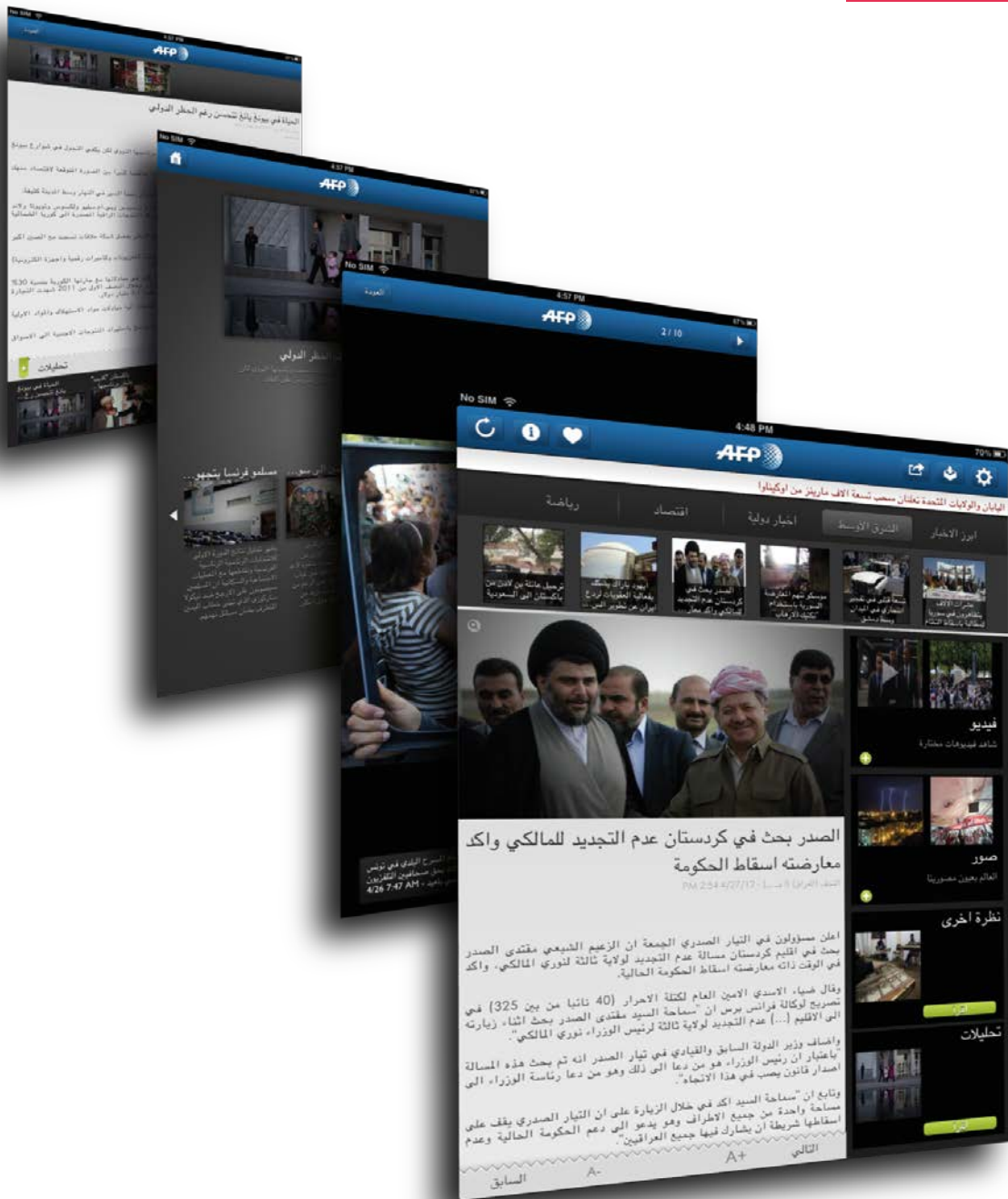


ESTRATEGIAS DIGITALES

DOSSIER PARA PRENSA
04.06.2012.



SUMARIO

| | |
|--|-------------|
| I. ESTRATEGIA DE AFP | p.3 |
| A. Aspectos clave del desarrollo de AFP | p.3 |
| 1. Capitalización sobre productos tradicionales de la agencia | p.3 |
| 2. Propuesta de nuevos productos y servicios | p.4 |
| B. Estrategia de AFP hacia el futuro | p.4 |
| 1. Áreas estratégicas de crecimiento | p.4 |
| 2. Estrategia de Marca: AFP móvil | p.5 |
| II. NUEVAS HERRAMIENTAS DE NEGOCIOS | p.7 |
| A. AFP FORUM: nueva plataforma de distribución multimedia | p.7 |
| B. Nuevas aplicaciones profesionales | p.7 |
| 1. Conocimiento sobre móviles al servicio de los clientes | p.7 |
| 2. Aplicaciones Profesionales: AFP Móvil Pro | p.8 |
| III. NUEVOS PRODUCTOS PARA NUEVOS USUARIOS | p.11 |
| A. La aplicación para iPad | p.11 |
| 1. Experimente el mundo de las noticias internacionales | p.11 |
| 2. Las imágenes lo ayudan a navegar | p.14 |
| B. Aplicaciones (apps) fotográficas temáticas | p.17 |
| IV. APÉNDICE | p.18 |

I. ESTRATEGIA DE AFP

La estrategia de AFP apunta a reforzar la histórica reputación de credibilidad, independencia y rapidez de la agencia en la cobertura de noticias al tiempo que desarrolla una plataforma multifacética para la cobertura y la distribución de noticias.

