

DÉBAT

PRÉSIDENTIELLE :
*L'IA sera-t-elle
au cœur
de la campagne ?*

COMMENT UN MÉDIA DE SERVICE PUBLIC RÉINVENTE-T-IL SON OFFRE ÉDITORIALE ?

Agnès Vahramian, directrice de Franceinfo sera l'invitée du club le 23 septembre

27^e TROPHÉE DE GOLF DU CLUB
au Golf des Yvelines



Resonance Golf Collection

433
publications

4 929
followers

664
suivi(e)s

Sport

Vivez un vrai moment social sur nos golfs d'exception.

Suivre

Message

Contacter



RÉSERVEZ
VOTRE PARCOURS



Golf de Moliets - Les Landes
Resonance Golf Collection

resonance
GOLF COLLECTION

05 ÉDITO

Bernard de La Villardière - M6, Président du Press Club

06 LES RENDEZ-VOUS DU CLUB

- 07**
- Un café avec... Francis Letellier - France 2
 - Présidentielle : L'IA sera-t-elle au coeur de la campagne ?
 - Franceinfo : Comment un média de service public adapte-t-il son offre éditoriale ?
 - Atelier IA - Claude, en pratique : 1h15 pour comprendre ce que cela change
-

08 27^e TROPHÉE DE GOLF DU CLUB

Au Golf des Yvelines - Resonance Golf Collection

09 ÇA S'EST PASSÉ AU PRESS CLUB

- 10**
- Les débats du Club
 - La conférence de presse du Département de l'Yonne
-

11 ÇA S'EST PASSÉ AU PRESS CLUB

- 12**
- Les deux premières sélections du Prix Press Club, Humour et Politique 2026
-

13 LA TRIBUNE

La prochaine révolution de l'IA ne sera pas technologique... elle sera cognitive
par Eric Houdet, fondateur d'Ekologgia

14 MÉDIAS

- 15**
- La liberté de la presse au plus bas



Avec le soutien du



Tour Sequana, 82 rue Henri Farman 92130 Issy-les-Moulineaux
Tél. : +33 (0) 1 41 33 73 09
Site internet : www.pressclub.fr
Directeur de la publication : Bernard de La Villardière
Rédactrice en chef : Isabelle Bourdet
Crédit photos : Guillaume Larbi - Press Club

RÉGIE PUBLICITAIRE : SEEP SA - Régis LAURENT 7 rue du Général
Clergerie - 75116 PARIS
Tél : 01 47 27 50 05 - Fax : 01 47 27 53 06
Mail : seep@wanadoo.fr

Imprimé en France. Tous les visuels illustrant la revue
sont fournis par la rédaction sous sa responsabilité



Pour que l'**information**
et les **savoirs**
soient accessibles à chacun
et les **droits**
de leurs créateurs
respectés par tous



Le CFC collecte et reverse
aux auteurs et aux éditeurs
les droits qui leur reviennent
pour les copies et les rediffusions
de leurs contenus de **presse** et de **livres**
par les entreprises et le secteur pédagogique

Le CFC soutient également des actions culturelles
qui valorisent la presse et le livre
et forment les lecteurs de demain



ÉDITO

LES MÉDIAS À L'ÉPREUVE DE LA PRÉSIDENTIELLE

Bernard de La Villardière - M6, Ligne de Front

Président du Press Club



Dans quelques mois débutera une campagne présidentielle particulièrement cruciale pour l'avenir de la France.

Sur-endettement pathologique, services publics léthargiques, insécurité montante, communautarisation rampante : les chantiers sont nombreux, les défis vertigineux. Malgré l'importance de l'enjeu, l'air de la campagne risque d'être irrespirable. Pour le pire ou pour le meilleur, les médias auront un rôle déterminant.

ET LE CLIMAT DE CES DERNIERS MOIS N'ANNONCE RIEN DE BON

Plusieurs SDJ ou syndicats ont émis des communiqués contre des journalistes leur reprochant leurs orientations idéologiques.

