



c/o David Sharp
Agence France-Presse
Documentation Générale
13 place de la Bourse
75002 PARIS

M. Thierry Le Roy
Président du Conseil Supérieur de l'AFP
Conseil d'Etat
Place du Palais Royal
75001 PARIS

Paris, le 8 juin 2012

Objet : Réponses aux observations du PDG Emmanuel Hoog suite à notre saisine du 11 mai 2012

Monsieur,

Suite à votre courrier du 1er juin 2012, veuillez trouver ci-joint les réponses de SUD-AFP aux observations présentées par le Président-Directeur Général de l'Agence France-Presse en réponse à notre plainte du 11 mai.

Pour toute information complémentaire, vous pouvez me contacter au 06 33 13 32 91 ou à l'adresse de courriel david.sharp@afp.com.

Veuillez agréer, Monsieur le Président, l'assurance de ma considération respectueuse.

David SHARP
Élu du comité d'entreprise de l'AFP
Délégué syndical SUD-AFP

Les réponses de SUD-AFP aux observations du PDG Emmanuel Hoog

Sommaire

Précision	2
1: Sur la recevabilité de la demande de SUD-AFP	2
2: Sur la publication par certains médias francophones d'estimations électorales avant l'heure légale	4
3: Sur les obligations de l'AFP envers ses clients	6
4: Sur la distinction entre « sondages » et « estimations »	8
5: Sur le nombre de Français ayant eu connaissance des estimations avant l'heure	8
6: Sur les « influences ou considérations » qui auraient poussé l'AFP à transmettre les estimations électorales à ses clients avant l'heure légale	9
Conclusion	10
Annexe : Extrait d'un compte-rendu du Conseil d'administration de l'AFP	11

Précision

Dans ce qui suit, nous faisons référence à l'argumentaire que nous avons transmis au Conseil supérieur le 29 mai dernier.

A la lecture des observations du Président-Directeur Général, datées elles aussi du 29 mai, il nous semble qu'il a dû les rédiger avant d'avoir pu prendre connaissance de nos réflexions.

Selon nous, notre argumentaire répond à bon nombre des points soulevés dans les observations de M. Hoog ; c'est pourquoi nous le citons à plusieurs reprises dans la présente réponse.

Par conséquent, nous vous demandons de bien vouloir considérer l'argumentaire en question - qu'il ne nous semble pas nécessaire d'inclure *in extenso* dans le présent document - comme faisant partie intégrante de nos réponses.

1: Sur la recevabilité de la demande de SUD-AFP

Nous sommes surpris de voir que le PDG Emmanuel Hoog s'appuie sur des arguments formels - et par ailleurs peu convaincants - pour tenter d'éviter une décision du Conseil supérieur concernant la diffusion avant l'heure légale d'estimations sur le résultat de l'élection présidentielle 2012.

Alors que sa décision a provoqué une mise en garde et une plainte de la Commission des sondages¹, suivie d'une enquête de police, alors qu'elle a aussi suscité un vif débat au sein du Conseil d'administration de l'AFP², il nous semble légitime voire souhaitable, dans l'intérêt de l'Agence, que la direction demande au Conseil supérieur de conforter sa position. Cependant, au lieu de chercher à renforcer la légitimité de ses choix par un soutien de la part de l'organisme suprême de l'agence, M. Hoog tente d'échapper à une prise de décision du Conseil supérieur, en arguant que notre syndicat SUD-AFP n'est pas habilité à le saisir.

1 Cf. le communiqué de la Commission en date du 27 avril 2012 : <http://www.commission-des-sondages.fr/hist/communiqués/communiqué-sondages-elections-presidentielles-27avril2012.htm>.

2 Cf. le compte-rendu des représentants du personnel de l'agence au Conseil d'administration de la réunion du CA en date du 2 mai 2012. Nous reproduisons en annexe [un extrait de ce document](#).

Si l'on suivait l'argument de M. Hoog, le droit de saisir le Conseil supérieur serait réservé aux seules organisations patronales et aux clients qui paient, seuls « usagers » reconnus, selon lui.

Or, sous la présidence de son prédécesseur, M. Pierre Louette, le Conseil supérieur a accepté de statuer sur plusieurs plaintes d'organisations syndicales, les ayant jugés recevables en l'état.

Nous signalons entre autres le recours déposé le 9 octobre 2009 par le syndicat Force Ouvrière, auquel SUD-AFP tout comme les syndicats SNJ-CGT et SNAREP-CFE-CGC de l'AFP se sont associés, comme il est noté dans la décision rendue par le Conseil en date du 23 novembre 2009.

Le Conseil a également jugé recevable un recours déposé le 21 avril 2008 par le seul syndicat SNJ-CGT, concernant la perception par l'AFP de recettes publicitaires.