Este enfoque explotará todos los recursos de AFP en texto, fotografía, video e infografía para promover la marca AFP y expandir su presencia en todos los mercados posibles, cualquiera sean los desafíos tecnológicos o económicos.

La agencia tiene tres metas específicas:

- Ser protagonista y referencia en el universo de la información digital
- Reforzar su presencia global al tiempo que redefine sus asociaciones con los medios tradicionales
- Aplicar sus recursos en todos los aspectos de la cobertura de noticias

A. ASPECTOS CLAVE DEL DESARROLLO DE AFP

1. Capitalización sobre productos tradicionales de la agencia

a. Video y multimedia, brindando crecimiento clave de ingresos

La agencia reestructura su producción y distribución de noticias con el objetivo de enriquecer sus productos y reforzar los ingresos.

Una visión más detallada de lo que ofrece:

- La columna vertebral de la agencia sigue siendo el servicio de texto, que abarca las noticias generales, la cobertura económica, un amplio servicio de deportes, ciencia, tecnología y cultura. Los productos de texto representaron el 60% de los ingresos de AFP en 2010, aunque su crecimiento ha sido modesto (6,4%) desde 2004.
- Los productos de imágenes (fotografía, video e infografías) son una creciente parcela de los ingresos de AFP, aumentando desde un 26% de los ingresos en 2004 a un 37% en 2011. **El servicio fotográfico generó por sí solo 54,5 millones de dólares en 2010.**

Esta tendencia del mercado hacia los productos basados en imágenes se acelerará en el futuro y AFP continuará adaptando sus productos y servicios para aumentar su participación en el mercado.

b. Nuevos servicios darán a AFP una fuerte posición en mercados emergentes clave fuera de Francia y en las nuevas plataformas

Desarrollar nuevos servicios como video e infografía, y aumentar la producción en sus seis idiomas ha permitido a AFP aumentar su participación en un creciente mercado.

Entre 2004 y 2010 los ingresos de AFP crecieron de 322 a 386 millones de dólares, casi un 20%. El número de clientes creció de 2.600 en 2004 a más de 3.500 en 2011, un aumento de 35%, principalmente fuera de Francia. Incluyendo a los redistribuidores, las cifras son mayores.

Este aumento en ventas y en nuevos suscriptores en regiones como América del Norte, América Latina, Europa y África, y el ingreso de AFP en los mercados de las nuevas tecnologías como los portales web y telecomunicaciones han permitido a AFP financiar el desarrollo de sus servicios en la década pasada.

Para mantener este crecimiento, AFP necesita hallar nuevas fuentes de ingreso.

2. Propuesta de nuevos productos y servicios

AFP ha abierto nuevas fuentes de ingreso al explotar su presencia global, su red mundial de distribución y clientes y sus conocimientos editoriales y técnicos.

B. ESTRATEGIA DE AFP HACIA EL FUTURO

Comprometiendo a la empresa con la adaptación y el desarrollo constante al tiempo que se construye sobre las fortalezas como fotografía, multimedia, infografías y los servicios de idiomas, se han elaborado planes para una expansión en varias áreas clave.

1. Áreas estratégicas de crecimiento

a. Refuerzo de la presencia en el mundo árabe

Con 16 oficinas distribuidas en Medio Oriente, **AFP es la agencia líder en el mundo árabe**. Una presencia que se ha incrementado aún más en 2011 con el refuerzo de determinados efectivos. Esta iniciativa implica nuevos despliegues de recursos, enriquecimiento y regionalización de la oferta.

Con el fin de reforzar el carácter multicultural de la Agencia, debe seguir potenciando de las producciones nativas en árabe.

AFP ya es líder en el mundo árabe, con el 55% de los periódicos suscritos al servicio de información AFP en su propia lengua. La idea consiste en aumentar la producción regional original en árabe para este servicio que representa alrededor de 300 comunicados diarios, en gran parte traducidos del francés o del inglés.

b. Mejorar la cobertura global

AFP está presente en 150 países con producción originada en 200 oficinas, coordinadas por cinco sedes regionales en Washington, Montevideo, París, Nicosia y Hong Kong.

Con un enfoque creciente en las regiones con rápido desarrollo, AFP promueve nuevos productos en mercados emergentes, con proyectos ya en marcha en Brasil e India.

El plan Brasil tiene como objetivo secundario y desarrollar la cartera de clientes de prensa y web y abrir nuevos mercados, penetrando principalmente en el mercado televisivo y del B2C en torno a la actualidad.

Las acciones referidas a la India consisten en asegurar la posición actual de AFP y abrir nuevos mercados gracias a las informaciones locales y al deporte en la web y los móviles (ej.: Copa del Mundo de cricket de 2011 en la India).

AFP ya está bien instalada en África, pero para crear una red que se corresponda mejor con las necesidades de los clientes, apunta a aumentar la producción de noticias locales, con una cobertura ampliada en video y deportes, al igual que las noticias generales en inglés.

c. Multiplicación de productos basados en imágenes

El servicio de video tiene el mayor potencial de crecimiento entre los servicios de la agencia y AFP apunta a aplicar su histórica reputación de credibilidad y rapidez en la producción de video, con el fin de convertirse en una referencia en las noticias digitales.

El tardío ingreso de AFP en este mercado ha generado unas ventajas inesperadas, principalmente la habilidad para beneficiarse de las últimas tecnologías y los reducidos costos de transmisión.

AFP produce en la actualidad más de 200 vídeos diarios en 7 idiomas y el objetivo es triplicar la producción de aquí a 2013, al igual que reforzar la producción de noticias y coberturas especiales. En 2010 AFP se convirtió en la primera agencia de noticias en ofrecer videos en Alta Definición.

