du journalisme, alors elles ne peuvent pas être un produit éditorial.

La question de savoir si ce qu'ils font est du journalisme ou non fait apparemment l'objet d'un débat entre nos vérificateurs de faits. Certains répondent par l'affirmative, car ce travail implique la vérification des faits que nous effectuons dans nos reportages et s'aligne sur notre mission principale qui est de fournir "une information exacte, impartiale et digne de confiance". D'autres pensent que ce que nous faisons pour TikTok n'est pas du journalisme mais de la modération de contenu. Nous pensons que la réponse se trouve dans un élément particulier de la définition du journalisme : la publication.

Sauf erreur, il n'existe pas de définition du journalisme dans la loi française sur les médias. La Commission de la carte d'identité des journalistes professionnels n'en a pas sur son site et le statut et les chartes de l'AFP n'en contiennent pas non plus. La Charte mondiale d'éthique des journalistes de la Fédération internationale des journalistes décrit les obligations des journalistes sans jamais vraiment définir explicitement ce qu'est le journalisme.

Nous avons demandé à la direction si elle avait une définition préférée du journalisme et elle a refusé de répondre.<sup>8</sup> Pour les besoins de l'argumentation, prenons celle utilisée par le Comité consultatif d'éthique de l'Association canadienne des journalistes :

*Le journalisme est une activité qui comprend (1) la recherche de la vérité pour son public, (2) un acte de création et de diffusion et (3) un ensemble particulier de méthodes.<sup>9</sup>*

Les vérifications de faits sur notre site web remplissent clairement toutes les conditions. Elles visent à élucider les faits, utilisent un ensemble particulier de méthodes et sont effectivement diffusées auprès de différents publics. Elles impliquent un acte de création dans la rédaction de la vérification de faits et dans sa présentation.

Examinons maintenant les vérifications de faits réalisées pour TikTok. Bien qu'elles soient effectuées dans le but de rechercher la vérité, sont-elles publiées ? La direction a déclaré qu'elles ne sont "*pas systématiquement publiées*"<sup>10</sup> mais, selon nos informations, elles ne sont en fait jamais publiées sous cette forme (et nous ne savons rien de la manière dont elles sont utilisées par TikTok).

<sup>7</sup> COM 2024-2028, Section 2.2.4, page 14

<sup>8</sup> RIC juin 2024, question 9

<sup>9</sup> Notre traduction. [https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://caj.ca/wp-content/uploads/caj\\_whatismjournalism\\_dec\\_2021.pdf&ved=2ahUKEwiA1N65h\\_KGAXVUVqQEHQv4CdkQFnoECCQQAQ&usq=AOvVaw1\\_i5CfApjV97dskc0JC93f](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://caj.ca/wp-content/uploads/caj_whatismjournalism_dec_2021.pdf&ved=2ahUKEwiA1N65h_KGAXVUVqQEHQv4CdkQFnoECCQQAQ&usq=AOvVaw1_i5CfApjV97dskc0JC93f) Même si cette définition ne vous plaît pas, la COM 2019-2023 regorge de références à la diffusion d'une information complète. Voir sections 1.1.1 et 1.2

<sup>10</sup> RIC mai 2024, question 13

Le statut de l'AFP reprend la plupart des éléments de la définition du journalisme de l'Association canadienne des journalistes. L'article 1 énonce notre mission qui consiste à rechercher la vérité pour notre public et à la lui diffuser :

- 1° De rechercher, tant en France qu'à l'étranger, les éléments d'une information complète et objective ;
- 2° De mettre contre paiement cette information à la disposition des usagers.

L'article 2 énonce des exigences qui peuvent être considérées comme de la méthodologie, en particulier l'indépendance par rapport à toute influence extérieure, une présence mondiale et un service ininterrompu :

- 1° L'Agence France-Presse ne peut en aucune circonstance tenir compte d'influences ou de considérations de nature à compromettre l'exactitude ou l'objectivité de l'information ; elle ne doit, en aucune circonstance, passer sous le contrôle de droit ou de fait d'un groupement idéologique, politique ou économique ;
- 2° L'Agence France-Presse doit, dans toute la mesure de ses ressources, développer son action et parfaire son organisation en vue de donner aux usagers français et étrangers, de façon régulière et sans interruption, une information exacte, impartiale et digne de confiance ;
- 3° L'Agence France-Presse doit, dans toute la mesure de ses ressources, assurer l'existence d'un réseau d'établissements lui conférant le caractère d'un organisme d'information à rayonnement mondial.

