



Illustration Keystone-ATS – Gaëtan Bally

Age des élèves concernés :
12-20 ans

Liens avec le PER :

FG 21 MITIC : "Décoder la mise en scène de différents types de messages...en comparant de manière critiques des informations données par des sources différentes sur les mêmes sujets"

FG 31 MITIC : "Exercer de lectures multiples dans la consommation et la production de médias et d'informations..."

L1 38 : "Exploiter l'écriture et les instruments de communication pour collecter l'information, pour échanger et pour produire des documents"

Durée estimée :
1-2 périodes

Matériel nécessaire :

Photocopies de la fiche élève (livrée en annexe), exemplaires de journaux reproduisant des dépêches de Keystone-ATS, ou à tout le moins d'articles signés (ats)

Mots clés :

Agence de presse, dépêches, actualité nationale, actualité internationale, abonnés, services, impartialité

Fiche pédagogique

Une agence de presse en mutation

Keystone-ATS

Introduction

L'Agence télégraphique suisse (ATS), créée au temps des télégrammes en 1895, était l'agence de presse nationale en Suisse. Appartenant aux journaux, qui étaient aussi ses clients, elle se prévalait de son indépendance par rapport à l'Etat, aux institutions et aux entreprises privées. Elle veillait à livrer une information impartiale et fiable.

Keystone était la principale agence de photographies en Suisse. Elle livrait à la presse des photos en lien avec l'actualité. Sur son portail, on pouvait télécharger plus de sept millions d'images. Depuis quelques années, elle vendait aussi des vidéos.

Au 1er janvier 2018, les deux agences ont fusionné pour former Keystone-ATS. L'agence de presse autrichienne APA, qui détenait la moitié de Keystone, est devenue le principal actionnaire de la nouvelle entreprise avec 30% des parts.

En raison de pertes financières dues à la crise de la presse et

la disparition de certains journaux, la fusion a été accompagnée par une suppression d'environ 36 postes sur 150 dans la rédaction, ce qui a suscité une grève de 4 jours (30 janvier-2 février 2018).

Comment la nouvelle agence fonctionne-t-elle ? Comment s'adapte-t-elle à des besoins médiatiques en évolution ? Comment fait-elle pour livrer plus de 200'000 dépêches et nouvelles sportives par an, dans les trois principales langues nationales ? Quel parcours l'information suit-elle avant de toucher les lecteurs, auditeurs et spectateurs ?

C'est ce que nous vous proposons de découvrir au moyen de cette fiche, avec trois exercices pratiques à réaliser avec les élèves.

Objectifs

- Connaître le fonctionnement et le rôle de l'agence de presse dans la diffusion de l'information.
- Mesurer comment évolue l'information à l'époque numérique.
- Comprendre les enjeux économiques de l'information face à la gratuité du web.

Pistes pédagogiques

1) Mesurer la place que prend l'ATS dans l'information

Distribuer le quotidien gratuit *20 Minutes* en classe. Demander aux élèves de compter le nombre d'articles comportant la signature (ats). Demander approximativement quelle proportion de l'ensemble des articles cela représente.

> Ouvrir la discussion

- Qu'est-ce qu'une agence de presse ? Les élèves connaissent-ils d'autres noms d'agences (par exemple afp, ap, reuters) ? Comment pensent-ils qu'une agence finance sa production de dépêches ?

Au niveau international, trois grandes agences fournissent une couverture globale de l'actualité.

1) L'agence américaine **Associated Press** (AP) qui appartient aux entreprises de médias des Etats-Unis et a sa rédaction principale à New York. Les informations de l'AP sont utilisées par environ 12'000 médias et atteignent ainsi chaque jour plus de la moitié de la population mondiale.

2) L'**Agence France Presse** (AFP), contrôlée par l'Etat mais indépendante, a son siège à Paris et emploie également environ 4'000 personnes (dont 1700 journalistes). Elle expédie plus de 3'000 informations et 2'500 photos par jour dans le monde entier.

3) L'agence canado-britannique **Reuters**, à Londres, emploie un peu plus de 2'400 personnes.

Pour illustrer la nature des dépêches proposées par l'ATS, recourir à celles qui sont proposées pour le concours de Unes de journaux de la Semaine des médias ([lien](#)).