El servicio de fotografía de AFP, cuya calidad es frecuentemente reconocida por jurados de premios internacionales, ha multiplicado su producción por siete desde el año 2000 y ahora genera 2.500 imágenes por día.

d. Marcando el ritmo en deportes

Deportes es un motor clave del negocio de AFP – representa el 25% de su producción internacional de texto y 35% de su producción global de fotografía, incluyendo la subsidiaria deportiva alemana SID-. El servicio es la fuerza que empuja una serie de innovaciones (aplicaciones multimedia en Flash, nuevas formas de transmisión, formatos múltiples y cobertura multilingüe). Están en curso numerosas reflexiones relativas al periodismo de datos (estadísticas, cifras...).

Sport Direct, el servicio de destacados deportivos con fotografías, lanzado en 2008 en francés, ya está disponible en inglés desde noviembre, proveyendo noticias sobre Fútbol, Tenis, Ciclismo, Fórmula 1 y otros deportes.

Estas prioridades estratégicas estarán apoyadas en:

- Una completa revisión del sistema de gerenciamiento de contenidos para reflejar un ambiente de “rich media” (aplicación de tecnología avanzada para internet) que integre, armonice y sincronice la producción y distribución de texto, fotografía e infografía.

- El cambio de la oferta comercial para incluir más productos “a la carta” con precios flexibles. En Francia este tipo de segmentación se desarrolló con la estrecha colaboración de los clientes.

2. Estrategia de marca: AFP móvil

Buscar una constante innovación en internet es clave tanto para construir una reputación en torno a los nuevos productos y negocios como central en los esfuerzos de AFP por mantener su vanguardia tecnológica y editorial.

La presencia de AFP en Internet a través de los smartphones y las tabletas le permitirá:

- ganar notoriedad entre un numeroso público y los profesionales de la información (editores, integradores, redistribuidores...)
- desarrollar ofertas de marca blanca con mejores resultados y un mayor conocimiento de las problemáticas de los clientes (captación y fidelización de audiencias, homologación, destacar contenidos...).
- conseguir ingresos adicionales.

II. NUEVAS HERRAMIENTAS DE NEGOCIOS

A. AFP FORUM: UNA NUEVA PLATAFORMA DE DISTRIBUCIÓN MULTIMEDIA EN 2012

Hasta ahora la distribución en internet de los productos de AFP estaba delimitada por el mismo producto – AFP Direct para los servicios de texto, ImageForum para las fotografías y las infografías, VideoForum para los videos y los gráficos animados-.

Sin embargo las necesidades de los clientes y los perfiles de acceso a los servicios de la AFP evolucionan a diario, y los clientes tradicionales como los diarios cada vez tienen más contenidos en internet. Esta tendencia se amplifica hasta en el seno de las redacciones, que fusionan sus actividades tradicionales e Internet y tratan los temas en multimedia para todos los soportes.

AFP apoyará a los clientes durante este cambio con una nueva plataforma multimedia, AFP Forum, que proveerá:

- Acceso simplificado, un sitio único, un único nombre de usuario y clave para acceder a todos los productos de AFP.
- Interfase mejorada para que los clientes puedan acceder y vincular fácilmente texto, fotografía, video e infografía sobre un mismo tema, tanto para noticias de último momento como para contenido de archivo.
- Un poderoso motor de búsqueda para proveer las notas, fotografías, videos e infografías solicitadas con rapidez entre los miles de contenidos ingresados cada día y los millones de elementos archivados.

El sitio será mantenido por un equipo de periodistas que trabajarán 24/7 en las noticias del día y en el material de archivo.

Además, esta herramienta permitirá a AFP promover nuevos productos y servicios.

B. NUEVAS APLICACIONES PROFESIONALES

1. Conocimiento sobre móviles al servicio de los clientes

AFP provee soluciones móviles flexibles y personalizadas desde 2007.

Durante los últimos años AFP proveyó un apoyo esencial al tiempo que sus clientes desarrollaban sus productos móviles. Brindándoles el beneficio de su experiencia, AFP diseña, desarrolla, aloja y mantiene sitios móviles y aplicaciones para sus clientes en los medios, operadores y empresas, integrando contenidos de AFP y otros.

AFP provee contenidos enriquecidos, confiables y fáciles de integrar como por ejemplo:

- El Diario Internet: noticias mundiales y una amplia gama de temas en tiempo real, siete días a la semana, en texto, fotografía y video.
- El Diario para Móviles: un subproducto del Diario Internet destinado específicamente a teléfonos celulares, con rápido acceso a las principales noticias locales e internacionales.
- Galerías de imágenes y videos: las mejores imágenes del día.

Las aplicaciones para móviles de AFP se encuentran disponibles para: iPhone, Android, BlackBerry, Windows Phone, Java y Samsung Bada.

Internacionalmente AFP ha creado 7 aplicaciones para iPhone en marca blanca para Frankfurter Neue Press Group (Alemania) y Business Wire (Estados Unidos), y sitios móviles para NAMPA (Namibia), El Watan (Argelia) y la Cámara Francesa de Comercio e Industria de Hong Kong.

En **América Latina**, clientes como los diarios El País (Uruguay), El Periódico (Guatemala), la agencia de noticias mexicana Notimex o la operadora de telefonía Claro fueron los primeros en implementar estos servicios para móviles



En Francia, AFP ha entregado 11 aplicaciones para la prensa regional, incluyendo La Dépêche du Midi, La Voix du Nord, la Provence y una aplicación de información para BNP Paribas. Además, se construyeron otros 15 sitios móviles, destacándose, La Montagne, Le Télégramme y Nice Matin.