En ce qui concerne la méthodologie, la vérification des faits est un outil essentiel de la boîte à outils journalistique. Nous devons le faire pour répondre à l'obligation de fournir une information exacte, impartiale et digne de confiance. La relecture par un éditeur est un élément essentiel dans un processus visant à garantir la qualité de l'information fournie par l'AFP et notre service TikTok manque clairement à l'obligation fixée dans notre mission. Mais même s'ils sont revus par un rédacteur, nos vérifications de faits pour TikTok ne sont pas du journalisme car elles ne sont pas publiées, même si elles contiennent des éléments de journalisme. Notre service TikTok est clairement un service de **modération de contenu**.<sup>11</sup> La question se pose donc : l'AFP doit-elle exercer une telle activité et doit-elle le faire à partir de la salle de rédaction ?

## LA PRODUCTION SUR DEMANDE ET LA DÉLIMITATION ENTRE AFP ET LES FILIALES

La question de savoir si la modération des contenus doit être effectuée par l'AFP et à partir de la rédaction ne doit pas être considérée uniquement sous l'angle de l'alignement ou non de cette activité sur notre mission mais doit respecter la pratique de l'hébergement des services de production à la demande dans les filiales pour éviter les conflits d'intérêts et protéger l'impartialité de l'Agence.

Le statut de l'AFP stipule que notre mission principale est de fournir « une information exacte, impartiale et digne de confiance » et le COM 2019-2023 a noté que la loi de décembre 2018 sur la lutte contre la désinformation reconnaît l'intérêt public dans l'accès à une information fiable par le public.<sup>12</sup> Ainsi, on pourrait certainement dire qu'aider à éliminer la désinformation potentiellement dangereuse des médias sociaux s'aligne sur la mission principale de l'AFP. Mais pour SUD-AFP, le fait que ces vérifications de faits pour TikTok ne soient pas diffusées les place en dehors de la mission d'intérêt public de l'AFP. Non seulement l'article 1 insiste sur la diffusion, mais aussi l'article 2.2.5 du COM 2024-2028, qui précise que :

<sup>11</sup> Sans l'utilisation de l'expression « modération de contenu », le projet est décrit comme cela sur notre [site Web](#). « L'AFP (...) est rémunérée par TikTok dans plusieurs pays d'Asie et d'Océanie, d'Europe, du Moyen-Orient et d'Amérique latine hispanophone pour vérifier des vidéos qui contiennent potentiellement de fausses informations. Les vidéos sont supprimées par TikTok si les équipes de l'AFP démontrent que l'information véhiculée est fausse »

<sup>12</sup> COM 2019-2023, section 2.2. page 15

*L'AFP doit être organisée de façon à diffuser l'information largement et en permanence...*

Le statut de l'AFP stipule clairement que la mission principale de l'Agence est de fournir à ses clients des informations destinées à la publication et non à la production à la demande. Il semble évident que les services rendus à la demande d'un client privé ne font pas partie de notre mission d'intérêt public. L'article 13 de notre statut, modifié en 2015 à la suite de l'enquête de l'Union européenne sur les aides d'État, autorise spécifiquement l'AFP à exercer d'autres activités, mais précise qu'elles doivent être menées dans des filiales.