France Télévisions, France Culture, Le Parisien, Ouest France, médias publics ou privés, ils sont nombreux à être touchés

par ces tentatives d'excommunications peu confraternelles.

Curieusement leurs cibles sont toujours accusées de pencher à droite.

L'accueil réservé par l'essentiel de la presse au rapport parlementaire sur le service public de l'audiovisuel a été sans surprise. On a frôlé l'autodafé.

Le corporatisme que l'on pouvait reprocher autrefois aux journalistes a mué. À la solidarité professionnelle a succédé un réflexe pavlovien de sauvegarde d'une position dominante et des prébendes qu'elle dispense.

À l'heure où l'on débat des droits et devoirs du pouvoir judiciaire, le rôle des journalistes mérite lui aussi d'être interrogé. Comme les magistrats, ils sont tiraillés entre volonté d'indépendance et esprit de responsabilité. Les deux notions ne vont pas forcément de paire. Mais en démocratie, elles ne peuvent aller l'une sans l'autre.

Les rendez-vous du Club

Inscriptions : info@pressclub.fr

10 septembre 2026 de 10h00 à 11h15



UN CAFÉ AVEC... FRANCIS LETELLIER – FRANCE 2

Invité : Francis LETELLIER – Présentateur de l'émission politique les « 4 Vérités » dans Télématin

Animé par Isabelle Bourdet – Press Club

Nous vous proposons tous les mois de venir échanger avec une ou un journaliste membre du Conseil d'Administration du Club sur son média, son travail au sein de sa rédaction mais également sur des sujets d'actualité.

Il a choisi d'échanger avec vous sur ces thèmes :

-> Le débat politique en France... est-ce que c'était mieux avant ?

-> Comment se gère la concurrence entre les émissions politiques ?

-> Comment se répartit l'équilibre entre les partis politiques dans les émissions ?

-> Quel rôle jouent les sondages et l'intelligence artificielle dans une élection ?

Et si d'autres sujets vous tiennent à cœur, nous les évoquerons avec lui.

15 septembre 2026 de 8h45 à 10h00



PRÉSIDENTIELLE : L'IA SERA-T-ELLE AU CŒUR DE LA CAMPAGNE ?

Invité : Édouard FILLIAS – CEO du groupe JIN et spécialiste de la communication digitale et de l'intelligence artificielle

Animé par Delphine Sabattier – BSmart

L'intelligence artificielle s'impose déjà comme un acteur de la bataille politique. Si certains appellent à la prudence, d'autres en ont déjà fait un puissant levier de communication.

L'IA sera-t-elle au cœur de la campagne présidentielle de 2027 ?

Que changera-t-elle pour la fabrique de l'opinion et le débat démocratique ?

Entre écriture de discours, production d'argumentaires, ciblage des électeurs, simulation de profils-types, analyse de l'opinion, réponse automatisée aux commentaires, l'IA bouleverse les codes traditionnels de la communication politique et transforme les mécanismes de persuasion.

À la croisée de la communication politique et des enjeux de réputation à l'ère numérique, notre invité observe depuis plus de quinze ans la transformation des mécanismes de persuasion et de construction de l'opinion. Il défend une vision responsable et optimiste et plaide pour une IA au service de l'humain, notamment dans les domaines de l'éducation, de la santé et de la création, tout en alertant sur les risques de manipulation, d'appauvrissement du débat public et de désinformation.

Quels sont les garde-fous pour construire une utilisation responsable et éthique de l'intelligence artificielle dans le débat public ?

Echange avec un invité au regard nuancé et argumenté.