2. Aplicaciones profesionales: AFP Móvil Pro

86% de los clientes de AFP en los medios¹ afirman que quieren ser capaces de consultar las noticias de AFP en sus aparatos móviles, la mayoría por medio de una única aplicación.

¹ Encuesta de AFP entre clientes en Francia, septiembre de 2010

AFP ha desarrollado por tanto una aplicación que permitirá a los clientes el acceso a sus contenidos en forma simple y efectiva por medio de sus móviles.

Será una **plataforma múltiple** disponible en los principales terminales móviles del mercado.

Contenido de AFP en móviles:



Con funciones avanzadas:

- **Personalización:** los usuarios serán capaces de crear sus propios filtros en la aplicación o en una plataforma web. También pueden agregar contenidos RSS de su elección.

- **Búsqueda:** los usuarios pueden buscar utilizando el “slug” (palabras guía), la categoría IPTC, el título o el texto y los resultados pueden ser ofrecidos por relevancia o en forma cronológica.
- **Alertas:** los usuarios podrán recibir alertas por correo electrónico.



La suscripción será electrónica y por idioma (seis idiomas: francés, inglés, alemán, español, portugués y árabe).

Los usuarios pueden optar por suscribirse a uno o a varios.

III. DESARROLLANDO NUEVOS PRODUCTOS PARA NUEVOS USUARIOS

A. LA APLICACIÓN PARA IPAD

1. Experimente el mundo de las noticias internacionales: centrado en el contenido

AFP lanza su aplicación para iPad, en árabe, y de descarga gratuita desde App Store. La aplicación provee acceso a una selección rápida de noticias confiables de todo el mundo, en forma directa y actualizada.

La aplicación vincula texto, fotografías y videos para ofrecer un contenido rico y variado alimentado por el personal de AFP, garantizando una cobertura de noticias confiable y certera. Agence France-Presse guiará a los usuarios a través del gran flujo de información diario. La aplicación permite a los usuarios profundizar su experiencia con las noticias.

a. EN VIVO: la historia completa, desde todo el mundo

Acceda a las noticias en tiempo real, directamente desde la página principal de la aplicación con vínculos a las últimas noticias, ilustradas con videos y fotografías.

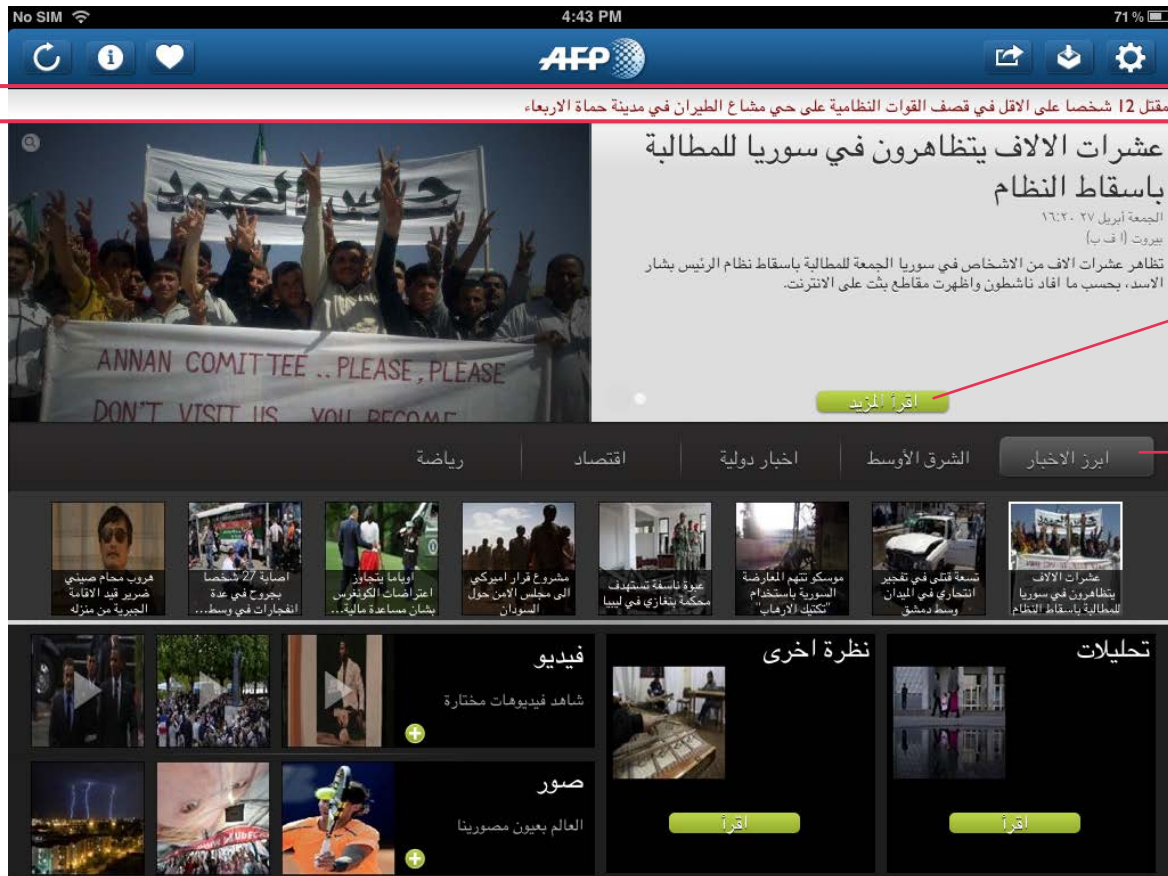
Las noticias más recientes aparecen en la mitad superior de la pantalla. El usuario puede acceder a la noticia por medio del titular y el primer párrafo del artículo, acompañado de fotografías.