*Les activités de l'Agence France-Presse ne relevant pas des missions d'intérêt général définies aux articles 1er et 2 font l'objet d'une comptabilité séparée.*

La direction de l'AFP a récemment réaffirmé cette division en réponse à une question syndicale sur la stratégie de l'AFP de développer davantage d'activités dans le segment qu'elle appelle "Entreprises et institutions" :

*Les entreprises et institutions sont une catégorie de clients aujourd'hui couverte par deux canaux : nos filiales de diversification d'une part, l'AFP d'autre part, qui vend aux entreprises et institutions son " fil " comme elle le fait pour ses clients médias. C'est bien ce que dit la phrase qui utilise l'expression " cœur de métier " pour montrer qu'il s'agit de vendre le fil AFP par différence avec la production à la demande des filiales. Cette activité " cœur de métier " relève bien de l'information, et non de la communication.<sup>13</sup>*

M. Fries l'a également confirmé lors de la réunion du CSE de juillet 2024 :

**Représentant de Personnel** - ... la production à la demande pour augmenter le chiffre d'affaires hors média se fera-t-elle toujours au travers de Factstory et des autres filiales ?

**Fabrice FRIES** - Oui, bien sûr, c'est très clair. Dès lors qu'il y a une production à la demande, c'est filialisé.<sup>14</sup>

Le travail que nous effectuons pour TikTok est clairement une production à la demande. C'est TikTok qui nous envoie les vidéos à vérifier<sup>15</sup> et les vérifications terminées sont fournies à TikTok. Elles ne sont pas publiées sous cette forme à l'intention d'autres clients. Cela ne fait pas partie du "cœur de métier" de nos fils d'actualité. Le service que nous fournissons à TikTok doit donc être effectué dans une filiale afin de garantir qu'il n'y a aucune possibilité que l'État français subventionne TikTok et de se prémunir contre d'éventuels risques pour notre réputation.

L'AFP fait également de la modération de contenu pour Meta, qui est aussi une production à la demande. Celle-ci est cependant réalisée via la filiale Factstory.

## LES RISQUES DE RÉPUTATION

SUD-AFP estime que l'absence de contrôle éditorial sur notre service TikTok et le fait qu'il soit géré dans la salle de rédaction créent des risques potentiels pour la réputation de l'AFP. TikTok demande à l'AFP et à

<sup>13</sup> RIC mars 2024, question 4

<sup>14</sup> PV CSE 5 juillet 2024, page 8.

<sup>15</sup> S'il est possible pour les fact-checkeurs de proposer des sujets à vérifier, le fait d'être payé à l'article rend cette possibilité peu attractive. Les fact-checkeurs ont expliqué à SUD-AFP qu'en pratique, ils devaient réaliser la vérification des faits pour pouvoir les proposer aux rédacteurs. Donc, ils doivent faire le travail sans garantie de rémunération. De plus, ils ont indiqué que les rédacteurs ne sont pas très réactifs et que fréquemment les propositions de sujets restent sans réponse.

d'autres organismes de presse de procéder à la vérification des faits à sa place, ce qui le met à l'abri des accusations de partialité dans la modération de son contenu. C'est ce qui est arrivé aux États-Unis à Twitter et Facebook et à leur supposée suppression des voix de droite par la vérification des faits. Au lieu de cela, TikTok peut souligner (et le fait) que la détermination de la désinformation d'un contenu est entre les mains d'organisations médiatiques indépendantes et impartiales.<sup>16</sup> TikTok tire profit de notre réputation d'impartialité, d'intégrité et d'indépendance.

Le COM 2024-2028 a reconnu certains des dangers inhérents à cette situation pour les vérificateurs de faits :

*...le fact-check est vu par les publics les plus défiants envers les médias comme censeur, agressif, donneur de leçons (un sentiment renforcé par les choix graphiques types « croix rouge », « vrai/faux » et par des messages des plateformes en cas de modération qui jettent parfois le mauvais rôle sur les fact-checkers plutôt que d'assumer leur modération)<sup>17</sup>*

Ainsi, lorsque l'AFP fait de la vérification de faits et/ou de la modération de contenus, la réputation de l'Agence est en jeu. Et notre réputation est en jeu lorsque nous défendons la réputation de TikTok tout en étant payés par la plateforme. Il ne s'agit pas seulement de s'assurer que TikTok passe le cap des régulateurs en matière de lutte contre la désinformation ou de contrarier certains anti-vaxxers. TikTok nous a demandé de vérifier les faits dans une vidéo affirmant que les gens devraient supprimer TikTok parce que la Chine utilise l'application pour espionner les gens (page 20). Il est clair que l'AFP a un conflit d'intérêts financier qui devrait lui interdire de vérifier les faits concernant TikTok, comme c'est le cas pour les conflits d'intérêts financiers qui obligerait ses journalistes à se retirer de la couverture d'un sujet.<sup>18</sup> L'article 2 de notre statut stipule que :