Les rendez-vous du Club

Inscriptions : info@pressclub.fr

23 septembre 2026 de 8h45 à 10h00

FRANCEINFO : LES COULISSES D'UNE RÉDACTION EN MOUVEMENT

**Invitée : Agnès VAHRAMIAN – Directrice éditoriale déléguée
en charge de l'information du Groupe Radio France
et directrice de Franceinfo**

Animé par Bernard de La Villardière - Président du Press Club



À l'heure où les usages de l'information se transforment, où les réseaux sociaux concurrencent les médias traditionnels et où l'IA bouscule les pratiques journalistiques, **comment un média de service public comme franceinfo adapte-t-il son offre éditoriale sans renoncer à ses exigences de rigueur et d'indépendance ?**

Elle apportera des réponses concrètes aux défis imposés par un écosystème médiatique en constante évolution.

Un échange privilégié pour comprendre les choix qui façonnent aujourd'hui l'un des principaux médias d'information du pays.

À l'occasion du lancement de la nouvelle grille, Agnès Vahramian partagera sa vision du métier et détaillera les choix stratégiques qui guideront cette rentrée.

29 septembre 2026 de 9h30 à 10h45

ATELIER IA CLAUDE EN PRATIQUE : 1h15 POUR COMPRENDRE CE QUE CELA CHANGE

**Animé par Franck PERRIER, Dirigeant du cabinet IA
et réputation IDAOS, et Lucas MOUGENOT, Product Manager
au sein de l'agence**



Claude est un outil d'IA générative qui dépasse largement la conversation. Rédaction, automatisation, création visuelle, connexion à vos outils métiers (Drive, Notion, Microsoft 365...) : ses usages concrets restent encore mal connus, y compris chez ceux qui l'utilisent déjà au quotidien. Cette session est une découverte pratique de ses fonctionnalités clés :

-> les skills, qui transforment un besoin métier récurrent en compétence réutilisable ;

-> les connecteurs, qui permettent d'aller chercher l'information directement à la source ;
-> et un mot sur Claude Code, Cowork et Claude Design pour situer ce que ces briques permettent.

Démonstrations à l'appui, avec des cas d'usage réels et activables dès le lendemain.

Les rendez-vous du Club

27^e TROPHÉE DE GOLF DU CLUB JEUDI 24 SEPTEMBRE 2026

AU GOLF DES YVELINES - RESONANCE GOLF COLLECTION
CHÂTEAU DE LA COUHARDE - 78940 LA QUEUE LEZ YVELINES



À partir de 07:30

Accueil au Château de la Couharde
Échauffement sur les zones d'entraînement, practice, putting greens et chipping zone

08:40

Briefing par Nelson Monfort & Isabelle Bourdet

09:00 précises

Parcours 18 trous « Les Chênes »
Formule de jeu en scramble par équipe de 2

14:00

Déjeuner en terrasse du Château de la Couharde si la météo le permet.

Proclamation des résultats pendant le déjeuner

Remise des Prix, Give & Take

Chaque participant apporte un lot même modeste !

Index maximum : 36

Licence à jour demandée

+ d'infos : Isabelle Bourdet – 01 41 33 73 07



ÇA S'EST PASSÉ AU PRESS CLUB



MAI 2026

DÉBAT - LE PARISIEN ENTREPRISE : IMMERSION DANS UNE NOUVELLE STRATÉGIE ÉDITORIALE

Nicolas MAVIEL, rédacteur en chef adjoint des suppléments du Parisien était l'invité du Press Club à l'occasion du lancement du Parisien Entreprise, nouveau nom du Parisien Economie.

Un changement de nom accompagné d'une nouvelle ligne éditoriale. Notre invité a détaillé les choix qui ont présidé à cette refonte : valoriser la parole des entrepreneurs, décrypter les mutations économiques et offrir des clés concrètes pour éclairer la prise de décision.

"Cinq rendez-vous structurent la publication. Ils couvrent l'actualité des entreprises, les solutions pour dirigeants, les parcours inspirants d'entrepreneurs, les histoires de PME ainsi que les enjeux liés à l'emploi et à la formation" a expliqué notre invité.