En lo más alto de la pantalla se ubica una banda electrónica con alertas y noticias de último momento que aparecen en forma continuada.

Esta entrada principal se compone de cinco temáticas de actualidad.

Las áreas de cobertura permiten acceder rápidamente a los hechos destacados de los temas seleccionados, en el ámbito internacional y en la región de Oriente Medio:

- Portada: titulares del día
- Mundo: actualidad general mundial (política, diplomacia, conflictos...)
- Deportes: actualidad deportiva (fútbol, Fórmula 1, tenis, baloncesto, atletismo...), competiciones internacionales y regionales, pero también temas relacionados: economía deportiva, vida asociativa, dopaje...
- Economía: hechos destacados de la actualidad económica
- Oriente Medio: lo esencial de la actualidad de la región



Banda de alertas

Acceso al artículo completo

Temas

b. VEA las noticias: una mirada fresca a las noticias con Video y Fotografías

Respaldados por la red de AFP, los servicios de Fotografía y Video cubren todos los aspectos de las noticias.

AFP aprovecha lo mejor de su oferta de imágenes. Sumérgase en el corazón de las noticias a través de las mejores imágenes del día con galerías de video y fotografía, proveyendo contexto en un abrir y cerrar de ojos. Cinco galerías de fotos presentan las mejores imágenes del día en deportes, moda, arte y otros temas.

Las galerías de fotografía:

Cuatro galerías:

- Fotos más destacadas del día, de cualquier género
- Fotos de los principales acontecimientos de la jornada
- Lo mejor de las fotos deportivas del día
- Lo mejor de las fotos insólitas

Todas las fotos en las galerías estarán disponibles en el formato de Alta Definición (1024X768).

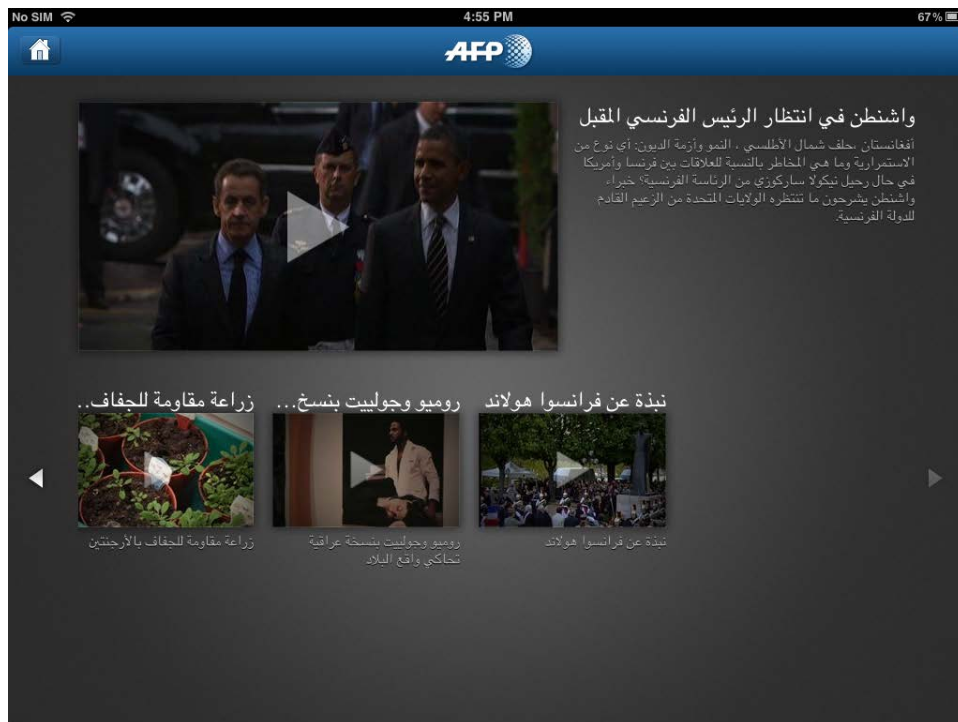


Las galerías de video:

El servicio internacional de video de AFP fue creado en 2007, produciendo unos 150 videos por día desde 90 oficinas en todo el mundo.