Montrer que chaque dépêche de Keystone-ATS comporte un titre, une date de diffusion et un texte. Les médias qui reprennent ces dépêches ont la possibilité de les transformer : modification du titre, raccourcissement du texte ou ajout d'éléments, avec une signature propre au média.

Il arrive que certaines informations ramenées à des « brèves » ne soient plus signées *ats* dans certains journaux. Les télévisions et les radios, elles, ne mentionnent quasiment jamais la source ATS, bien qu'elles puisent largement dans ce stock d'informations.

Keystone-ATS garantit l'échange d'informations entre les régions linguistiques du pays. Elle offre son service de base dans trois langues nationales, en allemand, en français et en italien. Les trois services sont équivalents, mais pas identiques.

Pour rendre compte des grands domaines de l'actualité en Suisse (politique, économie, culture, sport et société), l'agence emploie :

- Une septantaine de personnes à la **rédaction centrale** : journalistes, photographes, journalistes-vidéo.

- 5 journalistes au **Palais fédéral**.

- 2 rédacteurs pour couvrir l'actualité des **tribunaux fédéraux**.

- Environ 50 personnes dans 13 **bureaux régionaux**.

- Une trentaine de journalistes sportifs répartis entre Lausanne et Zurich.

- Dans le cadre de la réorganisation de l'agence en 2018, le **service économique** a été confié à l'agence AWP, une filiale du groupe Keystone-ATS. Dans le cadre de ce mandat, AWP produit et transmet les dépêches économiques directement aux clients de Keystone-ATS.

L'agence a aussi la possibilité de rémunérer ponctuellement des **pigistes** (= des journalistes qui sont payés au coup par coup, pour un mandat bien défini et limité dans le temps. Exemple : la couverture d'un procès).

L'agence n'emploie pas de **traducteurs** : ce sont les journalistes eux-mêmes qui traduisent/adaptent ce qui doit l'être. Les Romands doivent donc avoir une bonne compréhension de l'allemand.

Le desk de la **rubrique étrangère**, qui trie des dépêches venant de l'étranger, les relit et se charge de leur diffusion, est occupé 24 heures sur 24. Pendant la nuit, ce sont des journalistes de l'agence basés à Sydney, en Australie, qui prennent le relais (voir [le portrait](#) de l'une d'elles).

Keystone-ATS est abonnée à diverses agences comme l'AFP, Reuters, DPA (agence allemande) ou ANSA (italienne). Elle reçoit environ 3'000 dépêches chaque jour mais n'en diffuse qu'une centaine.

Les clients de l'agence appellent parfois sa rédaction pour savoir si elle couvrira un événement, par exemple une conférence de presse. Les journaux du dimanche ayant

pris l'habitude de sortir des « scoops » (informations exclusives), les journalistes de l'agence passent beaucoup de temps à vérifier de telles informations avant de les relayer.

La vérification est une étape fondamentale pour l'agence: les nouvelles circulant sur Internet ne sont pas toujours fondées. Ce sont parfois ce qu'on appelle maintenant des *fake news*. L'agence a un rôle de référence : si elle reprend une information, c'est qu'elle l'a vérifiée. Mais parfois la confirmation effective des faits est difficile à obtenir.

> Ouvrir la discussion

Revenir à *20 Minutes* et sélectionner quelques articles signés *ats*.

➤ Comment, de l'avis des élèves, l'information a-t-elle été récoltée ? Est-ce mentionné dans l'article ? Repérer si l'information est basée sur un communiqué, une conférence de presse, une publication, une source officielle (par exemple la police, ou des autorités politiques).

➤ Y a-t-il plusieurs points de vue représentés dans l'article ? Y a-t-il l'expression d'une opinion personnelle ?

➤ Les élèves savent-ils ce que sont les *fake news* ? Comment font-ils pour vérifier si une information est vraie ? (Voir à ce propos notre fiche "[J'apprends à repérer les fake news](#)").

Attirer l'attention sur le style factuel de rédaction des dépêches. Souligner que les journalistes de l'agence doivent s'en tenir aux faits et livrer une information impartiale, équilibrée, pondérée. Afin de garantir le respect de ces critères, chaque dépêche est relue par au moins un-e collègue avant d'être diffusée.