En 2008 et 2009, le Conseil supérieur a donc eu la sagesse de reconnaître aux organisations syndicales du personnel la capacité à le saisir. Cette capacité n'a pas été contestée par le PDG de l'époque, et à juste titre.

Nous considérons par ailleurs que si notre syndicat peut être considéré comme une « organisation professionnelle de presse » aux termes de l'article 5 de la loi du 10 janvier 1957, il y a également lieu de considérer le personnel de l'Agence France-Presse, et notamment ses journalistes, comme des « usagers » aux termes de ce même article.

En fait, les journalistes de l'AFP - soit les deux tiers des salariés de l'agence représentés par les organisations syndicales - sont les premiers usagers des services de l'agence.

Les dépêches électorales, pour ne parler que d'elles, sont utilisées par de nombreux journalistes de l'agence, qui les éditent, adaptent, mettent en forme et en images (multimédia, infographie) ou traduisent en d'autres langues. Étant salariés de l'AFP, ils ne paient pas les services dont ils sont les usagers les plus immédiats.

Par ailleurs, la distribution des informations de l'AFP a considérablement évolué. Si l'agence était à l'origine uniquement un grossiste de l'information, elle a développé la vente au détail³ et s'adresse de plus en plus directement au grand public. Ainsi, tout citoyen devient usager - ou a la possibilité de le devenir : il lui suffit d'acheter une photo, une infographie, un article, voire de devenir gratuitement usager d'un des blogs mis en place dans le cadre de la démarche visant à promouvoir l'AFP et sa marque dans tous les espaces de l'information, y compris Internet.⁴

L'article du blog « Making-of » sur la soirée électorale du 6 mai (que nous avons cité dans notre argumentaire) est suivi d'une réaction de David Sharp, au nom de SUD-AFP. La publication de cette réaction sur le blog de l'AFP atteste du fait que M. Sharp, élu SUD-AFP au Comité d'entreprise de l'AFP et délégué syndical, est bel et bien usager de l'AFP.

Accessoirement, nous faisons remarquer que les organisations syndicales sont souvent clientes de l'AFP en tant que telles.

SUD-AFP est affilié à l'Union syndicale Solidaires dont l'organisme de formation Cefi Solidaires est abonné au service « AFP Liaisons sociales ». Solidaires est par ailleurs client occasionnel du service Photo de l'AFP.

³ Cf. par exemple le service fourni par l'Européenne des données pour le compte de l'AFP : <http://www.pressedd.fr/>

⁴ A au moins deux reprises, le Conseil supérieur a d'ailleurs jugé recevables des recours déposés par de simples citoyens sur la base de l'achat d'une dépêche sur Internet. Cf. par exemple la décision rendue le 9 mars 2012 concernant la plainte de l'association « Rassemblement pour l'initiative citoyenne ».

Le syndicat SUD est donc usager de l'AFP et il ne serait pas dans l'intérêt de l'agence de ne pas instruire sa demande, d'autant que cette dernière concerne des faits qui divisent le Conseil d'administration et ont entraîné une enquête de police.

2: Sur la publication par certains médias francophones d'estimations électorales avant l'heure légale

Comme nous l'avons fait remarquer dans notre argumentaire, les principaux médias cités par le PDG comme ayant devancé l'AFP en publiant des estimations avant l'heure légale ne peuvent en aucun cas être considérés comme des concurrents de l'agence.

Le 29 mai nous écrivions en effet :

Nous avons donc fortement l'impression d'être en présence d'un phénomène du type « pompier pyromane » : loin de s'être défendue stoïquement contre un déferlement de violations de l'embargo légal sur la publication des estimations avant 20 heures de la part de ses grands concurrents, l'AFP semble au contraire avoir encouragé de telles violations chez un certain nombre de ses propres clients.

Dans ces conditions, nous sommes assez perplexes face à la déclaration d'Emmanuel Hoog, déjà citée, selon laquelle « le monde de l'information en France doit comprendre que l'AFP est une agence internationale, nos milliers de clients à l'étranger n'auraient pas compris de devoir attendre de nos concurrents anglo-saxons les premières estimations des résultats de l'élection présidentielle française ».

Quant à la publication précoce des résultats sur des sites belges et suisses ou par des chaînes de télévision de ces mêmes pays, sans oublier un petit site basé en Nouvelle-Zélande, aucun de ces organes ne peut être considéré, à notre connaissance, comme concurrent d'une agence de presse à rayonnement mondial !

Ce détail semble avoir échappé à l'auteur de l'article de blog de l'AFP, lorsqu'il écrit :

« Quiconque, en France, possède une connexion internet peut connaître le résultat de la présidentielle en quelques secondes, en consultant Twitter ou en regardant la télévision belge, alors même que tous les médias français sont obligés de rester muets. Face à cette situation, l'AFP, qui dispose d'estimations concordantes, basées sur les premiers dépouillements et fournies par ses propres sources, doit-elle rester silencieuse ? ».