Lorsqu'on lui a demandé s'il existait des liens avec Les Echos sa réponse a été claire *"Il y a zéro passerelle avec Les Echos."*

Ce débat a été l'occasion de mesurer la capacité d'un média grand public à adapter son traitement de l'économie aux réalités du terrain et, en filigrane, le rôle que peut jouer la presse dans l'accompagnement des entrepreneurs aujourd'hui.

Débat animé par :
Isabelle BOURDET
Directrice du Press Club



MAI 2026

CONFÉRENCE DE PRESSE DU DÉPARTEMENT DE L'YONNE

L'agence RevolutionR (membre du Club) a organisé cette conférence à l'occasion du lancement de « **Les Lueurs de Vézelay** », un nouvel événement culturel porté par le Département de l'Yonne.

Il prolonge l'obtention du label Grand Site de France par le territoire de Vézelay, une reconnaissance qui distingue des sites engagés dans une démarche exigeante de préservation, de mise en valeur et de gestion durable de leur fréquentation.

Avec « **Les Lueurs de Vézelay** », ils'agit désormais d'ouvrir un nouveau chapitre : faire dialoguer patrimoine et création artistique au coeur d'un territoire d'exception.

Grégory Dorte, Président du Département a précisé les objectifs de ce nouvel événement, et dévoilé en avant-première sa programmation. Soline Archambault, directrice du Réseau des Grands Sites de France a précisé ce que représente ce label à l'échelle nationale, Willy Vanhonnacker, le directeur artistique a dévoilé sa programmation et annoncé la participation exceptionnelle à l'événement d'Axelle Saint-Cirel, dont l'interprétation de La Marseillaise lors des Jeux olympiques d'été de 2024 est encore dans tous les esprits.



MAI 2026

DÉBAT - DANS LA TÊTE D'UN JOURNALISTE : POURQUOI CERTAINS PITCHS DEVIENNENT DES ARTICLES OU DES SUJETS ?

Boîtes de réception débordées, communiqués impersonnels et relances maladroites : les journalistes croulent sous les sollicitations. Lors d'un échange réunissant Laurent BORDE, d'Ici Paris Ile-de-France, Caroline de JUGLART de M6 et Céline VALENSI du Monde Diplomatique, un constat s'est imposé : pour espérer retenir l'attention des rédactions, les attachés de presse doivent aujourd'hui miser sur la précision, le timing et l'humain.

Tous s'accordent sur l'importance d'un objet de mail percutant et d'un message personnalisé. *"On fait des choix engageants, on cherche une histoire, on veut la visualiser"*, rappelle Caroline de Juglart, tandis que Laurent Borde insiste sur la nécessité *"d'aller droit au but car en radio, on réalise des sujets d'1"15"*.

Le bon timing est également essentiel. Pour Céline Valensi, *"Il faut s'intéresser au planning de publications, avoir un sujet solide, en lien avec l'actualité et l'adresser au bon journaliste, c'est la meilleure façon d'éviter de finir ignoré voire blacklisté."*

Enfin, malgré des avis partagés sur les relances, un constat fait consensus : la confiance entre journalistes et attachés de presse facilite grandement les échanges.

Débat animé par :
Robert KASSOUS
Infotravelfr.fr / AJT



JUIN 2026

DÉBAT - MÉDIAS, IDÉES, DÉMOCRATIE : LE PARI DU LIBREJOURNAL

Pour en discuter nous avons invité Laurent JOFFRIN – Directeur de la rédaction et de la publication, qui, à un an d'une échéance présidentielle, a choisi de mettre son journal en ligne *"en ordre de marche pour l'année qui vient, décisive pour la gauche et pour notre pays"*.

Le Librejournal est un média d'opinion, de courant social démocrate. Nous défendons les idées d'un courant qui va du centre gauche à une gauche audacieuse. Mais on est agnostique, on est indifférent à la personne qui défendra ces idées".