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

Il est évident que l'AFP n'est pas tombée sous la coupe de TikTok et il serait difficile de prouver que TikTok influence notre travail. Mais les apparences ont aussi leur importance. Le Conseil Supérieur l'a déjà reconnu dans sa décision de février 2020 concernant AFP-Services (aujourd'hui Factstory), affirmant que les risques de réputation posés par les travaux que la filiale mène pour les entreprises sont *« davantage liés à l'apparence d'impartialité de l'Agence qu'à l'impartialité effective de l'information produite par ses journalistes. »*

Dans cette affaire, le Conseil Supérieur a accepté l'argument de la direction selon lequel elle avait mis en place des procédures pour s'assurer de :

*...contrôler régulièrement l'absence de situation de conflits d'intérêts pour sa filiale, d'éviter toute forme de confusion entre ses activités et celles d'AFP-Services et de faire en sorte qu'aucun soupçon sur l'impartialité de l'information ne puisse être raisonnablement fondé sur les activités d'AFP-Services.*

La direction a ensuite accédé à une demande de longue date des syndicats de changer le nom d'AFP-Services afin de réduire le risque de confusion entre les activités de l'AFP et celles d'AFP-Services.

<sup>16</sup> <https://www.tiktok.com/transparency/en-us/combating-misinformation/>

<sup>17</sup> Page 19

<sup>18</sup> Charte AFP des bonnes pratiques éditoriales et déontologiques, page 13

Le Conseil Supérieur a également fait comprendre à la direction l'importance de protéger la réputation de l'Agence.

*Il lui appartiendra, dans l'usage des instruments de contrôle dont elle s'est dotée (en particulier dans les décisions sur les contrats conclus par AFP-Services et les décisions d'emploi de journalistes AFP), de faire preuve d'une vigilance constante, non seulement quant à l'impartialité de l'information qu'elle produit, mais encore quant à la protection de son capital réputationnel.*

Le Conseil Supérieur a donc reconnu le danger des apparences de conflits d'intérêts et l'importance de mettre en place des procédures pour les éviter. Dans le cas de notre service TikTok, il semble qu'il y ait de graves lacunes dans les procédures (si tant est que ces procédures soient réellement fixées) visant à éviter tout conflit d'intérêts ou toute apparence de conflit d'intérêts. Le vérificateur de faits qui a reçu une vidéo d'allégations d'espionnage de TikTok et de la Chine a déclaré n'avoir reçu aucune instruction sur la manière de traiter les allégations impliquant TikTok.

Le fait que l'affirmation ait été qualifiée d'opinion et que du contexte ait été fourni ne devrait être qu'une consolation limitée - elle n'aurait pas dû être vérifiée du tout et montre un manque de formation et de contrôle. Si cette vérification de faits était rendue publique, la réputation d'impartialité de l'AFP en pâtirait, car l'opération de vérification est effectuée directement par l'Agence. Cela mettrait également l'AFP dans une situation délicate vis-à-vis de l'Etat français, qui n'autorise pas les fonctionnaires à installer TikTok sur leurs téléphones professionnels.

Ce cas n'est peut-être pas quotidien, mais ce n'est pas la seule fois où TikTok nous a envoyé des vidéos contenant des allégations à son sujet. Elle montre l'importance de la raison pour laquelle nous ne devrions pas effectuer la modération de contenu directement sous notre propre nom, mais sous celui d'une filiale distincte. Nous avons besoin du "mur éthique" - aussi fragile soit-il - qu'une filiale fournit pour aider à isoler la réputation de l'AFP. La direction a rassuré les syndicats à plusieurs reprises en leur disant qu'elle examinait régulièrement le travail de la filiale pour s'assurer qu'elle ne créait pas de conflits d'intérêts apparents avec les informations de l'AFP.