La réponse, nous semble-t-il, est claire : il n'y avait aucune raison impérative, commerciale ou autre, qui l'empêchait de rester silencieuse. Pour quelle raison la télévision belge, malgré tout le respect que nous lui devons, serait-elle susceptible d'infléchir la politique rédactionnelle d'une grande agence de presse travaillant en six langues ?

Nous constatons que l'AFP, dans ses déclarations officielles comme dans l'article publié sur son blog, a entretenu une ambiguïté regrettable entre les véritables concurrents, que sont les autres grandes agences, et un certain nombre de médias francophones qui ne peuvent en aucun cas lui faire de l'ombre.

Dans le cas présent, cette distinction entre l'AFP en tant que fournisseur grossiste d'informations, à l'instar de ses concurrents Reuters et AP, et de grands médias notamment francophones qui sont pour la plupart ses clients, nous semble importante à plusieurs titres :

1. Dans la défense de ses intérêts, et notamment de son statut particulier défini par la loi du 10 janvier 1957, l'AFP doit prendre le plus grand soin de ne pas se présenter comme « un média parmi d'autres » ;
2. Elle doit également éviter à tout prix d'entrer en concurrence avec ses propres clients, et notamment les médias francophones ;

3. En entretenant une confusion entre les intérêts de l'AFP et ceux de certains de ses clients francophones, M. Hoog semble minimiser l'effet d'entraînement induit par la transmission avant l'heure légale des estimations électorales par l'AFP.

En effet, si on peut déplorer la publication sur certains sites web ou chaînes de télévision francophones de ces estimations, chacun conviendra que l'audience de ces médias reste forcément circonscrite aux internautes ou aux téléspectateurs qui les connaissent, même si Twitter joue dorénavant un rôle d'accélérateur de la diffusion instantanée. Dès lors qu'une grande agence comme l'AFP transmet les mêmes estimations à l'ensemble de ses clients, même en ayant pris la précaution de les avertir des risques éventuels d'une publication précoce, elle multiplie de manière importante le nombre de vecteurs de communication susceptibles de violer la loi électorale française.

Enfin, nous sommes surpris de noter que M. Hoog, tout comme de nombreux journalistes, semble prendre pour argent comptant les chiffres fournis par les médias sur la fréquentation de leurs propres sites web. Rappelons :

1. que l'ensemble de ces sites, tout comme les sites de « réseaux sociaux » tels que Facebook et Twitter, ont intérêt à promouvoir leurs sites aux publicitaires et ont donc des raisons de publier des chiffres de fréquentation avantageux ;
2. qu'il est rigoureusement impossible pour un journaliste ne disposant pas d'outils très spécialisés (lesquels tomberaient sans doute sous le coup des lois sur le piratage informatique) de vérifier la véracité de tels chiffres.

Nous ne prétendons pas que les chiffres de fréquentation avancés par des sites tels que « lesoir.be », « rtbf.be » ou « lalibre.be » sont forcément faux - simplement que M. Hoog, tout comme les journalistes du « Monde » dont il cite l'article dans l'annexe 22 de ses observations, devrait les citer avec les précautions d'usage.

Afin d'apporter un autre éclairage aux chiffres fournis par le journal bruxellois « Le Soir », nous reproduisons ci-dessous une capture d'écran du site américain « Google Trends » concernant la fréquentation du site de ce journal pendant le mois d'avril 2012⁵.

