

Déclaration du Président de l'AFP suite à sa réélection du 12 décembre 2008

Paris 12 décembre 2008 - Alors que le CA vient de m'élire pour un second mandat à la présidence de l'Agence, je voudrais partager avec vous tous un sentiment de responsabilité devant la tâche qu'il nous revient d'accomplir ensemble, pour préparer l'avenir.

Un premier mandat de 3 ans a permis d'engager résolument l'AFP, avec l'équipe de direction que j'ai constituée et avec le soutien constant du personnel, sur la voie du redressement et de la modernisation.

Notre travail de couverture s'est poursuivi, sur tous les continents, au plus près des événements de toute nature, guerres, crises économiques, faits divers et faits sociaux, Jeux Olympiques, élections américaines tout récemment, avec le souci permanent de l'exactitude, de l'objectivité et dans une indépendance rédactionnelle qui ne peut être contestée.

En texte, photo, infographie, vidéo et multimédia, en six langues, dans le monde entier et quels qu'en soient les risques, la qualité de nos couvertures est toujours plus reconnue, alors que prolifèrent les « sources » et les opinions plus ou moins fiables, sur tous les supports de la communication électronique.

Les comptes ont été assainis : dans un contexte économique et de taux de changes favorable, la marge d'exploitation a doublé depuis 2004 ; l'AFP affichera en fin d'année 2008 pour la troisième année consécutive un résultat net positif et le budget 2009 permet d'espérer une poursuite de cette tendance, même si la crise mondiale peut nous réserver quelques mauvaises surprises.

Des cessions d'actifs non-stratégiques et souvent déficitaires ont été pratiquées, dégageant plus de 20 millions d'euros de produits, la trésorerie est aujourd'hui reconstituée.

Des programmes structurants, de nature à améliorer la gestion de l'Agence et à faciliter son pilotage, ont été mis en œuvre dans le domaine commercial et dans celui des ressources humaines.

Une nouvelle stratégie de développement et de diversification de l'offre commerciale a été définie, dès janvier 2006.

Fidèle au rôle assigné à l'AFP par la puissance publique dans les années de l'après-guerre, conforme à la vocation « business to business » de l'Agence, cette stratégie consiste à accompagner les quelque 5000 clients de l'AFP à travers le monde dans la révolution numérique.

A cette fin, l'Agence, tout en s'appuyant sur le socle solide du service général, continue à investir dans les langues et régions de croissance, l'anglais et l'arabe, l'Europe et le Moyen-Orient, et à développer, dans un monde qui a un goût toujours plus grand pour l'Internet et les images, la photo (près de 40 millions d'euros de CA 2008) et les produits multimédia (25% de croissance en 2007 et 2008).

Enfin, grande nouveauté à l'Agence, et parce que l'image animée est évidemment devenue une nécessité, les années 2006-2008 ont vu le développement de la vidéo AFP dans le monde : triplement du chiffre d'affaires en 2 ans et business plan respecté.

Augmentant son chiffre d'affaires à l'étranger, l'Agence n'a pas pour autant négligé ses clients français, leur proposant notamment depuis juin 2007, en complément de ses services traditionnels, de nouvelles offres en syndication : offre commune SPORT, plate-forme vidéo commune avec Kewego, plateforme de collecte d'images d'amateurs et de lecteurs via CitizenSide.

Du côté des charges, la maîtrise des effectifs et des charges de personnel dans une maison de matière grise a été rendue possible par une gestion rigoureuse, mais aussi par la signature d'un « plan de renouvellement des compétences » dans le domaine technique.

Les dernières semaines ont été consacrées à l'achèvement de la négociation d'un Contrat d'Objectifs et de Moyens pour la période 2009-2013, qui permettra d'approfondir la stratégie rappelée ci-dessus - et aussi son développement le plus récent, le lancement d'offres de services d'information à forte composante technologique.

Avec ce COM s'engage une réflexion approfondie sur le statut de l'AFP à laquelle nous invite la puissance publique. Toute évolution statutaire se fera dans l'absolu respect de l'indépendance éditoriale et intellectuelle de l'Agence et de ses journalistes. Je m'en porte personnellement garant. Toutes les précautions juridiques seront prises pour préserver ainsi les attributs essentiels de notre marque. Mieux financée, l'Agence ne manquera plus les grands rendez-vous du développement de ses activités.

L'Agence a entrepris sa mue, sans crise sociale ni heurt. Il s'agit désormais de poursuivre sa mission en accélérant le travail de modernisation engagé, notamment par la transformation de l'appareil de production et de diffusion des services : c'est là tout le sens du programme dit « 4XML », dont la conception, l'écriture et le déploiement devraient occuper les 5 années du COM, voire un peu plus.

On ne s'affirme pas « Agence tout multimédia » sans modifier des habitudes et dispositifs parfois très anciens.

Le renouvellement informatique n'ira pas sans réorganisation du travail, redéploiements, efforts de formation. Ces mutations ne sont pas seulement nécessaires, elles sont indispensables. Je pense à ceux qui ont devant eux de nombreuses années de travail à l'AFP, comme à ceux qui voient la fin de leur carrière approcher, et je compte sur chacun, dans son domaine, pour être un acteur du changement.