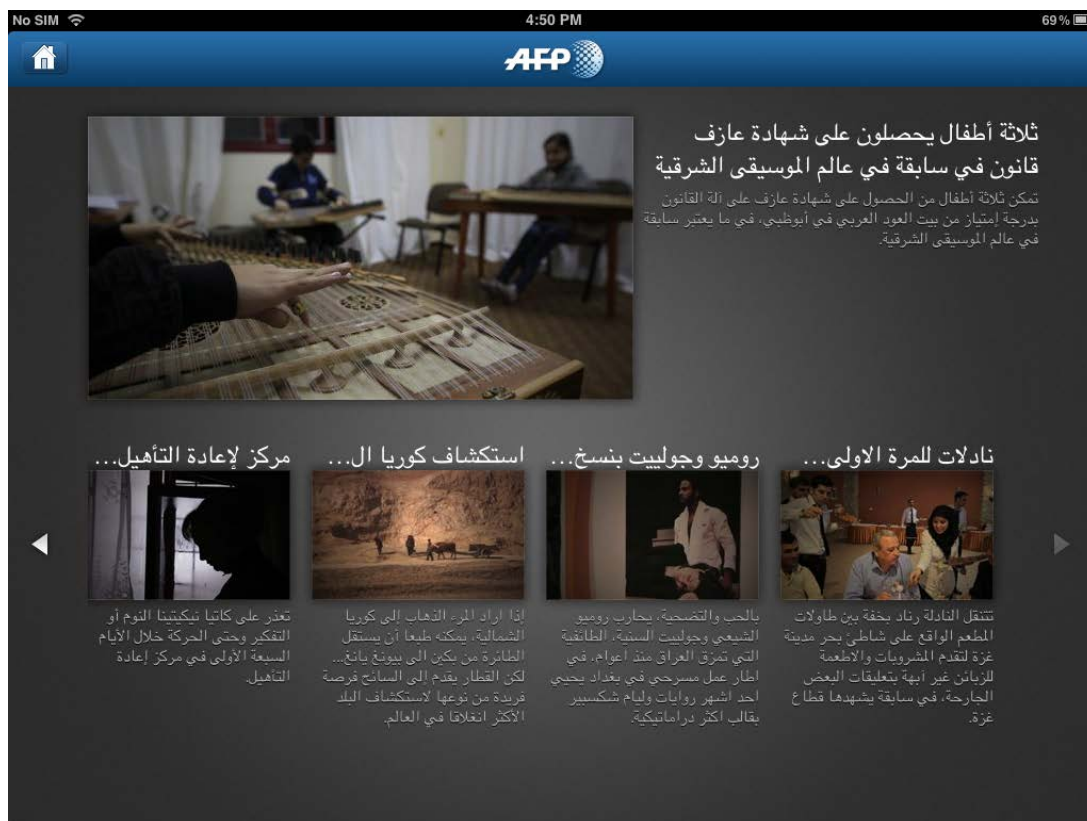
Videos nuevos estarán disponibles diariamente en este servicio, proveyendo un variado menú de noticias internacionales, económicas, cultura, medioambiente y curiosas.

Cada video aparece con un título corto y una leyenda que identifica el tema rápidamente. Todos los videos de la sección son en alta definición.



c. EN PROFUNDIDAD: nuevas formas de mirar las noticias

Para ir más allá, AFP ofrece otra Mirada del mundo por medio de su sección Magazine, concebida especialmente para el iPad por el departamento Multimedia de la agencia. El contenido –fotografías, texto, videos e infografías- provee un punto de vista novedoso sobre los acontecimientos mundiales y brinda a los usuarios las claves para un mejor entendimiento de las principales historias que afectan nuestro planeta.



Esta parte cuenta con dos secciones:

- Otra mirada: el mundo de hoy observado con los ojos de AFP, temas «magazine» e «insólitos»
- Análisis: enfoques y comentarios en profundidad relativos a los acontecimientos que conforman la actualidad.

Se publica una historia nueva por día en cada una de estas secciones.

Los usuarios también pueden hallar parte de este contenido en las aplicaciones de AFP para iPhone, lanzadas en enero de 2010 en cinco idiomas – inglés, español, portugués, alemán y árabe.

La aplicación para iPhone incluye rasgos especiales como un mosaico de fotografías, que brinda una puerta de entrada a las noticias, y un menú personalizado útil para el acceso a los favoritos o para cambiar el idioma.

2. Las imágenes lo ayudan a navegar

La aplicación contiene una navegación intuitiva que da prioridad a las imágenes.

a. Visuales

- Navegación: temas en tiempo real

Cuando el usuario accede a la Portada, un carrusel de imágenes de formato reducido situado debajo del tema permite ver rápidamente de qué documentos se compone la temática seleccionada. Las viñetas se suceden desplazándose con la rueda del ratón y cada visual va dotado de un título corto que permite situar la noticia.

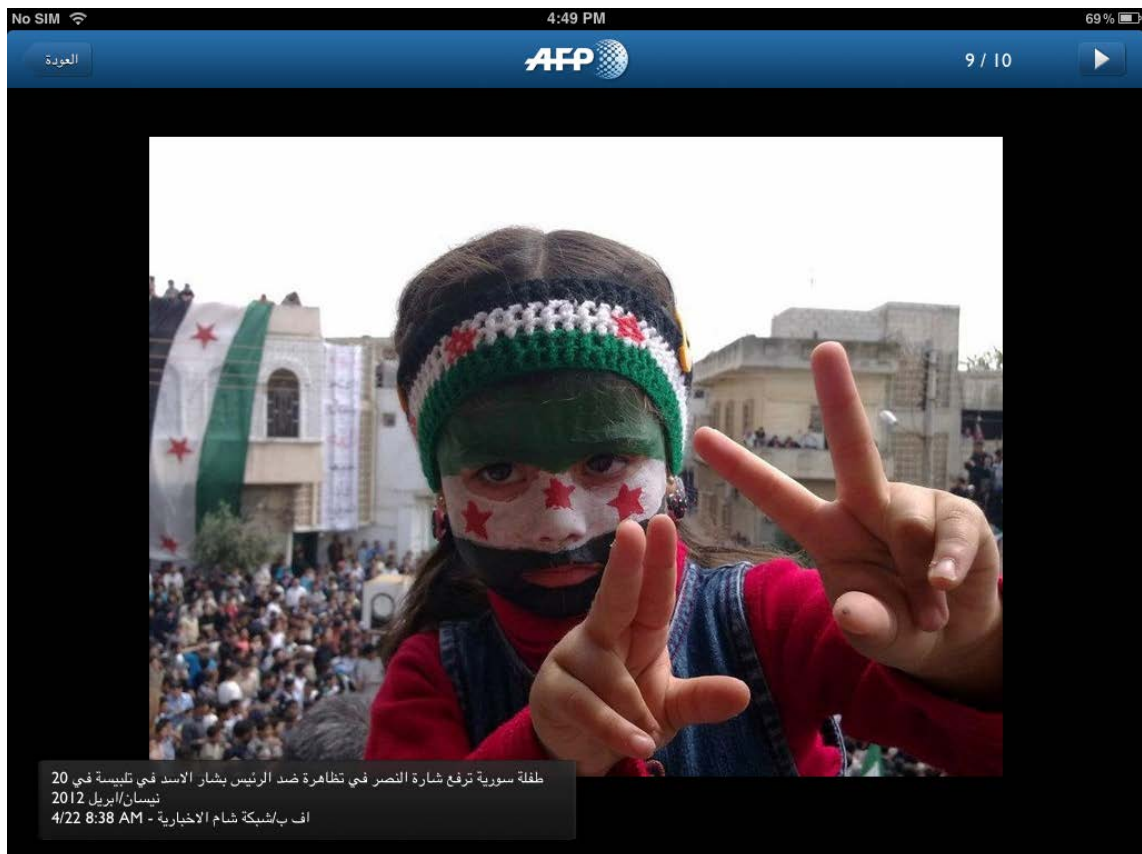
- Sección de notas «Otra mirada» y «Análisis»