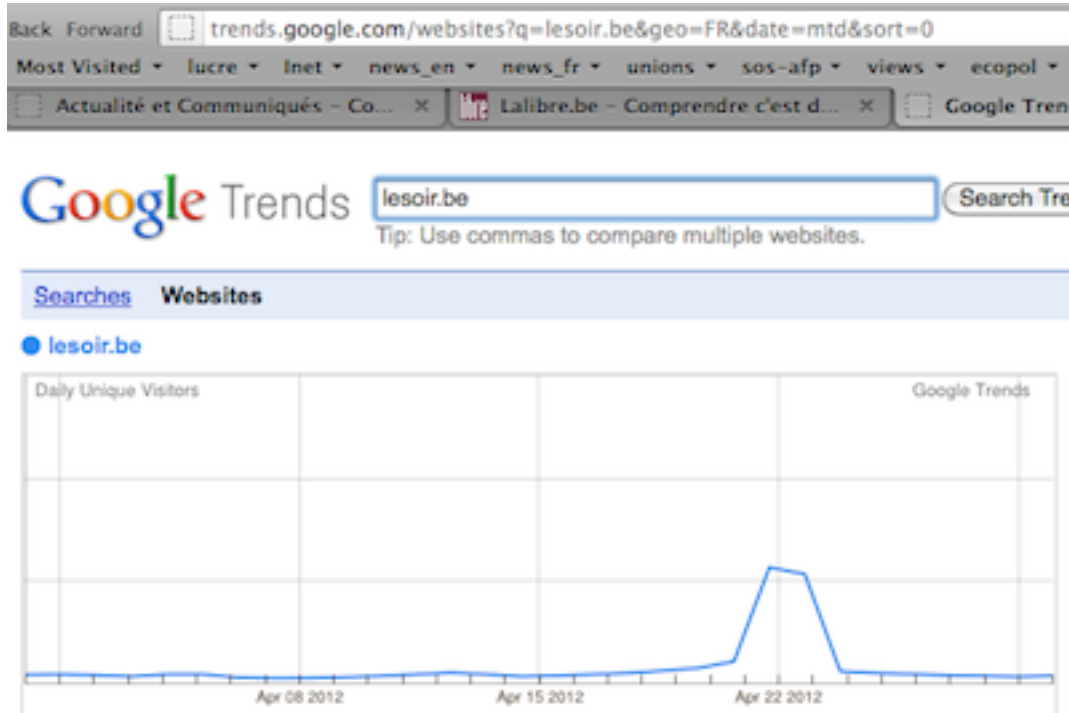


Ces indications sont certes approximatives, mais elles ont l'avantage d'être fournies par une entreprise qui, en principe, n'a pas de raison de sur- ou sous-estimer la fréquentation du site en question. Nous

⁵ <http://trends.google.com/websites?q=lesoir.be&geo=all&date=mtd&sort=0>. NB: il s'agit d'un relevé des informations au cours des 30 jours antérieurs à la dernière date de mise à jour des données « Google », date qui est elle-même relative à la date de consultation du site. A l'heure où nous écrivions ces lignes, le site n'affichait pas encore les données de mai 2012 et donc du 2ème tour de l'élection présidentielle.

constatons en effet une forte poussée des consultations de ce site pendant le week-end des 21-22 avril - mais en même temps nous remarquons que la poussée en question n'a pas multiplié la fréquentation de « lesoir.be » par un facteur de plus de deux ou trois. Autrement dit, les centaines de milliers d'internautes qui consultaient le site en question n'étaient pas forcément tous à la recherche d'informations sur l'élection française, comme le laisse entendre l'article cité par M. Hoog.

Ce qui est indiscutable - et peu surprenant - par contre, est le fait que la très grande majorité des consultations du site en question pendant le week-end des 21-22 avril étaient le fait d'internautes dont le numéro IP les situait en France, comme le montre la capture d'écran ci-dessous⁶ :



Il semble donc paradoxal que le PDG de l'AFP mette en avant, pour justifier sa décision, le caractère international de l'agence alors que le phénomène en question est, pour des raisons évidentes, plutôt « franco-français ».

M. Hoog prend d'ailleurs acte de cet aspect de la controverse lorsqu'il écrit, en page 4 de ses observations, que :

« A l'heure de l'internationalisation de l'agence, il serait paradoxal de considérer qu'il faille attendre de l'étranger des informations concernant les élections présidentielles françaises ».

D'ailleurs, lorsque M. Hoog écrit, au début du passage précité, que « l'AFP a sept fois plus de clients abonnés au fil texte à l'étranger qu'en France », il omet de noter que la grande majorité de ces clients ne reçoivent pas les fils en langue française. Or il apparaît de tout ce qui précède que la controverse à propos de la publication précoce des estimations concerne avant tout le public et les médias français.⁷

3: Sur les obligations de l'AFP envers ses clients

M. Hoog semble prétendre que l'AFP était dans l'obligation d'envoyer à ses clients les estimations dont elle disposait avant l'heure légale, du simple fait que ces estimations existaient et qu'elle en avait pris connaissance.

⁶ <http://trends.google.com/websites?q=lesoir.be&geo=FR&date=mtd&sort=0>

⁷ Dans notre argumentaire nous avons notamment cité les dépêches et les pages web d'un certain nombre de grands médias anglophones pendant l'après-midi du 6 mai 2012, d'où il ressort non seulement que peu d'entre eux ont passé outre à l'interdiction de donner accès aux estimations avant 20 heures aux internautes basés en France, mais également que ceux qui l'ont fait ont surtout cité l'AFP comme source !

Il écrit même, en page 7 de ses observations, que :

« L'AFP a... l'obligation contractuelle de transmettre à ses clients les informations dont elle dispose ».

Nous n'avons pas connaissance de toutes les clauses spécifiques que l'AFP inclut dans ses contrats, mais d'un point de vue journalistique nous trouvons cette affirmation pour le moins surprenante.

Il existe de très nombreuses circonstances qui font que les journalistes, et donc les organes qui les emploient, ne transmettent pas à leurs clients ou à leurs lecteurs l'ensemble des informations dont ils disposent.