2) L'économie d'une agence et soutien public

Les médias suisses s'abonnent aux services de l'ATS pour recevoir des dépêches 24h sur 24, 365 jours par année. Ils paient des forfaits annuels calculés en fonction de leur tirage ou de leur audience, ainsi que de leur audience sur Internet.

La mort de certains titres, comme *Le Matin*, et la baisse du tirage de la plupart des journaux diminuent les recettes de l'agence. En janvier 2018, en raison d'un recul de ses revenus estimé à plus de 3 millions pour l'année à venir, Keystone-ATS a annoncé la suppression de 36 postes de travail (sur 150 dans la rédaction). **Les charges salariales représentent environ 80% des coûts de l'agence.**

Jusqu'en 2017, l'agence ne visait pas à réaliser des bénéfices. Depuis la fusion avec Keystone, le nouveau conseil d'administration en attend. La palette d'activités a été élargie pour proposer de nouveaux services, notamment pour la communication d'entreprise.

Exercice suggéré no 1

Depuis le 18 septembre 2018, Keystone-ATS a ouvert une rédaction multimédia au no 7, rue Saint-Martin à Lausanne.

Demander aux élèves de repérer les locaux de l'agence à partir de [Google Maps](#) et calculer la distance à pied depuis la gare.

> Discussion possible sur l'aide fédérale

Le Conseil fédéral a décidé en août 2018 de verser jusqu'à deux millions par an à une agence de presse (donc à Keystone-ATS) afin d'assurer une bonne information aux radios et télévisions locales et régionales percevant une part de la redevance. C'est une manière de soutenir l'agence en crise. Distribuer [l'ordonnance du 29 août 2018 sur la radio et télévision, ou le communiqué de presse annonçant le soutien à une agence](#). Puis ouvrir une discussion.

➤ Les élèves comprennent-ils de quoi il s'agit ? Connaissent-ils le fonctionnement de la redevance radio-TV, et la modification entrée en vigueur au 1er janvier 2019 ? (Redevance généralisée, ne dépendant plus de la possession d'un appareil TV ou radio ; montant réduit à 365 francs pour les ménages ; perception par la société Serafe et non plus Billag).

➤ Est-il juste de soutenir l'information par des fonds publics ? Quels sont les arguments pour et contre ? Que signifie « service public » ? Quelle est l'importance d'une bonne information dans un pays comme la Suisse ? (Evoquer notamment la démocratie directe).

C) Les mots, les images

Au 1er janvier 2018, l'Agence télégraphique suisse et l'agence de photos Keystone ont fusionné pour former une agence multimédia, l'agence Keystone-ATS. Elle propose non seulement une quarantaine de dépêches d'actualité par heure, mais des images, des infographies, des vidéos utilisables sur Internet et sur les appareils mobiles.

> Proposer un sujet traité en multimédia par Keystone-ATS sur sa chaîne YouTube : <https://www.youtube.com/user/keystoneCHvideo/videos>. Lire le texte d'accompagnement, regarder la vidéo, puis ouvrir la discussion.

- Qu'est-ce qui apporte le plus d'informations ? A-t-on besoin de l'écrit pour se faire une idée complète ?

Exercice suggéré no 3

Choisir un sujet que les élèves peuvent traiter à la manière d'une agence multimédia : un changement dans la vie de l'école, un événement ou un fait divers.

Répartir les élèves en petits groupes de trois à cinq, et leur donner quelques jours pour rédiger une dépêche à la manière de Keystone-ATS, proposer des photos et une vidéo de deux minutes (reportage, interview).

Pour aller plus loin

Le site de Keystone-ATS : <https://www.keystone-sda.ch/fr/web/guest>

Communiqué de presse sur le soutien à une agence de presse, ainsi que l'ordonnance sur la radio et télévision.

<https://www.admin.ch/gov/fr/accueil/documentation/communiqués.msg-id-71974.html>

Une agencière vaudoise de l'ATS à Sydney :

<https://www.24heures.ch/portraits/pied-phare-hornby-diane-veille-jour-lactualite-nuit/story/24012507>

Alain Maillard, journaliste presse et radio, Lausanne, septembre 2018. Actualisation août 2019