Le fait de confier la modération du contenu de TikTok à une filiale permettrait également à l'Agence de se prémunir contre les apparences de conflits d'intérêts liés à la vérification de faits concernant des entreprises (des clients en particulier) et des hommes politiques.

Le contrat TikTok soulève des questions quant à la capacité de la direction à éviter d'éventuels conflits d'intérêts dans le cadre de contrats commerciaux : (1) elle a choisi de mener une activité de production à la demande au sein même de l'AFP plutôt que dans une filiale, (2) elle n'a pas établi de règles claires pour les vérificateurs de faits de TikTok concernant la notation des affirmations relatives à TikTok et (3) elle n'a pas mis en place un contrôle suffisant pour s'assurer que cela ne se produise pas (ou pire, elle le savait et ne s'en est pas souciée).

Il est tout aussi inquiétant de constater qu'au moins deux journalistes ayant exprimé leurs inquiétudes quant à l'affaiblissement des normes éditoriales pour les vérifications de faits destinées à TikTok ont fait l'objet de représailles et ont été contraints de quitter l'entreprise.<sup>19</sup>

Comme la direction a mis au point l'organisation actuelle et en a défendu l'utilité, on ne peut pas lui faire confiance pour mener seule une "réflexion" et réorganiser l'activité. Il est nécessaire que le Conseil Supérieur émette une décision claire stipulant au minimum que la modération de contenu telle que nous la faisons pour

---

<sup>19</sup> L'un des vérificateurs de faits remerciés était celui qui avait demandé au directeur de l'information mondiale, Phil Chetwynd, quand les vérificateurs de faits pourraient espérer obtenir des contrats permanents pendant les sessions mondiales de questions-réponses par Teams en 2023. Lorsque le nouveau flux de travail a été introduit, il a demandé si la soumission directe des vérifications de faits à TikTok signifiait une responsabilité supplémentaire pour les journalistes. L'autre vérificateur de faits remercié était un rédacteur qui a exprimé ses doutes quant à la soumission de vérifications de faits non vérifiées à TikTok.



TikTok est une production à la demande et insiste pour qu'elle soit effectuée dans une filiale, comme l'est la modération de contenu que nous faisons pour Meta.

Nous demandons également au Conseil Supérieur d'insister pour que la direction démontre qu'une formation et des contrôles efficaces sont en place pour minimiser les risques de réputation liés à nos activités de modération de contenu. Étant donné que la direction élabore des lignes directrices pour les fondations caritatives qui parrainent notre journalisme, il n'est pas déraisonnable d'exiger de la direction qu'elle mette en place des contrôles plus stricts sur les activités de modération de contenu.

Enfin, nous demandons au Conseil Supérieur de réaffirmer que l'AFP doit respecter les normes de qualité et d'impartialité qui lui ont été fixées et que l'Agence elle-même ne peut les abaisser pour le bien d'un client.

Paris, le 30 septembre 2024

Pour la délégation SUD-AFP  
XXXX XXXX, délégué syndical

## Exemple de vérification des faits TikTok (1)

## Exemple de vérification des faits TikTok (2)

Exemple de fact-checking traditionnel de l'AFP

<https://factuel.afp.com/doc.afp.com.36EV67N>

[Élections américaines 2024 Mpox Politique américaine](#)

Partager sur :



Non, ces images ne montrent pas une file d'attente liée à un dépistage du mpox

- Publié le 28 août 2024 à 10:22
- 
- Lecture : 7 min
- Par : [Nahiara S. ALONSO](#), [AFP Etats-Unis](#), [AFP France](#)
- Traduction et adaptation : [Océane CAILLAT](#)

Le 14 août 2024, l'OMS a déclaré le statut d'urgence de santé publique de portée internationale concernant l'épidémie du virus mpox. Dans ce contexte, des internautes ont relayé sur les réseaux sociaux des images qu'ils présentent comme une file d'attente pour un dépistage du mpox aux Etats-Unis. Or, cette interprétation est fautive puisque ces images montrent en réalité des personnes qui patientent pour assister à un événement électoral de Tim Walz, le colistier de Kamala Harris dans le Nebraska.