Pour ne prendre qu'un des exemples les plus connus du grand public, les journalistes français se sont abstenus pendant des années de révéler au grand public l'existence de Mazarine Pingeot, la fille du président François Mitterrand. Ceci en s'appuyant - a tort ou a raison - sur un principe fondamental : le droit à la vie privée.

On peut soulever la même objection à M. Hoog lorsqu'il invoque, pour justifier la démarche de l'agence, l'Article 10 de la Convention Européenne des Droits de l'Homme qui prévoit que « Toute personne a droit à la liberté d'expression ».

Or, « liberté d'expression » ne veut pas dire « obligation d'expression ».

Pour reprendre l'exemple un peu caricatural qui est souvent cité dans les manuels de droit, un spectateur dans un théâtre bondé n'exerce pas sa liberté d'expression de manière légitime s'il crie « au feu ! » sans raison valable, provoquant ainsi une bousculade meurtrière.

De même, l'AFP a très certainement le droit, aux termes du CEDH, de diffuser les estimations électorales françaises avant l'heure - mais la question est plutôt de savoir si elle avait l'obligation de le faire.

Comme nous l'avons écrit dans notre argumentaire du 29 mai, la réponse à cette question, selon nous, est « non ».

Tout comme la décision de ne pas informer le public français sur l'existence de la fille de François Mitterrand pouvait être justifiée par les lois et les principes relatifs à la protection de la vie privée, le fait de bien vouloir attendre quelques heures avant de transmettre des estimations de résultats électoraux est largement justifié par un principe de droit tout aussi important : celui de la transparence du processus démocratique.

Dans la plupart des pays démocratiques, il est d'ailleurs interdit de publier des estimations sur les résultats avant la clôture des derniers bureaux de vote, afin de garantir la sincérité du scrutin et le principe de l'égalité des citoyens, qui figurent parmi les notions fondamentales du droit électoral.⁸

C'est au nom de ces principes que la loi électorale française - mais aussi celle d'autres pays comme l'Allemagne⁹ - restreint le droit à l'information le jour du scrutin.

Ainsi la position constante du Conseil constitutionnel consiste à considérer qu'il est dans l'intérêt général de proscrire toute publication anticipée d'estimations sur les résultats, afin d'assurer un scrutin libre et sincère.

C'est une position de principe du Conseil constitutionnel. Effectivement, le Conseil a validé le résultat de l'élection 2012, estimant - dans son communiqué de presse du 10 mai 2012¹⁰ - que la divulgation d'estimations sur les résultats du scrutin avant la clôture du dernier bureau de vote ne constitue pas « en l'espèce » une atteinte à la sincérité du scrutin. Heureusement pour l'AFP, car on n'ose imaginer les conséquences pour l'agence si le Conseil avait invalidé le résultat de l'élection.

⁸ Cf. <http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/nouveaux-cahiers-du-conseil/cahier-n-13/la-notion-de-sincerite-du-scrutin.52035.html>

⁹ Cf. la loi électorale allemande: http://www.bundestag.de/dokumente/rechtsgrundlagen/bwahlg_pdf.pdf

¹⁰ <http://www.conseil-constitutionnel.fr/conseil-constitutionnel/francais/les-decisions/acces-par-date/decisions-depuis-1959/2012/2012-154-pdr/decision-n-2012-154-pdr-du-10-mai-2012.108531.html>

Cependant, le Conseil constitutionnel laisse entendre qu'il n'exclut pas que dans d'autres circonstances une telle divulgation puisse avoir une influence déterminante sur le résultat de l'élection. Et il note le caractère «*regrettable*» de cette divulgation, confirmant implicitement la validité de cette interdiction.

Il résulte de cette position constante du Conseil constitutionnel que le droit à l'information ne peut pas servir d'argument juridique pour justifier la divulgation prohibée d'estimations sur les résultats du scrutin.

4: Sur la distinction entre « sondages » et « estimations »

M. Hoog affirme que l'interdiction légale ne concerne que les sondages et non pas les estimations. Cette position est au moins controversée, la Commission des sondages rappelant explicitement l'interdiction de la publication de « *sondages et estimations* », dans ses deux communiqués des 20¹¹ et 27¹² avril 2012.

Les mêmes interdictions sont rappelées sur le site officiel « Vie publique » en ce qui concerne « *les règles encadrant les médias, les sondages et les dépenses des candidats* » lors des campagnes électorales.¹³

Curieusement, M. Hoog ne fait aucune référence à ces deux communiqués, alors que l'un d'eux critique clairement l'attitude de l'AFP et annonce que la Commission a saisi le Procureur de la République.

Par ailleurs, les références faites par M. Hoog à l'article 10 de la Convention européenne des droits de l'Homme et à deux arrêts de la Cour de cassation concernent, comme il le dit lui-même, la publication de sondages le dernier jour avant l'ouverture du scrutin, et non pas la diffusion avant l'heure d'estimations sur les résultats, le jour même de l'élection.

