DOSSIER DE PRESSE

Opportunités et défis de la génération numérique

Mercredi 3 décembre 2014
Lycée Louis-Le-Grand

Ajef

Association des journalistes économiques et financiers & ses partenaires

Partager des connaissances, s'intéresser, dialoguer, innover, telles sont les ambitions des Assises Médias/Entreprises, le nouveau rendez-vous annuel de l'Association des journalistes économiques et financiers, en partenariat avec les entreprises membres du Club de l'Ajef et le Lycée Louis-Le-Grand.

Pour cette première édition, l'Ajef a choisi de s'intéresser à la révolution numérique. Nous ne sommes qu'aux débuts de cette révolution dont on mesure mal les enjeux. Mais une chose est sûre, cette révolution va bouleverser toutes nos habitudes. Les habitudes des consommateurs (avec le e-commerce), du monde de l'éducation (MOOC), des pouvoirs publics, des entrepreneurs et des entreprises, qu'elles soient des pure players, des entreprises petites, moyennes ou grandes, internationalisées ou non…
Cette révolution est à la fois source d'économie, de productivité et d'innovation, mais pour cela, il faut que les règles du jeu soient claires !

Ce sont toutes ces questions que nous allons aborder aujourd'hui avec nos intervenants autour de deux tables rondes intitulées « Comment tirer profit de la révolution numérique ? » et « Nouveaux métiers, nouveaux médias du XXIe siècle ».

Suivre et interagir : @AJEF, #AJEF

SOMMAIRE

Points de vue P. 4

Programme P. 6

Intervenants P. 7

Le Club des partenaires de l'Ajef P. 12

Qu'est-ce que l'Ajef ? P. 16

POINTS DE VUE

Une civilisation numérique à créer

On a l'impression que c'était il y a si longtemps… et pourtant, c'est simplement depuis une vingtaine d'années que l'informatisation de la société, le déploiement d'internet et du numérique, ont engendré une révolution que l'on peut comparer, à quelques siècles de distance, à celle entraînée par l'invention de « la fée Électricité » ou l'arrivée du chemin de fer !
La nouvelle aventure du numérique, qui succède à celle de l'électronique, offre d'incontestables opportunités. Notamment pour ces « jeunes pousses » devenues, en une décennie, un nouvel imperium technologique bien décidé à supplanter les anciens fleurons industriels. La conversion au numérique peut aussi être un atout, déterminant, pour des économies en retard d'innovation, pour peu qu'elles soient décidées à effectuer le grand bond innovateur.
Elle a aussi commencé à transformer en profondeur l'éducation. La connaissance n'est plus seulement l'apanage de l'enseignement scolaire. L'éducation à distance, les MOOC, les tablettes et autres smartphones sont autant d'outils mis au service du « savoir » et du « comprendre ». L'information est, elle aussi, à la manœuvre. Presse, édition, audiovisuel, tous sont confrontés à la montée en puissance des acteurs du Net et au bouleversement du paysage médiatique qui en résulte.
C'est cette vaste problématique qui est au cœur des premières Assises Médias/Entreprises qui se tiennent le 3 décembre 2014. Ouvertes à toutes et à tous, au grand public et aux jeunes générations parfois privés de parole, elles permettront de décrypter les atouts, les enjeux, mais aussi les écueils d'une civilisation numérique, désireuse de progrès et de modernité, certes, mais aussi attentive à ne pas se laisser « prendre dans la Toile ».

Serge Marti
Président de l'Association des journalistes économiques et financiers (Ajef)

Apprendre, comprendre et dire au XXIe siècle ?