Un site qu'il dit avoir monté avec très peu d'argent *"preuve que la presse est libre en France"*. Il l'a précisé : *"On dit que les médias sont tenus ; c'est faux, on peut dire ce que l'on veut dans la limite de la loi"*.

Interrogé sur les réseaux sociaux, il a répondu qu'ils véhiculent de l'émotion pure, du préjugé. *"C'est une régression démocratique, les gens s'enferment dans un cocon idéologique en reniant les faits"*. Quant à l'IA, il dit que *"c'est formidable, cela fait gagner du temps, mais cela va ruiner le modèle économique des journaux"*.

Débat animé par
Laëtitia LALLEMENT – Pigiste
M6/France 24

ÇA S'EST PASSÉ AU PRESS CLUB



JUIN 2026

DÉBAT - JOURNALISME A L'ÈRE DE L'IA : MUTATIONS, DÉFIS ET NOUVELLES PRATIQUES AVEC LES RP

Invités : Farah BENOUIS – Journaliste à France 24,
Didier TESTOT – Directeur de la Bourse et la Vie Tv,
Céline VALENSI – Journaliste au Monde Diplomatique

Ce débat a eu lieu à l'occasion de la sortie du rapport « State of The Media 2026 » de Cision.

L'étude State of the Media 2026 de Cision, devenue une référence pour les professionnels des RP s'appuie sur les réponses de 1 899 journalistes issus de 19 pays et dresse un état des lieux des attentes des médias vis-à-vis des professionnels des relations publiques (RP). En voici un résumé :

LES RP EN RENFORT POUR AIDER LES JOURNALISTES

Le principal enseignement est que les journalistes travaillent dans un environnement sous forte pression.

50 % considèrent que leur plus grand défi est désormais l'exactitude de l'information, la vérification des faits et la lutte contre la désinformation, tandis que 49 % citent les contraintes de ressources (réduction des budgets, suppressions de postes et surcharge de travail). Cette dernière problématique a fortement progressé par rapport à 2025 (29 %).

Dans ce contexte, les RP jouent un rôle de plus en plus stratégique. **66 % des journalistes déclarent s'appuyer sur les contenus fournis par les RP (communiqués, pitches, kits médias) pour trouver des idées d'articles**, loin devant les réseaux sociaux (45 %). Les professionnels des RP ne sont donc plus seulement des diffuseurs d'informations mais deviennent de véritables partenaires éditoriaux.

LA VALEUR AJOUTÉE DES PROFESSIONNELS DES RP À L'ÈRE DE L'IA ET DU MULTIMEDIA

Les facteurs qui incitent un journaliste à considérer un pitch sont d'abord sa pertinence éditoriale (79 %), suivie d'un angle intéressant (35 %), de données ou recherches crédibles (33 %) et d'une opportunité exclusive (27 %).

À l'inverse, les principales raisons de rejet sont un contenu non pertinent (82 %), trop promotionnel (53 %) ou dépourvu d'angle

journalistique clair (34 %).

Les journalistes attendent avant tout des RP des données et études originales (47 %), des informations sous embargo ou en avant-première (45 %) et un accès à des experts (42 %).

Concernant les usages numériques, les journalistes sont devenus de véritables créateurs de contenus multiplateformes : 47 % contribuent à des sites web, 35 % à des réseaux sociaux de médias, 29 % à leurs propres réseaux sociaux, 23 % à des newsletters et 22 % à des podcasts.

Les réseaux sociaux occupent une place centrale, avec LinkedIn comme plateforme professionnelle dominante : 62 % des journalistes l'utilisent régulièrement dans leur travail.

Enfin, l'intelligence artificielle progresse rapidement dans les rédactions. Seuls 21 % des journalistes déclarent ne pas utiliser d'outils d'IA générative, contre 33 % en 2025.

Les principaux usages concernent la génération d'idées (48 %), la recherche et la vérification des faits (43 %) et la transcription et le résumé d'interviews (41 %).