5: Sur le nombre de Français ayant eu connaissance des estimations avant l'heure

En page 6 de ses observations, le PDG de l'AFP cite un sondage qui prétend prouver que :

« près d'un Français sur deux (49%) connaissait le résultat de l'élection avant 20 heures, et 33% grâce à des sites Internet de journaux étrangers »

Dans le contexte de notre saisine cette affirmation nous semble surprenante pour plusieurs raisons :

- Même si elle était vraie, cette information démontrerait un véritable problème d'inégalité entre deux catégories de Français - et donc deux catégories d'électeurs potentiels. Nous avons d'ailleurs noté dans notre argumentaire que dans les dépêches qu'elle a publiées à propos du « phénomène Twitter » au moment de l'élection, l'AFP s'est beaucoup plus intéressée à la catégorie « connectée » qu'à l'autre.
- De toute façon, la conclusion de ce sondage est très certainement fautive : car le détail qui semble avoir échappé à M. Hoog, comme aux journalistes (y compris de l'AFP) qui ont relayé de manière acritique les résultats de l'étude en question, est que cette dernière a été réalisée *sur Internet*. Nous avons contacté l'institut de sondage « BVA » à ce sujet, et d'après ce que nous avons pu apprendre, son échantillon ne comprenait que des personnes ayant un accès au réseau - et excluait donc complètement les très nombreux Français qui n'ont aucun accès Internet à leur domicile. S'agissant d'un sondage qui prétend dans son intitulé tirer des conclusions sur l'ensemble des Français, et dont le critère essentiel est justement l'accès au réseau, cette lacune est pour le moins gênante.
- Quelle que soit la proportion de Français qui ont pu avoir accès aux estimations avant l'heure grâce à Internet ou aux chaînes de télévision étrangères, cette donnée ne justifie en rien le

¹¹ <http://www.commission-des-sondages.fr/hist/communiqués/communiqué-sondages-elections-presidentielles-20avril2012.htm>

¹² <http://www.commission-des-sondages.fr/hist/communiqués/communiqué-sondages-elections-presidentielles-27avril2012.htm>

¹³ <http://www.vie-publique.fr/actualite/dossier/election-presidentielle-2012/campagne-electorale-regles-encadrant-medias-sondages-depenses-candidats.html>

comportement de l'AFP - sauf si cette dernière avait pour objectif inavoué (et inavouable) de faire monter ce pourcentage grâce à sa politique rédactionnelle. Auquel cas, comme nous le soulignons dans notre argumentaire, l'agence se situait très nettement en dehors de ses obligations statutaires.

Dans sa manière d'aborder cet aspect du phénomène, M. Hoog semble encore une fois prendre pour argent comptant des affirmations concernant Internet qui devraient susciter, au minimum, une bonne dose de scepticisme journalistique.

6: Sur les « influences ou considérations » qui auraient poussé l'AFP à transmettre les estimations électorales à ses clients avant l'heure légale

M. Hoog prétend dans ses observations que :

« diffuser les estimations le jour du scrutin avant 20h00 ne met pas en cause l'indépendance de l'agence à l'égard «d'influences ou de considérations de nature à compromettre l'exactitude et l'objectivité de l'information». »

« SUD AFP est d'ailleurs dans l'incapacité de dire ce qu'auraient été les «influences» ou les «considérations» auxquelles l'AFP aurait succombé »

Sur ce point comme sur d'autres, il est regrettable que M. Hoog n'ait pas attendu la transmission de notre argumentaire - annoncée pourtant dans notre lettre de saisine datée du 11 mai - avant de formuler ses observations.

Il aurait pu ainsi prendre connaissance du passage suivant :

« L'AFP ne s'est pas contentée de transmettre des estimations électorales à ses clients avant l'heure légale et de privilégier dans sa couverture journalistique les opinions de ceux qui considéraient qu'il était normal de partager ces mêmes estimations en France par le biais des « réseaux sociaux » sur Internet.

Elle a également cherché à transformer cette démarche en événement médiatique ».

Nous faisons référence ici aux diverses initiatives prises par la direction de l'AFP pour attirer l'attention sur sa décision de publier les estimations électorales avant l'heure légale. Nous citons notamment le très surprenant article de blog publié en français¹⁴ et en anglais¹⁵ sur le site de l'agence, ainsi que l'interview que M. Hoog a accordée, au lendemain du 2ème tour, à l'émission télévisée sur Internet « Le Buzz Média »¹⁶.