Cette question mérite qu'on la traite en accordant toute sa place à l'histoire alors que l'École est sollicitée de toute part dans un monde en profonde mutation.
L'École que nous connaissons fonctionne sur un modèle assez récent. Un peu plus de deux siècles, c'est-à-dire un temps court à l'échelle de l'humanité. En revanche, l'École contemporaine se manifeste par la grande diversité des modèles éducatifs, certains évoluant même très rapidement pour s'adapter à un nouveau paradigme monde. On peut discerner deux sujets majeurs qui ensemble interpellent désormais l'École, avec une intensité renvoyant à l'échelle de la mutation économique que nous connaissons depuis maintenant quarante ans. Celui des savoirs qui doivent être maîtrisés et celui de la transmission de ces savoirs et des compétences qui s'y rattachent.
Sur un temps relativement long, l'imprimerie a profondément changé l'accès à la connaissance à partir du XVe siècle. De même, on peut s'attendre aux mêmes effets, sur une période de temps incomparablement plus courte, avec la révolution portée par l'internet et les sciences du numérique. Entre-temps, la télévision, le magnétoscope, la vidéo et l'ordinateur sont venus directement concurrencer l'École sur le terrain de la transmission des connaissances. Avec ces moyens, la forme des apprentissages évolue sans toutefois modifier profondément les modes d'accès aux savoirs : ils demeurent marqués par une correspondance univoque du discours explicatif. Avec l'émergence généralisée du numérique se constitue sans doute un nouvel espace où s'échangent et s'acquièrent commodément les connaissances. Une autre partition s'écrit ainsi devant nous et vient modifier substantiellement la diffusion et l'appropriation des savoirs et des compétences par les élèves et les étudiants, mais aussi les professeurs et plus généralement les adultes.
À maints égards, la puissance des échanges collaboratifs, qui se dessinent désormais dans un nouvel écosystème numérique, donne une idée assez précise de ce que peuvent apporter les MOOC et les modèles pédagogiques participatifs. Assurément, il s'agit d'offre d'information. C'est même une information pléthorique et certainement pas toujours certifiée qui s'offre à nos élèves et à nos étudiants. Du coup, le rôle de l'enseignant réside désormais moins dans la transmission des informations, mais bien davantage il lui appartient d'apprendre à les appréhender, à les critiquer, à les valider. C'est, pour chacun de nous et notre société, une révolution culturelle. À l'heure où chaque jour se publient plus de choses que ce qui peut être lu en une vie. Ainsi plus personne ne peut tout savoir, ni même y prétendre.
Mais il ne s'agit pas que d'une offre mais d'une nouvelle économie de la création et du partage de la connaissance. L'enseignant ou le chercheur doit accepter cette situation et la tourner à son avantage. Ce que l'enseignant est censé mieux savoir que ses élèves, ce sont les règles des échanges et l'analyse des savoirs. L'enseignant de notre époque doit devenir un spécialiste de la découverte des savoirs, de la mise à jour des connaissances.
Le rôle de transmission ne s'efface pas pour autant : il se déplace. Il s'agit aujourd'hui de transmettre des métasavoirs, comme la possibilité d'apprendre à apprendre, c'est-à-dire devenir autonome pour, tout au long de la vie, être capable de mettre à jour ses propres connaissances.
Face à l'abondance d'informations, il nous appartient de comprendre comment s'effectue le passage de l'information brute, telle que l'élève la trouve sur le web, à la télévision ou dans des livres, à la connaissance. Mais l'internet est aussi une phénoménale machine à interagir où nous voyons nos élèves et nos étudiants apprendre de leurs propres avancées.
Cette nouvelle École est en marche.

Michel Bouchaud
Proviseur du Lycée Louis-le Grand
Président de l'Association des proviseurs de lycée à classes préparatoires aux grandes écoles

PROGRAMME

Opportunités et défis de la génération numérique

8 h 30 : Accueil (café)

Table ronde 1 (9 h 00-10 h 30) :

« COMMENT TIRER PROFIT DE LA RÉVOLUTION NUMÉRIQUE ? »

Grand témoin : **Selma Mahfouz**
Commissaire générale adjointe à la Stratégie et à la Prospective - France Stratégie

Intervenants :

- **Vincenzo Spiezia,** senior économiste à l'OCDE, auteur du rapport « Nouveau regard sur l'économie numérique »
- **Nick Leeder,** directeur général de Google France
- **Stéphane Treppoz,** président-directeur général de Sarenza.com
- **François Bourdoncle,** président de FB&Cie et co-chef de file de la filière Big Data française

Animée par **Philippe Mabille**
Directeur adjoint de la rédaction de *La Tribune*

Table ronde 2 (11 h 00-12 h 30) :

« NOUVEAUX MÉTIERS, NOUVEAUX MÉDIAS DU XXIE SIÈCLE »