*"Longues files d'attente pour les tests de monkeypox à Omaha, Nebraska On dirait que le C-19 nous a rien appris... De plus, les masques, les tests PCR, les confinements et les vaccinations peuvent reprendre et les gens courront avec plus de désir",* écrit sur [X](#) un internaute dans une publication postée le 20 août 2024 et depuis partagée des centaines de fois.

L'utilisateur relaie une vidéo de 9 secondes. On y voit des centaines de personnes former une longue queue en patientant debout à l'extérieur devant des bâtiments.

Image

Capture d'écran d'une publication X, réalisée le 27 août 2024.

Cette affirmation et ces mêmes images ont aussi circulé sur Instagram, ainsi que dans d'autres langues comme en [anglais](#), [allemand](#) et [espagnol](#). Or, cette allégation est fautive et repose sur une vidéo décontextualisée.

## Une vidéo prise en amont d'un meeting de Tim Walz

Réaliser une recherche d'images inversées à partir de captures d'écran effectuées sur la vidéo permet de savoir si ces images ont déjà été diffusées auparavant sur internet.

<span class="d-none"/>

Pour cette vidéo, les résultats montrent que des images de cette même queue ont été diffusées à partir du 17 août 2024. Or, les légendes qui accompagnent ces images n'ont rien à voir avec le mpox. Les internautes évoquent en effet une queue pour assister à un événement de campagne électorale de Tim Walz, le co-listier de Kamala Harris, candidate démocrate engagée dans la course à la Maison Blanche.

La vidéo devenue virale a été retrouvée par l'AFP. Elle a été postée par John Jankovich sur [X](#), le 17 août 2024 (archivé [ici](#)). L'utilisateur indique en légende "*I can't capture that does this turnout justice for the Tim Walz rally here in Omaha, NE.*" (en français, "*je n'arrive pas à saisir un instant qui rende justice à ce rassemblement de Tim Walz ici à Omaha, NE.*").

Contacté par l'AFP, John Jankovich a assuré avoir enregistré cette vidéo le 17 août 2024. "*J'ai attendu presque deux heures dans la queue pour assister au meeting de Tim Walz*" a-t-il déclaré à l'AFP, le 22 août. Tim Walz se trouvait effectivement à proximité d'Omaha, le 17 août, dans le cadre de la campagne électorale démocrate. Il tenait un meeting dans la salle de concert The Astro de La Vista situé à quelques kilomètres d'Omaha, dans le Nebraska.

Ce retour dans son Etat natal a été rapporté par différents médias américains comme l'[agence AP](#), [USA Today](#) ou encore le quotidien [Omaha World-Herald](#) (archivés [ici](#), [ici](#) et [ici](#)). De plus, une retransmission en direct de cette venue est d'ailleurs toujours disponible sur [le compte X](#) de Tim Walz (archivé [ici](#)).

De surcroît, la comparaison entre les images capturées à partir de la vidéo virale avec celles disponibles sur Google Street View montre bien que les bâtiments que l'on voit en arrière-plan correspondent avec ceux situés à proximité de la salle de concert où se tenait ce rassemblement démocrate.

Image



Capture d'écran d'une publication X, réalisée le 27 août 2024, avec ajout d'encadrés colorés.  
Image



Capture d'écran de Google street view, réalisée le 27 août 2024, avec ajout d'encadrés colorés.

De plus, quelques minutes après avoir partagé cette vidéo John Jankovich a posté une photo où apparaît la façade du [La Vista City Centre](#) dans lequel se trouve la salle de concert The Astro (archivé [ici](#)).