Au sujet de l'article de blog en deux langues, nous avons d'ailleurs été intrigués de constater que les liens qui permettaient aux internautes d'y accéder à partir des pages d'accueil des blogs « Making-of »¹⁷ et « Correspondent »¹⁸ avaient été supprimés, pour le premier vers la fin mai et pour le deuxième début juin. Sachant que tous les autres articles publiés dans le cadre de ces blogs restent accessibles, nous nous demandons si la suppression de ces liens ne reflète pas une reconnaissance implicite par la direction du caractère dommageable de ces textes et images.

En attendant la réponse de M. Hoog à cette question, nous réaffirmons que :

« En transformant une décision rédactionnelle pour le moins controversée en événement publicitaire, l'AFP a violé le premier alinéa de l'article 2 de son statut qui affirme qu'elle « ne peut en aucune circonstance tenir compte d'influences ou de considérations de nature à compromettre l'exactitude ou l'objectivité de l'information ».

¹⁴ <http://blogs.afp.com/makingof/?post/2012/05/07/Appuyer-sur-le-bouton-et-FLASH-!-A-18h53%2C-Hollande-pr%C3%A9sident>

¹⁵ <http://blogs.afp.com/correspondent/?post/2012/05/08/NEWS-FLASH%3A-%E2%80%9CHollande-wins-French-presidency%E2%80%9D>

¹⁶ <http://actu.orange.fr/le-buzz-media/20120509/4031-interview-emmanuel-hoog.html>

¹⁷ <http://blogs.afp.com/makingof/>

¹⁸ <http://blogs.afp.com/correspondent/>

Nous maintenons que ce principe est valable y compris si les « considérations » en question ne reflètent qu'un simple désir d'auto-promotion, comme c'est le cas ici. »

A l'appui de cette affirmation nous attirons l'attention du Conseil sur la politique de marketing poursuivie sous la présidence de M. Hoog, politique qui tend à se saisir de tout événement ou opportunité médiatique afin de promouvoir l'agence et ses journalistes.

Dans un document présenté devant le Comité d'entreprise du 29 mars 2012, par exemple, la direction a cité comme l'un des objectifs d'une « Direction commerciale et de marketing groupe » restructurée : « *Faire du marketing un outil du pilotage de la stratégie de l'Agence* »¹⁹.

Encore plus surprenant : dans un discours devant l'Alliance européenne des agences de presse (EANA), dont des extraits ont été publiés sur le site web de l'AFP le 10 mai 2012, M. Hoog a déclaré : « *Aujourd'hui, l'info, c'est d'abord de l'image. Et ceux qui veulent créer de l'événement veulent créer d'abord des images.* »²⁰

Il nous semble que la manière dont M. Hoog a cherché à exploiter l'affaire des estimations électorales illustre les graves risques inhérents à une telle stratégie.

Dans ses observations, M. Hoog affirme également (page 8) que :

« La décision de l'AFP a été prise en toute indépendance : elle ne lui a pas été dictée ni même suggérée par une formation politique. »

En effet, il ne nous viendrait pas à l'esprit de supposer que les journalistes de l'agence auraient été influencés par la déclaration du président sortant Nicolas Sarkozy, qui a dit le 19 avril qu'il ne serait « *pas choqué* » si des estimations électorales étaient publiées avant l'heure légale, pas plus qu'ils n'auraient pu être influencés par la déclaration du candidat François Hollande, qui a réagi aux propos de M. Sarkozy en disant qu'il fallait « *être sévère* » en cas de telles infractions.

On est néanmoins en droit de s'interroger sur la compatibilité de la démarche de l'AFP avec la deuxième partie de l'alinéa cité plus haut par M. Hoog : en diffusant les estimations électorales avant l'heure, l'agence serait-elle passée « *sous le contrôle de droit ou de fait d'un groupement idéologique, politique ou économique* » ?

Nous ne le pensons pas, mais nous faisons remarquer que pour être irréprochable l'AFP doit non seulement éviter de tomber réellement sous le contrôle de droit ou de fait de tels groupements - elle doit également éviter de faire naître des suspicions sur ce point.

Or il est incontestable que la question de savoir quels médias et quelles entreprises auront à l'avenir la primeur de l'annonce des résultats électoraux dans un pays comme la France est loin d'être purement théorique. Comme le montrent les réactions de certains administrateurs de l'agence que nous citons en annexe, c'est également une « *question de gros sous* », qui tourne notamment autour des chiffres d'audience et des recettes publicitaires qui peuvent en découler.

En cherchant à créer, de manière très imprudente, « le buzz » autour de sa décision, M. Hoog a couru le risque de faire apparaître l'agence comme un acteur dans des conflits économiques dont on ne peut deviner l'issue, et qui n'ont surtout rien à voir avec sa mission.

Conclusion

Loin d'apporter des réponses convaincantes aux questions posées par notre saisine, les observations formulées par le Président-Directeur Général ont confirmé nos inquiétudes.

Les décisions prises par M. Hoog et sa direction concernant la publication des estimations électorales avant l'heure étaient condamnables sur le fond comme sur la forme.