Toutefois, l'acceptation de l'IA dans les relations presse reste limitée : 53 % des journalistes sont opposés aux pitches générés par l'IA, craignant notamment un manque de personnalisation et une augmentation des contenus de faible qualité.

Cyndie Bettant - Cision

En 2026, la réussite des relations médias repose sur trois piliers : la pertinence des sujets, la qualité des données fournies et l'authenticité des échanges humains. Les journalistes, plus sollicités que jamais, privilégient les RP capables d'apporter des informations fiables, exclusives et directement exploitables.

ÇA S'EST PASSÉ AU PRESS CLUB

PRIX PRESS CLUB, HUMOUR ET POLITIQUE 2026 LES PREMIERS SÉLECTIONNÉS SONT...

Le jury de la 24^e édition des « Prix Press Club, Humour et Politique », a procédé à ses deux premières sélections, la dernière aura lieu en novembre, des personnalités politiques qui ont prononcé les phrases les plus drôles du premier semestre.



Alma Dufour, députée LFI-NFP à propos de la mort de Quentin Deranque :

« Je vous mets mes deux mains à couper que le collaborateur de Raphaël Arnault n'a rien à voir avec cette histoire. »

Réponse de **Philippe Croizon**, athlète, aventurier, chroniqueur :

« @alma_dufour Bienvenue au club. »



David Assouline, ancien Sénateur de Paris :

« LFI est un accélérateur de particules du RN. »



Olivier Faure, premier secrétaire du PS

à propos du duel Eric Ciotti/Christian Estrosi à Nice :

« Rien ne les distingue à part leur chevelure. »



Bernard Cazeneuve, ancien Premier ministre :

« On ne peut pas mener campagne avec le discours du Père Noël et mener ensuite la politique du Père Fouettard. »

ÇA S'EST PASSÉ AU PRESS CLUB

PRIX PRESS CLUB, HUMOUR ET POLITIQUE 2026
LES PREMIERS SÉLECTIONNÉS SONT...



L'échange à distance entre Jack Lang et Roselyne Bachelot à propos de l'affaire Epstein:

Jack Lang : « *Je suis blanc comme neige.* »
Réponse de Roselyne Bachelot : « *Quand on voit le paquet de teinture qu'il affectionne, dire qu'il est blanc comme neige !* »



Marine Le Pen, Députée du Pas-de-Calais, à propos de la déclaration de Kylian Mbappé « je ne veux pas que le RN gagne les élections ».
« *Quand il dit qu'il ne veut pas qu'on gagne les élections, ça me rassure. Il est parti du PSG pour aller au Real Madrid, en disant que c'était pour gagner la Ligue des champions. Entre-temps, le PSG a gagné.* »



Claude Malhuret, Sénateur de l'Allier :
« *Trump est le seul éléphant qui se promène avec son propre magasin de porcelaine.* »



Sandrine Rousseau, Députée de Paris propose de renommer les steaks en « cadavres d'animaux » :
« *Les menus des restaurants auraient beaucoup plus d'allure s'il y avait cadavre de vache plutôt qu'entrecôte.* »



Bruno Retailleau, Président des Républicains à propos de Laurent Wauquiez :
« *Je ne comprends pas, quand on dîne avec lui et sa femme il est charmant.* »



Daniel Vaillant, ancien ministre de l'Intérieur à propos des anciens Premiers ministres et locataires de Beauvau qui n'ont plus droit à une protection policière ni à un chauffeur :
« *Je n'ai pas conduit depuis 25 ans. Comment je fais alors ? C'est un changement de vie.* »



LA TRIBUNE

de Eric Houdet, fondateur d'Ekologgia

À propos d'Ekologgia :

Ekologgia est une entreprise technologique française qui développe des solutions d'intelligence documentaire par IA.

LA PROCHAINE RÉVOLUTION DE L'IA NE SERA PAS TECHNOLOGIQUE... ELLE SERA COGNITIVE

L'intelligence artificielle est devenue le symbole de notre époque. Chaque semaine apporte son lot d'annonces : modèles plus puissants, nouvelles capacités, promesses de productivité inédites.