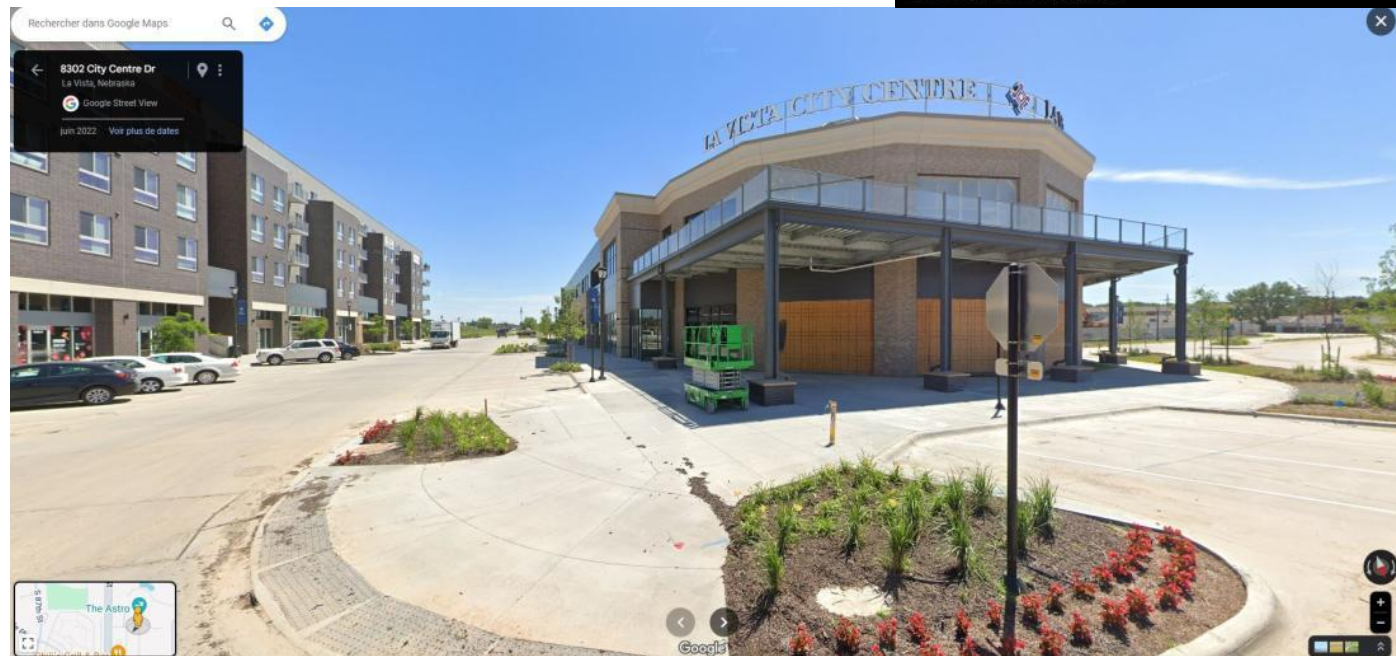


Image

Capture d'écran d'une publication X, réalisée le 27 août 2024.

(Océane CAILLAT)

Image



Capture d'écran de Google Street view, réalisée le 27 août 2024.

La vidéo n'a donc aucun lien avec l'épidémie de mpox qui sévit actuellement en Afrique contrairement à ce que suggèrent les internautes.

## Des cas surtout concentrés en Afrique

Le mpox, "monkeypox disease" en anglais, est une maladie infectieuse transmissible liée à un virus de la famille des poxvirus. Anciennement appelée "variole du singe", son nom a été changé par l'Organisation

mondiale de la Santé (OMS) en novembre 2022 étant donné que cette appellation donnait lieu à des stigmatisations racistes et homophobes, notamment en Afrique.

La maladie a été identifiée pour la première fois en 1970 en République démocratique du Congo et est longtemps restée circonscrite à ce pays et aux territoires voisins. Mais en 2022, elle a commencé à s'étendre au reste du monde avec près de 100 000 cas.

Ce virus se caractérise par "*une éruption cutanée qui peut durer deux à quatre semaines*" semblable "*à des cloques ou à des lésions*" qui peut s'accompagner notamment "*de fièvre, de maux de tête, de douleurs musculaires, de douleurs dorsales*" indique l'OMS sur [son site](#) (archivé [ici](#)).

Les virus dits mpox se classifient en deux grandes familles : le clade 1, plus virulent et mortel et endémique en Afrique, et le clade 2 endémique en Afrique de l'Ouest. Or, une recrudescence récente de cas d'un variant du clade 1 nommé 1b en République démocratique du Congo et dans les pays voisins a incité l'OMS à déclarer [une urgence de santé publique mondiale](#), le 14 août 2024 (archivé [ici](#)).