Grand témoin : **Philippe Lemoine**
PDG de LaSer, président de la Fondation internet nouvelle génération, auteur du rapport « La transformation numérique de l'économie »

Intervenants :

- **Serge Abiteboul,** membre du Conseil national du numérique, co-auteur du rapport « Jules Ferry 3.0 » sur le numérique à l'école
- **Olivier Mathiot,** président de PriceMinister-Rakuten Group et co-président de France Digitale
- **Pascal Riché,** co-fondateur du site Rue89 et directeur adjoint de *L'Obs*
- **Pascal Guénée,** directeur de l'école de journalisme IPJ Dauphine

Animée par **Philippe Escande**
Chef adjoint du service économique du *Monde*

INTERVENANTS

Selma Mahfouz est commissaire générale adjointe à France Stratégie depuis novembre 2013. Économiste de formation, administratrice de l'INSEE, Selma Mahfouz a travaillé au Fonds monétaire international à Washington et à la direction générale du Trésor à Paris, où elle s'est progressivement orientée vers les questions d'emploi et de protection sociale. Elle s'est consacrée ces dernières années aux politiques sociales, notamment en matière de retraite, au Conseil d'orientation des retraites (COR), puis au cabinet de la ministre des Affaires sociales et de la Santé.

Vincenzo Spiezia est le chef de l'unité des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) à la direction de la Science, de la Technologie et de l'Innovation de l'OCDE. Docteur en économie, il coordonne les activités du groupe de travail sur la Mesure et l'Analyse de l'économie numérique (MADE). Ses activités de recherche courantes se concentrent sur l'impact des TIC sur l'emploi, les compétences et l'innovation. Avant de rejoindre l'OCDE, il a été économiste principal au Bureau international du travail à Genève, où il a contribué à plusieurs études sur les effets économiques de la mondialisation. Il est l'auteur de plusieurs publications sur l'innovation et sur l'emploi dans des livres et des revues internationaux.

Nick Leeder est le directeur général de Google France. Diplômé de l'Institut européen d'administration des affaires (Insead) et titulaire d'une licence en mathématiques de l'Université de Sydney, il a précédemment été directeur général de Google Australie et Nouvelle-Zélande de mars 2011 à 2013. Avant de rejoindre Google, Nick Leeder a exercé des responsabilités au sein des groupes Mc Kinsey, FairFax Media Limited et News Limited.

Stéphane Treppoz est président-directeur général de Sarenza.com. Diplômé d'HEC, il démarre sa carrière chez Arthur Andersen (New York) puis rejoint Meccano en 1990 et devient président de sa filiale américaine. De 1995 à 1998, il est chargé de mission auprès de la direction générale de Vivendi puis Cegetel. En 1998, Stéphane Treppoz est nommé PDG d'AOL France. Business Angel de 2004 à 2005, il intègre ensuite Wendel Investissement en tant que Senior Advisor. En 2007, il entame un nouveau challenge chez Sarenza comme président-directeur général.

François Bourdoncle est président de FB&Cie. Il a co-fondé en 2000 la société Exalead, pionnière dans le domaine des moteurs de recherche et du Big Data, qu'il a dirigée jusqu'à son rachat en 2010 par Dassault Systèmes pour 136 M€. Précédemment, il a mené une carrière de recherche académique et industrielle, en France et en Californie, et a également enseigné pendant 15 ans à l'École polytechnique et à l'École normale supérieure. François Bourdoncle est ancien élève de l'École polytechnique, ingénieur au Corps des mines, et docteur en informatique. Il est membre du Conseil scientifique de la Société informatique de France, de la commission Innovation 2030, et a été nommé co-chef de file de la filière Big Data française. Il est également chevalier dans l'ordre national de la Légion d'honneur et dans l'ordre national du Mérite, et s'est vu décerner en 2005 le prix de l'Ingénieur de l'année, dans la catégorie Entrepreneur, ainsi que le prix Louis Armand en 1987.