En Notas «Otra mirada» y «Análisis», la historia más reciente aparece en la mitad superior de la pantalla con una breve descripción del artículo. Las notas anteriores aparecen más abajo.

Una vez que se selecciona una historia, el ícono "+", abajo del texto, despliega vínculos a otras notas de la sección.

- La Galería de Fotos

Las fotografías y los videos pueden disfrutarse en pantalla completa una vez seleccionados.



b. Notas

Para una mejor lectura se puede variar el tamaño del texto.

El usuario puede acceder a todos los artículos que acompañan las imágenes por medio de la función “lea más” que abre el corto texto junto a los visuales.

La navegación a través de las notas se hace por desplazamiento.

No SIM 4:50 PM 69%

العروة AFP

القطار وسيلة ممتازة لاستكشاف كوريا الشمالية البلد الأكثر انغلاقاً في العالم

بيونغ يانغ (أ ف ب) - 11:26 4/25/12
جيل كامبيون

إذا أراد المرء الذهاب إلى كوريا الشمالية، يمكنه طبعاً أن يستقل الطائرة من بكين إلى بيونغ يانغ... لكن القطار يقدم إلى السائح فرصة فريدة من نوعها لاستكشاف البلد الأكثر انغلاقاً في العالم.

كانت الساعة التاسعة والنصف صباحاً عندما غادرنا داندونغ وهي المدينة الصينية الأخيرة قبل عبور نهر يالو الذي يفصل بين البلدين. كنا الغربيين الوحيدين في ذلك القطار الذي يحتاج لأكثر من عشر ساعات ليقطع مسافة 240 كيلومتراً وصولاً إلى بيونغ يانغ.

وتشهد داندونغ ازدهاراً ملفتاً بفضل التجارة الحدودية التي نشطت منذ فرض عقوبات دولية على كوريا الشمالية.

استقل صينيون من أصل كوري المقطورتين الوحيدتين المجهزتين بأسرة وهما مطليتان بالأبيض والأزرق ومزودتان بشعار جمهورية الصين الشعبية. وتكدست الحقائب والرزم على الأسرة العليا وحتى في ممرات القطار.

وللهولة الأولى، صدمنا التناقض بين داندونغ وناطحات السحاب فيها وسينويجو المدينة الأولى في كوريا الشمالية. فاللباني متداعية والشوارع مليئة بالغبار وهناك مدينة ملاء تبدو مهجورة.

ثم رأينا التمثال الأول لكيم إيل سونغ الذي أسس سنة 1948 جمهورية كوريا الديمقراطية الشعبية والذي توفي سنة 1994.

وصعد عشرات عمال الجمارك الكوريين الشماليين إلى القطار معتمرين قبعات كبيرة على رؤوسهم. وبدأوا بتفتيش الحقائب وتمريرها على جهاز كشف المعادن وسجلوا بدقة عدد آلات التصوير وكاميرات الفيديو وأجهزة الكمبيوتر المحمولة.

وحدها الهواتف المحمولة ممنوعة. ولذلك، وضعها عمال الجمارك في مغلقات مغلقة يمنع فتحها إلا بعد مغادرة الأراضي الكورية الشمالية.

وبدا أن غالبية الركاب يعرفون المفتشين تمام المعرفة.

