



## **AFP : Oui à l'IA mais économe et respectueuse des salariés !**

Dans un message aux salariés, la direction de l'AFP a annoncé la création de deux nouveaux postes de directeurs au comité exécutif. L'un dédié à l'intelligence artificielle, l'autre aux réseaux sociaux, pour mieux utiliser ces outils dans notre travail.

Le sursaut est salutaire, peut-être. Tardif, c'est certain alors que les sommes délirantes mises dans Iris et maintenant dans les plateformes grèvent notre budget et entravent nos capacités d'investissement.

Sur l'intérêt de l'IA dans un but éditorial ou marketing, il existe déjà des cas où elle est utilisée à l'Agence ou expérimentée.

Avec des effets encore très timides, faute pour le paquebot AFP d'être assez « agile » pour sélectionner des projets précis.

Sur ce sujet crucial, l'agence a par ailleurs recours à un cabinet de conseil et a répondu à une consultation publique de l'autorité de la concurrence.

La rédaction n'est ni réac, ni naïve et comprend l'importance de l'IA. Comment passer à côté d'un outil dont même les lycéens se saisissent !

La création de deux nouveaux postes à gros budget interroge néanmoins à plus d'un titre.

N'y a-t-il pas déjà du monde qui s'occupe de ces problématiques à l'Agence ? Le SNJ-CGT demande des clarifications sans délai sur le maquis de toutes les responsabilités déjà existantes sur le chantier de l'IA et leur intérêt, et sur les coûteuses prestations extérieures de consulting alors que nous avons les compétences en interne.

Elle demande que les salariés puissent participer à la co-construction d'outils d'IA utiles aux journalistes, et non pas d'outils capables de générer des contenus à la place des journalistes ou les reléguant au rang de petits contremaîtres de l'IA.

Oui, il y a une tentation de faire faire les chronologies, les paragraphes de contexte, les « 5 choses à savoir sur »... mais on peut parier que ce sera décevant : contrairement à l'humain, l'IA ne sait pas sélectionner des faits en fonction de leur pertinence.

Non, nous ne voulons pas nous engouffrer dans tous les partenariats possibles avec des GAFA dont les objectifs sont complètement différents de ceux de l'Agence.

Un dernier point, et pas des moindres.

Alors que dans tous les services, techniques, administratifs et à la rédaction, des postes continuent d'être supprimés, la direction semble ne se rendre compte de l'importance d'être nombreux pour fournir un travail de qualité que pour ses propres besoins.

Mais les autres ? Dans la rédaction, presque tous les pools ou les bureaux auraient besoin de retrouver un peu de gras dans les effectifs au lieu de gérer en permanence la pénurie de moyens. Les services de production travaillent à flux tendu, y compris sur des dominantes.

Entre travail et connexion 24/7 d'un côté - avec une multiplication des burn-outs à la clé et des cas de risques psychosociaux (RPS) rapportés- et impasses sur des couvertures importantes de l'autre, souvent faute d'effectifs, les salariés de l'AFP se demandent quel est le réel intérêt porté par la direction au travail qu'ils fournissent et s'inquiètent pour le sens de leur mission.

Les premiers postes grappillés à l'occasion du démantèlement de la Documentation vont ainsi servir à renforcer la hiérarchie.

Enfin, alors que les salariés de tous les métiers composent avec une énorme perte de pouvoir d'achat depuis des années, voilà encore que deux postes de directeur coûtant au bas mot chacun 150.000 euros par an (base rédacteur catégorie 8, charges sociales comprises) sortent du chapeau !

Que l'on soit clair : le SNJ-CGT ne remet pas en cause ni la légitimité ni les compétences des personnes nommées. Mais les nouveaux postes ne doublonnent-ils pas avec des postes déjà existants ?

Le SNJ-CGT demande aussi, encore et toujours, que les rémunérations des directeurs/directrices, tout comme celle du PDG, cessent d'être tenues secrètes et soient communiquées aux salariés. Cet effort de transparence (qui est la règle dans de nombreuses entreprises) est nécessaire dans le contexte financier difficile de l'Agence, afin de s'assurer que les efforts sont bien partagés par tous, à tous les étages.

Il est d'ailleurs grand temps de changer le mode de gouvernance à l'AFP, à l'instar de ce qui s'est fait dans de nombreux médias français.

Il faut que la rédaction et les personnels techniques et administratifs aient voix au chapitre dans la nomination des membres de la direction (ou disposent à tout le moins d'un droit de veto), afin que la légitimité de ceux-ci soit incontestable.

**Paris, le 9 avril 2024**