Philippe Lemoine

Diplômé d'études supérieures d'économie et de l'Institut d'études politiques à Paris, licencié en droit, Philippe Lemoine est président-directeur général de LaSer, un groupe de services européens, président de la Fondation internet nouvelle génération et président-fondateur du Forum d'Action Modernités. Attaché à articuler réflexion et action, il a opéré plusieurs allers-retours entre le public et le privé. Il a notamment été co-président du groupe Galeries Lafayette de 1998 à 2005. Commissaire du gouvernement à la CNIL en 1982, il en est nommé membre de 1999 à 2009 puis de nouveau en janvier 2014. Chargé par le Gouvernement d'une mission sur le pilotage de la transformation numérique de l'économie française, il vient de rendre son rapport intitulé « La nouvelle grammaire du succès - La transformation numérique de l'économie française ».

Serge Abiteboul est directeur de recherche à INRIA, professeur affilié à l'École normale supérieure de Cachan. Il est membre de l'Académie des sciences depuis 2008 et de l'Académie de l'Europe depuis 2011. Il a occupé une chaire d'informatique au Collège de France en 2011-2012 et à Namur en 2012-2013. Il est co-fondateur de la société Xyleme en 2000. Serge Abiteboul a reçu le ACM SIGMOD Innovation Award en 1998, le Prix d'informatique de l'Académie des sciences en 2007, le prix Milner Award de la Royal Society en 2013, et une « Advanced Grant » du Conseil de la recherche (2008-2013). Il est membre du Conseil national du numérique et du Conseil scientifique de la Société d'informatique de France. Il est éditeur du blog binaire.blogs.lemonde.fr. Sa recherche porte sur les données, l'information et les connaissances.

Olivier Mathiot, 43 ans, est le co-fondateur de PriceMinister, place de marché sur internet lancée en 2001 puis vendue au groupe japonais Rakuten en 2010. Il en a été nommé président début mai 2014, après en avoir été le Directeur Marketing et Communication depuis sa création. PriceMinister emploie aujourd'hui 250 salariés en France. Olivier Mathiot est également un « Business Angel », accompagnant une vingtaine de start-up innovantes. En 2012, il a été l'un des porte-parole du mouvement des Pigeons, puis il a participé en 2013 aux Assises de l'entrepreneuriat organisées par le Gouvernement. Fin 2103, il est nommé co-président de l'association France Digitale dont la mission est de favoriser l'émergence parmi les start-up françaises de champions numériques d'envergure internationale. Jusqu'en 2000, il a été publicitaire, directeur de marque puis directeur commercial au sein des agences CLM/BBDO et DDB, en charge de marques de grande consommation. Olivier Mathiot est diplômé d'HEC, spécialisation marketing.

Pascal Riché est un journaliste français, co-fondateur de Rue89 et directeur adjoint de *L'Obs* en charge des éditions numériques. Il est titulaire d'une maîtrise de droit public et diplômé de l'Institut d'études politiques de Paris et du Centre de formation des journalistes. Après des débuts à *La Tribune*, il rejoint *Libération* en 1989. Il y dirige le service économie avant d'être nommé correspondant à Washington en 2002. Depuis les États-Unis, il a notamment suivi toute la campagne pour l'élection présidentielle de 2004. Il a lancé la même année différents blogs qui ont connu un certain succès. Après avoir dirigé les pages « Débats » de *Libération*, avec le titre de rédacteur en chef, il a quitté le quotidien en 2007 pour fonder Rue89, un site d'informations sur internet dont il sera le rédacteur en chef. Suite à l'alliance de Rue89 avec *L'Obs*, Pascal Riché a été nommé directeur adjoint en charge des éditions numériques de *L'Obs*. Ce virage vers le numérique du groupe a pour objectif d'en faire le premier portail de la presse magazine.

Pascal Guénée est le directeur de l'Institut pratique du journalisme (IPJ) de l'université Paris-Dauphine (PSL Research University). Cet institut, accessible par concours, forme chaque année une cinquantaine de journalistes. Très impliqué dans les questions afférentes à l'égalité des chances, IPJ est le premier établissement d'enseignement du journalisme à avoir reçu le label Diversité de l'AFNOR. Pascal Guénée est également le président de Théophraste. Créé il y a 20 ans, Théophraste est un réseau institutionnel de l'Agence universitaire de la francophonie qui regroupe des formations au journalisme dans une vingtaine de pays. Ces établissements d'excellence adhèrent à un modèle francophone de la formation au journalisme. Il siège également au WJEC (World Journalism Education Council - Conseil mondial de la formation au journalisme) où il représente la France et la francophonie. Pascal Guénée est par ailleurs secrétaire général de la CEJ, qui regroupe les 14 grandes écoles de journalisme françaises, et vice-président de la CNMJ, la Conférence nationale des métiers du journalisme. Enfin, il enseigne dans le nouveau master de Peace Studies de l'université Paris-Dauphine où il donne un cours sur « Médias et Conflits ».