Au moment où il faut relever ces défis, alors que la puissance publique a confirmé son appui à l'AFP en lui

accordant en plus des abonnements annuels un financement exceptionnel de 20 millions d'euros, je suis fier et heureux de poursuivre avec vous l'action engagée, pour l'Agence et pour lui garantir la place qu'elle mérite au service de ses clients : une place de premier plan dans le futur des médias et des démocraties.

Pierre Louette le 12 décembre 2008



Pierre Louette, 45 ans, diplômé de l'IEP Paris (avec félicitations du jury, 1984), licence de droit (université Paris-Sorbonne, 1985), ancien élève de l'ENA (1989), est président-directeur général de l'Agence France Presse depuis 2005. Conseiller référendaire à la Cour des Comptes, il a été, à ce titre, rapporteur de la commission financière de l'AFP de 1990 à 1992. Conseiller technique communication, jeunesse et sports au cabinet d'Edouard Balladur à Matignon, de 1993 à 1995, il a rejoint ensuite France Télévisions où il a exercé les fonctions de secrétaire général de la présidence et de directeur de la communication du Groupe. Au sein du Groupe Havas Advertising, de 1996 à 2000, il a été directeur des activités multimédias, fondateur et président-directeur général de ConnectWorld, agence de communication interactive et réseau international. Entré chez LVMH en 2000 comme directeur de l'incubation et directeur marketing communication monde, il est devenu directeur général adjoint d'Europatweb (fonds d'investissement dans l'Internet de Bernard Arnault) et, à ce titre, vice-président du conseil de surveillance de Zebank. Il a retrouvé la Cour des comptes en août 2003. De 2003 à 2005, il a été directeur général gestion de l'AFP.



PARIS - La lettre de mission de Pierre Louette, réélu vendredi à la tête de l'agence de presse, lui demande de mener à bien la réflexion sur l'évolution du statut de l'AFP qui date de 1957.

Candidat à sa succession, Pierre Louette, qui avait été nommé à la tête de l'Agence France-Presse (AFP) fin 2005, a été réélu vendredi pour trois ans à son poste avec 12 voix pour. Les deux représentants du personnel se sont abstenus. Un seul autre candidat était en lice pour la présidence de l'agence, le journaliste de l'AFP, Patrick Brosselin. Les prochains mois ne seront toutefois pas de tout repos pour cet énarque, ancien conseiller du cabinet d'Edouard Balladur. Le conseil d'administration a en effet donné vendredi à Pierre Louette sa lettre de mission. Celle-ci lui demande de moderniser le statut de l'agence qui date de 1957 et fait de l'AFP un organisme particulier n'ayant ni capital ni actionnaire. En octobre, le président de l'agence de presse avait déjà reçu mandat des représentants de l'Etat au conseil d'administration de l'agence d'ouvrir ce chantier sensible. Ses propositions sont attendues avant la fin de mars 2009.

Devant les administrateurs, Pierre Louette aurait évoqué une piste : la création d'une fondation, qui chapeauterait l'AFP transformée en société par actions et dont le capital serait détenu par un ou plusieurs actionnaires. Des noms circulent en interne : la Caisse des Dépôts et Consignations, l'Agence des Participations de l'Etat (APE). Une modification du statut de l'AFP passera forcément par la voie parlementaire. Ce qui inquiète déjà les salariés. « Sur le fond, cela pose de nombreuses questions. Comment l'indépendance éditoriale de l'agence sera-t-elle assurée ? Par ailleurs, l'AFP ne va-t-elle pas s'éloigner de sa mission originelle qui est de donner une information exhaustive et mondiale et de se recentrer sur les activités rentables ? », s'interroge Christophe Beaudufe, représentant du personnel au conseil d'administration. L'inquiétude en interne est d'autant plus vive qu'au printemps l'agence a été attaquée par l'UMP qui l'accusait de ne pas traiter tous ses communiqués. L'affaire avait dû être arbitrée par le conseil supérieur de l'AFP.

Bilan satisfaisant

Au cours de son précédent mandat, Pierre Louette a largement développé l'agence dans le multimédia et la vidéo. Cet objectif sera poursuivi pendant les trois prochaines années, l'AFP devant « se transformer en agence multimédia ». Un accord aurait été trouvé avec l'Etat pour accompagner la modernisation informatique de l'agence, dont le coût a été évalué à 20 millions d'euros par son PDG.

Sur le plan financier, Pierre Louette peut se prévaloir d'un bilan plutôt satisfaisant puisqu'il a sorti l'AFP du rouge. Selon les comptes provisoires de 2008, l'agence devrait réaliser un bénéfice net de 3,5 millions d'euros cette année, après un profit net de 6,1 millions en 2007 qui tenait pour partie à des résultats exceptionnels. En 2009, il serait inférieur à 2 millions d'euros, selon le projet de budget. Mais l'AFP attend toujours la signature de son contrat d'objectif et de moyens (COM) par le ministère de la Communication et de la Culture pour la période 2009-2013. Ce ne serait qu'une question de jours.