Pourtant, à force de regarder vers l'avenir, nous risquons de passer à côté de l'enjeu le plus stratégique de cette révolution. **La véritable question n'est pas de savoir ce que l'IA créera demain, mais ce qu'elle va nous permettre de comprendre aujourd'hui.**

Depuis plus de vingt ans, entreprises, collectivités et administrations accumulent un patrimoine informationnel considérable : documents, études, procédures, rapports, données métiers ou retours d'expérience. Cette richesse est pourtant largement sous-exploitée. Les connaissances se fragmentent, les expertises se dispersent et les savoirs accumulés restent souvent difficiles à mobiliser.

Nous faisons face à un paradoxe coûteux : jamais nous n'avons autant su, et jamais il n'a été aussi difficile de transformer ce savoir en action.

C'est précisément là que l'IA peut changer la donne. Son apport le plus décisif ne réside peut-être pas dans sa capacité à générer de nouveaux contenus, mais dans celle de révéler, structurer et valoriser les connaissances existantes. Autrement dit, faire émerger de l'intelligence à partir de ce que nous possédons déjà.

CETTE ÉVOLUTION MARQUE UNE RUPTURE

Pendant longtemps, la performance reposait sur l'accumulation : davantage de ressources, davantage de données.

Aujourd'hui, la question n'est plus de savoir qui détient le plus d'informations, mais qui saura le mieux les comprendre.

Nous entrons dans une économie de la connaissance activée. La valeur proviendra de la capacité à relier les informations, à les contextualiser et à les rendre immédiatement exploitables. Les organisations les plus performantes seront celles qui sauront transformer leur mémoire collective en avantage stratégique.

CET ENJEU DÉPASSE LA SEULE TECHNOLOGIE

Il touche à la transmission des savoir-faire, à la préservation des expertises critiques, à la compétitivité et à l'innovation. Il concerne également la transition écologique : dans un monde soumis à des contraintes croissantes, la création de valeur ne pourra plus reposer uniquement sur l'accumulation, mais davantage sur l'optimisation de l'existant.

Cette perspective constitue aussi une opportunité pour l'Europe. Si elle ne dispose pas toujours de la puissance financière des géants américains ou chinois, elle possède des atouts majeurs : une culture de la confiance, de la gouvernance et de la valorisation du savoir. Dans l'économie de l'IA, ces qualités pourraient devenir des avantages décisifs.

L'enjeu n'est donc plus seulement de construire des intelligences artificielles toujours plus puissantes. Il est de construire des intelligences artificielles réellement utiles, capables d'aider les organisations à mieux comprendre ce qu'elles savent déjà et à mieux décider dans un environnement toujours plus complexe.

La prochaine révolution de l'IA ne sera pas seulement technologique. Elle sera cognitive.



LA LIBERTÉ DE LA PRESSE DANS LE MONDE AU PLUS BAS

Pour la première fois dans l'histoire du Classement mondial de la liberté de la presse de Reporters sans frontières, plus de la moitié des pays du monde sont en situation "difficile" ou "très grave". En 25 ans, le score moyen de l'ensemble des pays étudiés n'a jamais été aussi bas. Le développement d'un arsenal législatif de plus en plus restrictif, notamment lié aux politiques de sécurité nationale, vient, depuis 2001, éroder le droit à l'information, jusque dans les démocraties.

"RSF interpelle frontalement l'avenir en posant une question simple **jusqu'à quand allons-nous tolérer l'asphyxie du journalisme, l'entrave systématique des journalistes et l'érosion continue de la liberté de la presse ?**"

Car si les attaques contre le droit à l'information se diversifient et se sophistiquent, leurs auteurs, eux, ne se cachent plus : États autoritaires, pouvoirs politiques complices ou défaillants, acteurs économiques prédateurs et plateformes devenues incontrôlables portent une responsabilité directe et écrasante.