LE CLUB DES PARTENAIRES DE L'AJEF

POURQUOI UN CLUB DE L'AJEF ?

Le Club des partenaires de l'Ajef, qui réunit aujourd'hui Aéroports de Paris, April, Bouygues, la BRED, EDF, GDF-SUEZ, La Poste, Publicis et Total, ainsi que le Lycée Louis-le-Grand, vise à rapprocher le monde de l'entreprise, celui des médias, de l'éducation et par là même du grand public, parfois inquiet de ne pas comprendre les enjeux de dossiers de plus en plus complexes,

➡ en favorisant la formation et la connaissance des journalistes qui peuvent ainsi mieux exercer leur métier et mieux informer leurs lecteurs, auditeurs, téléspectateurs, internautes,

➡ en multipliant les événements organisés par l'Ajef pour les professionnels, comme les petits déjeuners de l'Ajef avec des acteurs du monde politique et économique, les Ateliers de Bercy ou les Ateliers de l'OCDE,

➡ en organisant, pour les enseignants, les étudiants et le grand public, des rencontres avec des experts et des personnalités de haut niveau lors des Amphis de l'Ajef à Louis-Le-Grand.

AÉROPORTS DE PARIS
Le monde entier est notre invité

Aéroports de Paris détient et exploite les trois principaux aéroports de la région parisienne (Paris-Charles de Gaulle, Paris-Orly et Paris-Le Bourget), qui ont accueilli en 2013 90,3 millions de passagers. En 2013, Aéroports de Paris a compté près de 157 compagnies aériennes clientes et environ 350 villes ont été desservies à partir des aéroports Paris-Charles de Gaulle et Paris-Orly. Porte d'entrée de la France, première destination touristique mondiale, Aéroports de Paris est un point de connexion incontournable pour le transport aérien international. Grâce à sa localisation géographique, ses infrastructures de premier plan et sa compétitivité, Aéroports de Paris est idéalement positionné pour profiter pleinement de la croissance attendue du trafic aérien mondial à moyen et long termes. Avec l'acquisition en 2012 de 38 % du groupe TAV Airports (qui opère sur 13 aéroports dont notamment celui d'Istanbul Atatürk), Aéroports de Paris figure parmi les principaux groupes aéroportuaires mondiaux avec 37 aéroports sous gestion et près de 200 millions de passagers accueillis.

www.aeroportsdeparis.fr

APRIL, groupe international de services en assurance, a choisi l'innovation comme moteur de son développement, en regardant l'assurance avec les yeux du client. Ce parti pris, qui requiert audace et simplicité, lui a permis de devenir en moins de 20 ans le 1er courtier grossiste en France et d'être un acteur de référence à l'échelle internationale avec une implantation dans 37 pays. Plus de 4 000 collaborateurs assurent, conseillent, conçoivent, gèrent et distribuent des solutions d'assurances et des prestations d'assistance pour les particuliers, les professionnels et les entreprises. APRIL a réalisé en 2013 un chiffre d'affaires de 778,6 M€.

www.april.fr

BOUYGUES

Créé en 1952 par Francis Bouygues, Bouygues est un groupe industriel diversifié, structuré par une forte culture d'entreprise et dont les métiers s'organisent autour de trois activités : la construction avec Bouygues Construction (BTP et énergies & services), Bouygues Immobilier et Colas (routes), les télécoms avec Bouygues Telecom et les médias avec TF1.

www.bouygues.com

BRED
LA BANQUE QUI DONNE ENVIE D'AGIR

Banque commerciale, la plus importante du groupe BPCE, la BRED est une banque populaire coopérative, forte de 140 000 sociétaires à fin 2013 et de 2,6 milliards d'euros de capitaux propres. Le groupe BRED, qui compte 5 000 collaborateurs, dont 20 % à l'international et dans les COM, comporte une banque de détail, une banque Corporate, une banque de gestion privée, une société de gestion d'actifs, une salle des marchés, une compagnie d'assurances et des filiales bancaires en Asie du Sud-Est, dans le Pacifique, dans la corne est de l'Afrique et en Suisse.