Image

## Les différents types de mpox

Il existe 2 grandes familles de virus : le clade 1 et le clade 2, beaucoup moins dangereux.

Une épidémie de clade 1 sévit depuis près d'un an en RDC et, à plus petite échelle, dans des pays voisins

	CLADE 1A*	CLADE 1B	CLADE 2
1 <sup>ère</sup> détection chez l'humain	Années 1970	2023	Années 1970
Dangerosité	Jusqu'à 10% de mortalité dans certaines épidémies, moins dans les plus récentes 	Plus que le clade 2, suspecté de l'être plus que le 1a mais non avéré	Moins de 0,1% 
Transmis par	Contact avec : - des animaux infectés - des personnes infectées (dont sexuellement) - du matériel contaminé	- Voie sexuelle plutôt, selon de premières indications	Contact avec : - - -
Âge des pop. les plus touchées (données préliminaires)	Enfants	Adultes	Adultes pour 2b
Zones des épidémies en cours	 En Afrique, République démocratique du Congo (17 794 cas en 2024**) et pays voisins Des cas détectés aussi en Europe et Asie		 Afrique du Sud (24 cas**) notamment
Zones où la maladie est endémique	Afrique centrale		Afrique de l'Ouest

\*Aussi appelé clade 1

\*\*au 16 août

Sources : ECDC, NCBI, CDC, Africa CDC, OMS, Jonas Albaraz (virologue), «A tale of two clades: monkeypox viruses», Journal of General Virology

Présentation des clades ou sous-clades 1a, 1b et 2 du mpox (AFP / Nalini LEPETIT-CHELLA, Sabrina BLANCHARD)

Mais aucune opération de tests à grande échelle n'a été mise en place aux Etats-Unis contrairement à ce que sous-entend l'internaute.

Sur [le site](#) du département de la Santé et des services sociaux du Nebraska, il est indiqué que les tests sont recommandés pour les personnes "*présentant une éruption cutanée*" (archivé [ici](#)).

Contacté par l'AFP, un porte-parole des Centres de contrôle et de prévention des maladies (CDC) a par ailleurs déclaré le 22 août au sujet du clade 1, qui circule actuellement en République démocratique du Congo et dans les pays voisins, que le risque pour les Etats-Unis "*est considéré comme faible*".



"Les CDC ne recommandent aucun test de dépistage du mpox au grand public", a-t-il ajouté. De plus, les CDC rappelaient dans une note mise à jour sur leur site le 26 août 2024 qu' "aucun cas de clade 1 mpox n'a été signalé aux Etats-Unis à ce jour".

Concernant la vaccination, l'OMS n'a pour l'instant fait appel à aucune vaccination massive à échelle planétaire. Si des vaccins sont bien disponibles, l'organisation précise que le vaccin est surtout recommandé pour les "personnes à risque", en l'occurrence : les agents de santé exposés au virus, les hommes ayant des rapports sexuels avec des hommes, les personnes ayant des partenaires sexuels multiples et les travailleurs du sexe.

En ce qui concerne l'Europe, le risque global d'infection par le clade 1 du mpox "est actuellement considéré par le Centre européen de prévention et de contrôle des maladies (ECDC) comme faible", peut-on lire sur [le site](#) du ministère français de la Santé (archivé [ici](#)). En Europe, un premier cas de mpox de clade 1 a été détecté en Suède, le 15 août.

Au sujet de la France, "aucune contamination par le clade 1 n'a été recensée" indique le ministère dans une note mise à jour le 26 août. Le 20 août, le Premier ministre démissionnaire Gabriel Attal a indiqué l'ouverture de 232 sites de vaccination et une promesse de 100 000 doses de vaccins aux pays les plus touchés.

L'épidémie de mpox fait l'objet de beaucoup de désinformation. L'AFP a déjà réfuté des affirmations fausses ou trompeuses à ce sujet comme [ici](#) ou [ici](#).

Partager sur :

- 
- 
- 
-

Vérification des faits problématique sur TikTok :