Face à cela, la passivité devient une forme de caution. Il ne suffit plus d'affirmer des principes : des politiques de protection active sont indispensables, et elles doivent être motrices.

Cela commence par mettre fin à sa criminalisation : détournement des lois de sécurité nationale, procédures-baïllons, entraves systématiques à celles et ceux qui enquêtent, révèlent et nomment.

Les mécanismes de protection restent trop faibles, le droit international s'effrite et l'impunité prospère.

Il faut des garanties fermes – et des sanctions réelles. La balle est dans le camp des démocraties et de leurs citoyens.

À eux de faire barrage à ceux qui organisent le silence. Car la contagion autoritaire n'est pas une fatalité."

Anne Bocandé,
Directrice éditoriale de RSF

**La France est au 25^e rang
du classement**

LES INFORMATIONS CLÉS

- Cinq indicateurs permettent de mesurer l'état de la liberté de la presse dans le monde (économique, légal, sécuritaire, politique, social), celui du cadre légal est celui qui baisse le plus cette année.
- Les États-Unis (64^e) perdent sept places tandis que d'autres pays américains, tels que l'Équateur et le Pérou, plongent.
- La Norvège est, pour la dixième année consécutive, en tête du classement, tandis que l'Érythrée est en fin de classement depuis trois ans.
- La Syrie (141^e) post-Assad effectue la remontée la plus importante du classement en 2026 (+ 36).

DEPUIS 25 ANS QUE RSF PUBLIE LE CLASSEMENT, LA LIBERTÉ DE LA PRESSE SE DÉGRADE ET LA CARTE S'ASSOMBRI



La criminalisation du journalisme à son pic

L'indicateur légal est celui qui baisse le plus cette année.

Ce score s'est dégradé dans plus de 60 % des pays, soit dans 110 États sur 180 entre 2025 et 2026.

C'est par exemple le cas de l'Inde (157°), de l'Égypte (169°), d'Israël (116°) ou encore de la Géorgie (135°).

La criminalisation du métier, fondée sur le contournement du droit de la presse et le dévoiement de lois d'exception ou de droit commun, s'avère un phénomène mondial.

Pressions sur les médias publics et procédures-bâillons

La dégradation de l'indicateur légal s'explique aussi par l'usage abusif des législations en vigueur pour poursuivre les journalistes devant la justice, avec **l'intensification des procédures-bâillons**, que ce soit en Bulgarie (71°) ou encore au Guatemala (128°).

En Indonésie (129°), à Singapour (123°) et en Thaïlande (92°), les élites politiques ou économiques exploitent également un cadre juridique offrant une protection insuffisante à la presse.

Ces entraves juridiques se retrouvent aussi dans des pays relativement bien classés comme la France (25°).

Le dévoiement des lois sur la sécurité nationale

Vingt-cinq ans après les attentats du 11 septembre 2001 aux États-Unis, l'extension du domaine du secret-défense et de la sécurité nationale est devenue un moyen pour interdire la couverture de sujets d'intérêt général dans de nombreux pays.

Cette tendance, notable dans les régimes autoritaires, s'est largement développée dans les démocraties et s'accompagne d'un usage abusif de lois contre les journalistes, au nom de la lutte contre le terrorisme.

Voir le classement complet
www.rsf.org

LE NUMÉRIQUE À VOTRE SERVICE

Issy-les-Moulineaux vous accompagne au quotidien



Issy-les-Moulineaux



“ JE N’AIME PLUS

L’ÉCOLE,

JE VEUX RESTER

À LA MAISON”

[Iris 9 ans]

Derrière les mots
de nos enfants,
il y a souvent
un appel au secours.

Soyons attentifs.

ENFANCE
majuscule
Bientraitance et défense des droits de l'enfant

EN CAS DE DOUTE **CONTACTEZ LE 119**