¹⁹ « *Projet d'évolution de la Direction commerciale et de marketing groupe (DCM)* », document présenté au CE du 29 mars 2012.

²⁰ <http://www.afp.com/fr/agence/prix-recompences/extrait-du-discours-demmanuel-hoog-la-conference-de-leana>

Pour ces raisons, il nous semble inconcevable que le Conseil supérieur puisse juger notre plainte illégitime.

Comme nous l'avons écrit dans notre argumentaire, nous demandons au Conseil supérieur de conclure :

1. qu'indépendamment de l'issue de l'enquête judiciaire, la couverture par l'AFP des deux tours de l'élection présidentielle 2012 comportait des faits constituant des infractions aux obligations énoncées à l'article 2 du statut ;
2. que par la communication qu'elle a faite autour de cette initiative - articles de « blog », pages « Facebook », déclarations de son Président-Directeur Général - l'AFP est sortie du devoir d'objectivité et de neutralité politique qu'implique ce même article 2 ;
3. qu'au cas où l'AFP serait condamnée par la justice pour avoir violé la loi électorale, cela aggraverait l'infraction aux obligations énoncées à l'article 2 du statut ;
4. que l'article 2 du statut de l'AFP s'applique tout autant à ses productions en langues étrangères qu'à celles en français ;
5. que l'AFP n'a pas le droit d'invoquer la concurrence comme élément constitutif de sa mission essentielle telle que définie dans l'article 2 de son statut ;

NB : A l'heure où notre plainte sera entendue par le Conseil, nous saurons si l'AFP a « récidivé » lors des élections législatives des 10 et 17 juin. Au cas où elle aurait à nouveau décidé de diffuser des estimations avant l'heure légale, nous demanderons bien évidemment au Conseil de tenir compte de cet événement en examinant ce dossier.

SUD-AFP, le vendredi 8 juin 2012

Annexe : Extrait d'un compte-rendu du Conseil d'administration de l'AFP

Note-CA

Compte-rendu du Conseil d'administration du 2 mai par les représentants du personnel

PARIS, 02/05/2012 - 1956 - Le Conseil d'administration de l'agence s'est tenu mercredi 2 mai. Après un hommage rendu à Jean-Pierre Caillard, vice-président de l'AFP, décédé en mars et remplacé dans cette fonction par Alain Plombat, patron du Midi Libre, le conseil est entré dans le vif du sujet sur des questions d'actualité liées à l'élection présidentielle.

Plusieurs administrateurs de la presse et de l'audio-visuel ont critiqué la décision de l'AFP de donner à ses clients les estimations des sondages du premier tour de la présidentielle avant l'heure légale de 20H00. Le patron de France Télévisions Remy Pflimlin a protesté contre la "*perte de valeur*" commerciale pour son groupe, qui a financé certains de ces sondages, et dit son étonnement devant une décision prise de "*violenter la loi*". Le directeur du Parisien, Jean Hornain, s'est associé à cette intervention tout comme Nicolas Beytout des Echos.

"L'agence ne peut pas donner l'impression de contourner la loi", a notamment dit M. Beytout. Le nouveau vice-président de l'agence, Alain Plombat, a en revanche jugé difficile pour l'AFP de voir ses concurrents donner des résultats sans elle-même les donner. Cet argument a été repris par Emmanuel Hoog qui a rappelé que Reuter avait donné en 2007 le résultat de la présidentielle bien avant 20H00. Le PDG de l'AFP a souligné que ces estimations avant 20H00 avaient été exclusivement données aux clients de l'agence et non au grand public, dans un cadre contractuel à l'image de ce que font eux-mêmes les sondeurs avec leurs clients. Les clients ont été informés dès vendredi par écrit de la décision de l'AFP et tout l'accès au grand public (page internet, page

facebook, etc) a été verrouillé, a encore dit Emmanuel Hoog, pour ne pas violer la loi qui précise que ces sondages ne doivent pas être diffusés auprès du public.

Ne donner ces résultats qu'aux clients étrangers aurait participé à l'hypocrisie générale, a-t-il en outre ajouté.

Jean-Luc Hees, patron de Radio France, a pour sa part jugé que quand l'AFP donnait une info, cela n'était évidemment pas la même chose qu'un autre media, Remy Pfmilin jugeant la décision de l'AFP "scandaleuse" et constituant, a-t-il dit, un "pillage" de sondages payés par d'autres. Le représentant de l'Etat a jugé de son côté que le Conseil et ses administrateurs devaient penser aux intérêts de l'AFP, estimant normal que l'agence emboîte le pas à ses concurrents.

Emmanuel Hoog a conclu le débat en indiquant que la décision de l'agence concernant le deuxième tour dimanche n'avait pas encore été prise.

.../...

Les représentants du personnel au CA de l'AFP