

Rendre l'AFP gratuite aux Français, contre les fake news

Alors que le président de la République a donné le coup d'envoi des Etats généraux de l'information, notamment pour lutter contre les fake news et les ingérences étrangères, le journaliste Charles de Laubier estime, dans une tribune à « l'Obs », que donner aux Français un libre accès aux dépêches de l'Agence France-Presse serait une solution.

Charles de Laubier, rédacteur en chef de Edition Multimédi@, le 20 octobre 2023

L'Agence France-Presse (AFP) fêtera ses 80 ans en août 2024, tandis que les conclusions des Etats généraux de l'information, lancés par le président de la République, sont attendues en mai de l'année prochaine. Ce brainstorming médiatique vise à défendre le droit à l'information que consacre la Déclaration des Droits de l'Homme et du Citoyen de 1789, mais aussi à lutter contre les fausses informations et les ingérences étrangères. Il s'agit aussi de garantir aux Français une information libre et indépendante, impartiale et factuelle, dans le respect du pluralisme, garant de la démocratie.

Cette initiative présidentielle débouchera sur une régulation qui « *surplombera* » la presse, les médias et les plateformes numériques, pour reprendre le terme employé par Bruno Lasserre, vice-président honoraire du Conseil d'Etat, nommé par Emmanuel Macron président du comité de pilotage de ces Etats généraux de l'information. « *Le droit à l'information est tout autant le droit d'être informé que le droit d'informer* », assure l'Elysée.

Mais que peuvent attendre les citoyens français de ces Etats généraux : une révolution informationnelle ? Ils sont appelés à donner leur avis, partout dans les régions. Mais l'on sait déjà que les Français ont de moins en moins confiance dans les médias de leur pays, du moins pour ceux qui ont les moyens d'y accéder (l'inflation en éloignant plus d'un) ou qui ont encore le goût pour l'actualité (un quart des Français n'y trouvant que peu d'intérêt). Une majorité d'entre eux, qu'ils soient lecteurs, auditeurs, téléspectateurs et internautes, se méfie de ce que disent les médias. La défiance règne.

Or il faut une mesure forte pour démocratiser l'accès à l'information, tout en contrecarrant les mésinformations, les manipulations, les théories complotistes ainsi que toutes les fake news et « deepfakes » que les intelligences artificielles rendent de plus en plus hyperréalistes.

C'est là que l'AFP – indépendante de tout pouvoir, y compris de l'Etat français qui n'en est pas actionnaire – pourrait remplir pleinement sa mission d'intérêt général, et, partant, être reconnue d'utilité publique. Comment ? En rendant gratuitement accessibles aux citoyens français les 4 000 dépêches que l'Agence France-Presse produit chaque jour. Cela permettrait aux Français – qui contribuent chaque année comme contribuables à son financement, puisque l'Etat verse à l'AFP plus d'un tiers de son chiffre d'affaires (au titre de sa mission d'intérêt général justement) – d'avoir accès librement, en s'identifiant comme citoyen français, à ces articles d'actualité de qualité, vérifiée et hiérarchisée.

1 700 journalistes déployés dans 151 pays

Au sein de celle qui constitue l'une des trois grandes agences de presse mondiale, 2 400 collaborateurs – dont 1 700 journalistes déployés dans 151 pays – se dépêchent (d'où le nom de « dépêche ») de les écrire sur le lieu de l'action. Les Français seraient alors mieux informés qu'ils ne le sont actuellement, par des dépêches écrites au plus près des événements et à partir des meilleures sources, sans désinformations, ni déformations, ni idéologies. Ils seraient ainsi en meilleure capacité d'exercer leur esprit critique, tout en distinguant plus clairement le vrai du faux. En plus du service de fact-checking (vérification de faits) que l'AFP a ouvert au grand public (factuel.afp.com), la libre disponibilité de toutes ses dépêches participerait à la « désinfox » massive plus que jamais nécessaire.

« *Le droit à l'information appartient aux citoyens* », assure le délégué général des Etats généraux de l'information, Christophe Deloire, par ailleurs secrétaire général de Reporters sans Frontières. Alors autant que chacun d'eux puisse accéder, sans avoir à payer une deuxième fois, à cette mine d'informations quotidiennes qu'ils cofinancent.

Les Français auraient ainsi librement à portée de main – au sens propre sur leur smartphone, devenu le premier écran pour s'informer – toutes ces dépêches AFP, réputées fiables, au lieu d'y avoir accès de façon aléatoire et redondante sur internet. Actuellement, elles sont distillées presque à l'identique d'un site de presse en ligne à l'autre, plus ou moins « bâtonnées » (retravaillées, dans le jargon journalistique), souvent mises en ligne sans changements. D'où le phénomène « copié-collé » analysé dans l'étude « L'information à tout prix », publiée par l'INA en 2017, selon laquelle les deux tiers des actualités chaudes sont ainsi reprises telles quelles des agences de presse.

Plus de 200 millions d'euros de revenus commerciaux

D'où la « *fatigue* » ou la « *lassitude* » des utilisateurs de voir publiés « *toujours les mêmes sujets* », comme l'indique avant tout autre raison le baromètre « la Croix »/Kantar sur la confiance des Français dans les médias. Et cela participe de l'infobésité qu'amplifient les chaînes d'information en continu, les réseaux sociaux et « *la presse d'industrie* » – comme l'appelait Hubert Beuve-Méry, le fondateur du quotidien « le Monde », lancé quatre mois après l'AFP. La France a en effet la particularité – unique au monde – de compter dans ses rangs une dizaine d'industriels milliardaires « éditeurs » en quête d'influence, au risque de conflits d'intérêts et de provoquer de la défiance de la part du public.

Libérer les dépêches de l'AFP – agence de presse digne de confiance s'il en est – n'empêcherait en rien les médias français de continuer à diffuser cette matière première informationnelle. Le groupe, situé place de la Bourse, à Paris, poursuit, lui, le développement – auprès des éditeurs et clients à l'international – de son chiffre d'affaires photo (450 photographes dans le monde), vidéo (live compris) et digital (investigations numériques, formations, stories) en pleine croissance. Les médias et l'Etat français ne sont plus les seuls abonnés à l'Agence France-Presse puisque entreprises (Gafa inclus) et institutions sont plus nombreuses à lui acheter ses contenus. Résultat : pour la première fois de son histoire presque centenaire, l'ex-agence Havas a vu en 2022 ses revenus commerciaux franchir la barre des 200 millions d'euros. L'image (photos et vidéos) pèse désormais plus de la moitié de ses recettes.

Par Charles de Laubier
rédacteur en chef de Edition Multimédi@
contact@editionmultimedia.com

<https://www.editionmultimedia.fr/>