



## **Dans la future « I-AFP », dites au revoir à la carte de presse !**

**Serons-nous bientôt de simples agrégateurs de « briques » à insérer dans une « capsule événement » ? La lecture puis les récentes sessions d'échange entre les salariés et la direction portant sur le rapport qu'elle a commandé au cabinet Sopra-Steria, intitulé « Mise en place de l'IA dans les pratiques journalistiques. Synthèse de la vision stratégique », a – légitimement – suscité une vague de scepticisme et d'inquiétudes au sein de l'Agence.**

Le SNJ-CGT s'alarme de la précipitation de la direction à présenter ce rapport élaboré par des personnes aux pedigrees variés mais dont aucune n'est journaliste, qui semble jeter les bases d'une *Intelligence Artificielle France Presse (I-AFP)* : une entreprise-machine qui devra parler à ses client-machines, en laissant ses journalistes humains sur le bas-côté.

Si la direction l'a souligné pendant les échanges avec les salariés, et si le PDG Fabrice Fries a redit dans un message aux syndicats que « la présentation (au CSE de mercredi) n'était pas celle de la feuille de route IA de l'Agence » et que « les décisions (...) ne sont pas encore prises », les quelque 50 pages examinées laissent peu de place au doute : il va falloir s'adapter... ou s'adapter. Celles-ci décrivent précisément les contours d'un nouvel outil, articulé autour d'une « capsule événement » alimentée par des journalistes réduits à collecter et authentifier des données pour des machines. La dépêche du futur ne sera peut-être même plus rédigée, comme le suggère une citation en exergue d'un client scandinave interrogé dans le cadre de l'élaboration du rapport. Une perspective (effrayante) que le PDG lui-même a confirmé lors d'une récente conférence devant l'École normale supérieure (ENS) sur les médias et l'IA : « on va avoir de moins en moins besoin de gens qui écrivent », a-t-il dit selon une citation rapportée non pas par une IA mais bien par un journaliste humain.

A l'avenir, exit donc la mise en perspective, l'expertise, l'analyse et l'émotion d'un reportage qui ne peut sensiblement se résumer à un « package » de métadonnées !

### **- Faire de l'IA un réel service aux journalistes -**

La confection même de ce rapport interroge : qui sont les « experts » interrogés ? Combien étaient-ils ? Parmi les 10 clients, pourquoi a-t-on accordé une place de choix aux citations de VG, celle-ci paraissant disproportionnée au regard du poids de ce média confidentiel parmi nos abonnés ? Le futur de l'IA à l'Agence doit être une co-construction active, honnête, dans le temps long, et non pas dictée par une présentation de cabinet de conseil (par ailleurs producteur de solutions logicielles...) sur

la base notamment d'entretiens (sans préciser lesquels) et d'une mission éclair d'une semaine d'immersion au bureau de Londres. Les formules souvent creuses et généralistes (« Ce n'est pas une question d'avoir accès à plus d'informations. C'est d'arriver au bureau avec l'essentiel déjà intégré : libre de décider, plutôt que de rattraper » ; « L'information ne se consomme plus, elle se construit ensemble », « le client reçoit de l'information activable : certifiée, interrogeable, de façon fluide », « un centre de gravité éditorial-tech clair, visible, légitime »...) participent de la difficulté à comprendre quelles sont, au fond, les propositions concrètes et applicables à un panel de situations variées et spécifiques que vivent les journalistes de l'agence au quotidien. Remettre en question le chemin tout tracé par cette présentation ne doit pas être caricaturé comme une opposition technophobe mais au contraire comme une proposition de faire autrement, en faisant de l'IA un outil au réel service des (réels) journalistes. Et non pas un filtre robotisé nous économisant le fait de chercher l'information et déshumanisant de fait notre production. Au risque sinon à ce que les journalistes perdent demain... leur carte de presse.

### **- Protéger les emplois -**

Enfin, si le SNJ-CGT partage le constat que notre écosystème est en danger et que la question des revenus de l'Agence est et sera cruciale dans les prochaines années, il ne nous a pas semblé que ce rapport proposait des pistes concluantes de rémunération. En quoi cette nouvelle « vision stratégique » nous aidera à trouver un autre écosystème, dans lequel notre agence sera structurellement viable voire profitable ? En un mot, qui paiera pour cette nouvelle « I-AFP » ? Nos clients traditionnels, sachant qu'une partie importante du travail sera effectué par une IA, ne vont-ils pas vouloir payer toujours moins pour les « briques » d'informations que nous leur enverrons ? N'est-ce pas nous tirer ainsi une balle dans le pied en provoquant notre propre mise à mort ? Dans le futur, une information « 100% certifiée sans IA » n'aura-t-elle pas une valeur inestimable par rapport à toutes celles propagées, souvent faussement, par les plateformes et médias ayant décidé de foncer tête baissée dans le tout IA, dans le seul but de vouloir faire du clic et... des économies ?

Et si demain l'avenir ne consistait qu'à envoyer des journalistes sur le terrain et une poignée d'entre eux contrôler l'incontrôlable (?) IA qui rédigerait tout magiquement, le SNJ-CGT s'alarme également que la question des suppressions d'emploi ne soit même pas ne serait-ce qu'effleurée dans la présentation de Sopra-Steria, alors qu'il est d'une importance primordiale.

**Le SNJ-CGT - Paris, le 26 mai 2026**