+ نظرة اخرى

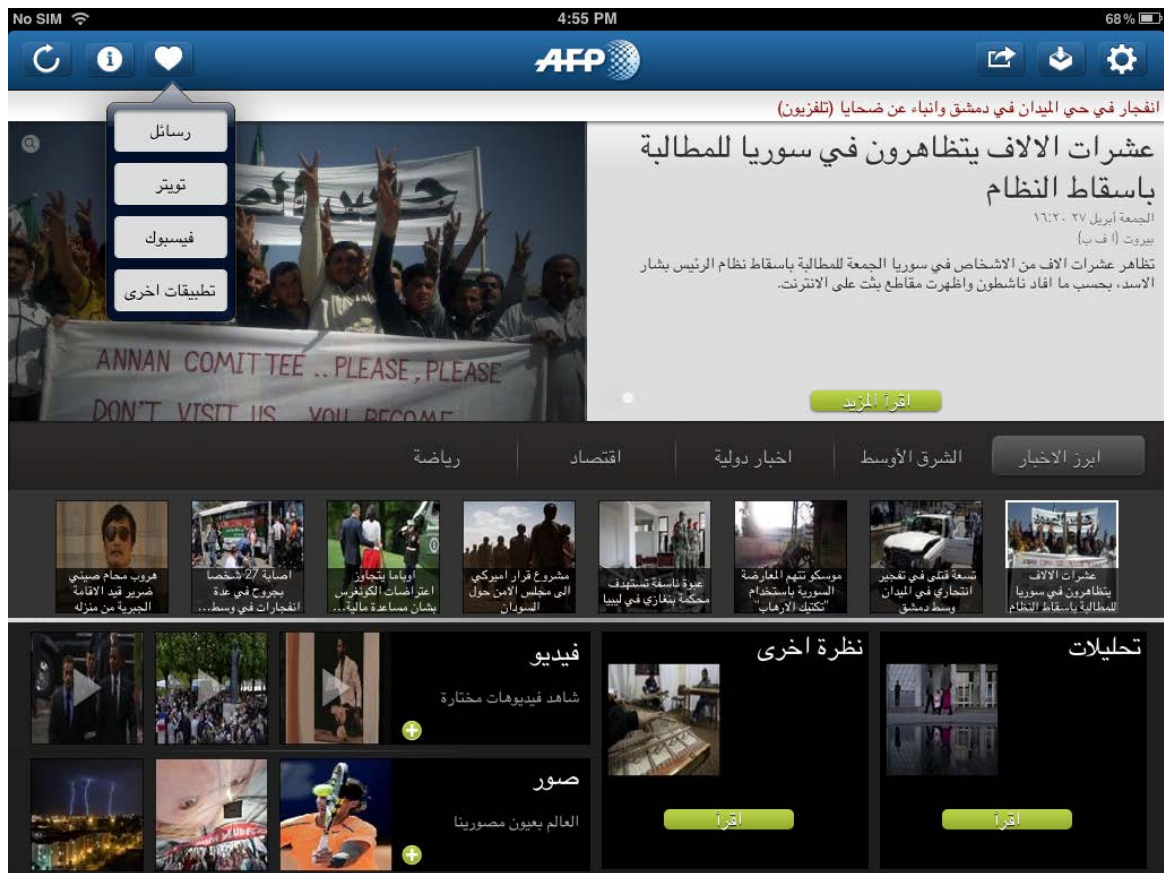
A- A+

Despliega las otras notas disponibles

Cambia el tamaño del texto

Las nuevas notas en la aplicación se pueden compartir por medio de correo electrónico:





El lanzamiento de la versión en árabe ha supuesto una actualización de la aplicación generalista -ya disponible en inglés, español y portugués- que lleva integradas a partir de ahora las funciones para compartir en Facebook y Twitter.

B. APLICACIONES (APPS) FOTOGRAFICAS TEMÁTICAS

AFP también desarrolla una serie de aplicaciones temáticas de fotografía dedicadas a acontecimientos clave, destacados del año o las grandes figuras de la historia.

La primera, lanzada en enero pasado, está dedicada a la obra "Eye on a New Century", un compendio de 135 de las mejores fotografías de la agencia en la primera década del siglo XXI. Incluye momentos clave como el atentado a las Torres Gemelas del 11 de septiembre, la despedida del ícono de la moda Yves Saint Laurent o el cabezazo de Zinedine Zidane en la final del Mundial-2006.

«Rugby 2011» permite revivir la séptima Copa del Mundo de Rugby a través de fotos de alta definición capturadas por los fotógrafos de primera línea de la Agencia. Impresionantes jugadas, momentos de alegría y emoción, hasta llegar a la final que ganó Nueva Zelanda. Ofrece una cómoda navegación a través de nueve galerías temáticas.

Las aplicaciones monotemáticas se encuentran a la venta por 1,39 euros o 1,99 dólares.

IV. APÉNDICE

El Mundo Entero – La Historia Completa

Como una de las tres principales agencias de noticias del mundo, Agence France-Presse cubre noticias de todo el mundo en seis idiomas (francés, inglés, español, árabe, portugués y alemán). Sedes regionales en Washington, Montevideo, París, Nicosia y Hong Kong coordinan la producción de oficinas en 150 países. Bajo la dirección de la Redacción en Jefe basada en París, las operaciones editoriales regionales proveen una cobertura en tiempo real, 24/7, los 365 días del año.

Esta red permite a AFP servir a sus clientes como una fuerza mundial de recolección de noticias de primera línea. Los equipos de AFP conocen el terreno, los temas y las personalidades. Pueden anticipar y reaccionar con rapidez a los acontecimientos en las zonas más difíciles del mundo, al tiempo que son capaces de permanecer objetivos y brindar el contexto necesario para comprender hechos complejos que evolucionan con rapidez.

AFP provee una cobertura veloz y exacta en texto, foto, video e infografía de acontecimientos de todo el mundo, desde conflictos hasta hechos políticos, deporte y cultura al igual que desarrollos clave en ciencia, salud y tecnología. Todas estas plataformas se complementan para proveer una mirada desde todos los ángulos de la noticia. El objetivo es brindar a los clientes una cobertura de noticias independiente con todo el contexto, respaldado por las mejores imágenes.

AFP provee noticias a los principales medios nacionales e internacionales gracias al trabajo excepcional de los corresponsales locales, experimentados equipos en el terreno, apoyados por sus socios en todo el mundo.

CONTACTO: Maud Forlini – Tel.: +33 (0)1 40 41 81 12 - maud.forlini@afp.com

13, place de la Bourse CS 40212 - 75086 Paris Cedex 02 - Tél. : +33 (0)1 40 41 46 46
afp.com