www.bred.fr

EDF

Le groupe EDF, un des leaders sur le marché de l'énergie en Europe, est un énergéticien intégré, présent sur l'ensemble des métiers : la production, le transport, la distribution, le négoce et la vente d'énergies. Premier producteur d'électricité en Europe, le groupe dispose en France de moyens de production essentiellement nucléaires et hydrauliques fournissant à 95,9 % une électricité sans émission de CO_2. En France, ses filiales de transport et de distribution d'électricité exploitent 1 285 000 km de lignes électriques aériennes et souterraines de moyenne et basse tension et de l'ordre de 100 000 km de réseaux à haute et très haute tension. Le groupe participe à la fourniture d'énergies et de services à environ 28,5 millions de clients en France. Le groupe a réalisé en 2013 un chiffre d'affaires consolidé de 75,6 milliards d'euros dont 46,8 % hors de France. EDF, cotée à la Bourse de Paris, est membre de l'indice CAC 40.

www.edf.com

GDF SUEZ

GDF SUEZ inscrit la croissance responsable au coeur de ses métiers (électricité, gaz naturel, services à l'énergie) pour relever les grands enjeux énergétiques et environnementaux : répondre aux besoins en énergie, assurer la sécurité d'approvisionnement, lutter contre les changements climatiques et optimiser l'utilisation des ressources. Le groupe propose des solutions performantes et innovantes aux particuliers, aux villes et aux entreprises en s'appuyant sur un portefeuille d'approvisionnement gazier diversifié, un parc de production électrique flexible et peu émetteur de CO_2 et une expertise unique dans quatre secteurs clés : la production indépendante d'électricité, le gaz naturel liquéfié, les énergies renouvelables et l'efficacité énergétique. GDF SUEZ compte 147 200 collaborateurs dans le monde pour un chiffre d'affaires en 2013 de 81,3 milliards d'euros. Coté à Paris, Bruxelles et Luxembourg, le groupe est représenté dans les principaux indices internationaux : CAC 40, BEL 20, DJ Euro Stoxx 50, Euronext 100, FTSE Eurotop 100, MSCI Europe et Euronext Vigeo (World 120, Eurozone 120, Europe 120 et France 20).

www.gdfsuez.com

LE GROUPE LA POSTE

Société anonyme à capitaux 100 % publics depuis le 1er mars 2010, La Poste est un modèle original de groupe structuré autour de cinq branches : Services-Courrier-Colis, La Banque Postale, Réseau La Poste, GeoPost, Numérique. Le groupe est présent dans plus de 40 pays sur 4 continents. Chaque jour, les 17 000 points de contact de La Poste, soit le 1er réseau commercial de proximité de France, accueillent 1,7 million de clients. La Poste distribue 25 milliards d'objets par an dans le monde (lettres, imprimés publicitaires et colis), 6 jours par semaine. En 2013, le groupe La Poste a réalisé un chiffre d'affaires de 22,08 milliards d'euros, dont 17 % à l'international, et emploie plus de 266 000 collaborateurs. Le groupe La Poste, dans son plan stratégique « La Poste 2020 : conquérir l'avenir » s'est donné pour objectif d'accélérer le développement de ses cinq branches et de conquérir de nouveaux territoires. La Poste met le facteur humain et la confiance au cœur de la relation avec ses clients. Grâce à la convergence de ses réseaux, présente pour tous, partout et tous les jours, elle accompagne ses clients pour leur simplifier l'avenir.

www.laposte.fr

PUBLICIS GROUPE

Publicis Groupe (Euronext Paris FR0000130577, CAC 40) est l'un des premiers groupes mondiaux de communication. Le groupe est présent dans tous les secteurs et les métiers : le numérique (DigitasLBi, Razorfish, Rosetta, VivaKi, Nurun), la publicité (BBH, Leo Burnett, Publicis Worldwide, Saatchi & Saatchi), les relations publiques, la communication institutionnelle et l'événementiel (MSLGROUP), l'achat d'espace et la stratégie média (Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia), la communication santé avec Publicis Healthcare Communications Group (PHCG) et enfin la production de contenus avec Prodigious. Le groupe est présent dans 108 pays et compte environ 63 000 collaborateurs.

www.publicisgroupe.com

TOTAL
COMMITTED TO BETTER ENERGY

Total est l'un des tout premiers groupes pétroliers et gaziers internationaux, exerçant ses activités dans plus de 130 pays. Ses 100 000 collaborateurs développent leur savoir-faire dans tous les secteurs de ces industries : exploration et production de pétrole et de gaz naturel, raffinage, chimie, marketing et énergies nouvelles. Ils contribuent ainsi à satisfaire la demande mondiale en énergie, présente et future.

www.total.com

QU'EST-CE QUE L'AJEF ?

L'Ajef est l'une des plus anciennes associations françaises de journalistes. Son cinquantenaire a été célébré en 2007. Elle compte aujourd'hui quelque 200 membres provenant de tous les médias : presse écrite, radios, télévisions, sites internet. Son objectif est double : participer à un effort de pédagogie pour apporter aux journalistes une meilleure compréhension de dossiers de plus en plus complexes ; les aider à éviter les dérives déontologiques en dépit de pressions parfois subtiles.

LES ACTIVITÉS DE L'AJEF

➡ L'Ajef organise des **petits déjeuners** avec des personnalités économiques et politiques, françaises et étrangères.

➡ Elle anime les **Ateliers de l'économie** organisés au ministère de l'Économie et des Finances autour d'experts et de hauts fonctionnaires de Bercy sur les grands dossiers qui font ou feront l'actualité.

➡ Elle anime les **Ateliers de l'OCDE**, ateliers d'approfondissement des connaissances de l'économie internationale et de réflexion organisés à l'OCDE autour de directeurs de l'OCDE.

➡ Elle associe la société civile à la réflexion économique et financière dans le cadre des **Amphis de l'Ajef** : ces conférences-débats se déroulent au Lycée Louis-le-Grand, autour d'une personnalité ou d'un expert prestigieux.

➡ Et elle organise désormais tous les ans ses **Assises Médias/Entreprises.**

UN SITE D'INFORMATION ET D'ACTUALITÉ : AJEF.NET

➡ Découvrir toutes les **activités de l'Ajef**, passées et à venir.

➡ Retrouver son historique, évoqué dans la **plaquette éditée à l'occasion de son cinquantenaire** et qui retrace cinquante ans d'économie.

➡ Lire le « **Livre blanc 2010** » de l'Ajef sur « Le métier de journaliste et l'information économique à l'heure de la révolution numérique ».

➡ Consulter ses **statuts**.

LE BUREAU DE L'AJEF

Il est composé de 11 membres.

Président depuis février 2011 : Serge Marti (*Le Monde* hors média)

Vice-présidents : Françoise Crouïgneau, en charge du site Ajef.net et des Ateliers de l'OCDE, et Christian Ménanteau (RTL), en charge des Ateliers de Bercy

Secrétaire général : Anne-Marie Rocco (*Challenges*)

Trésorier : Cyrille Lachèvre (*L'Opinion*)

Ainsi que : Jean-Paul Chapel (France 2), Philippe Escande (*Le Monde*), Gabriel Garcia (France 2), Philippe Mabille (*La Tribune*), Philippe Plassart (*Le Nouvel Economiste*) en charge des Ateliers de Bercy, Alain Vernholes (*La Croix*) en charge des Amphis de l'Ajef.

Les anciens présidents de l'Ajef

Françoise Crouïgneau, Serge Marti, Gérard Moatti, Alain Vernholes, Jacques Barraux, Michel Garibal, Michel Cuperly, René Tendron, Régis Paranque, Gilbert Mathieu, Jean Boissonnat, Armand Mace.

CONTACTS PRESSE & ORGANISATION

Agence OZINFOS
Marie-Céline Terré / Sophie Odeh
Tél. 01 42 85 47 33 – ajef@ozinfos.com

12, rue Vivienne 75002 Paris

www.ajef.net

© ozinfos - www.ozinfos.com - Novembre 2014