



Adobe Systems France SAS
94-96, rue Lauriston
75016 Paris

“États généraux de l'information” : réponse à la consultation

20 décembre 2023

Introduction

- I. Contenu synthétique : exploiter la créativité, lutter contre la désinformation - des solutions existent**
- II. Le rôle des plateformes et des décideurs politiques**

Conclusion

~~~~~

### **Introduction**

Adobe Inc. ("Adobe") est un leader mondial des solutions numériques pour la création, la gestion et la diffusion de contenu. Depuis 1982, Adobe a révolutionné le monde numérique avec des outils tels qu'Acrobat et PDF pour les petites, moyennes et grandes entreprises. Notre portefeuille de produits permet tous les types d'expression créative, notamment Adobe Illustrator pour les graphiques, Adobe Premiere pour le montage vidéo professionnel et, bien sûr, Photoshop, notre principale solution d'édition d'images.

Adobe France, filiale d'Adobe, compte plus de 500 salariés en France, un centre de R&D à Clermont-Ferrand et des partenariats avec de nombreuses administrations et entreprises telles que la CNAMTS, ENEDIS, EDF, la SNCF, la Banque Postale et Naval Group.

Adobe a toujours investi dans des projets technologiques innovants qui permettent à ses clients de libérer leur créativité, d'améliorer leur activité et de prospérer dans le monde numérique. Nos clients représentent un large éventail de créatifs, des artistes numériques en herbe aux photographes de guerre en passant par les créateurs de mode.

Adobe intègre l'IA à ses outils depuis plus de dix ans pour aider les créatifs à exploiter pleinement leur potentiel. Dans le domaine de la création de contenu, l'IA ouvrira une nouvelle ère. Avec le lancement de notre outil d'IA générative texte-image, Adobe Firefly, en mars dernier, et l'intégration de capacités d'IA générative dans une série de nos produits, Adobe est à l'avant-garde de la révolution de l'IA.

Dans ce contexte, nous saluons l'initiative du Président de la République, du CESE et du groupe d'experts indépendants animant les Etats généraux de l'information (EGI). Plus généralement, Adobe France partage également les ambitions affichées par le Président de la République pour renforcer le statut de la France comme grande nation numérique.

La présente contribution alimente l'axe 1 des EGI : " veiller à ce que les plateformes mettent en place des mécanismes structurels de fiabilité et d'information ", et soulève également des points d'importance pour la résilience du processus démocratique.

## **I. Contenu synthétique : exploiter la créativité, lutter contre la désinformation - des solutions existent**

Dans le domaine de la création de contenu, l'IA va ouvrir une nouvelle ère. Des milliards de nouvelles voix créatives pourront s'exprimer grâce à ces nouveaux outils faciles à utiliser. Pour les professionnels, l'IA sera une première étape dans leur processus créatif et une opportunité de concevoir des expériences inédites qui ne seront limitées que par leur imagination, leur permettant d'être plus productifs que jamais. Plus largement, la créativité devient enfin accessible à tous, quel que soit le niveau d'expertise technique.

Alors que la France est en pleine transition numérique, que ce soit pour les entreprises, les services publics, les industries culturelles ou les citoyens, la puissance de l'IA générative permet d'accélérer cette transition. Par exemple, dans un monde où les clients et les usagers des services publics attendent des services proactifs et personnalisés en temps réel sur de multiples canaux et formats, la demande de contenus personnalisés générés rapidement est en pleine croissance. Seuls ceux qui exploitent l'IA générative seront en mesure de répondre aux attentes des clients et des utilisateurs d'une manière économiquement durable.

L'écrasante majorité des médias synthétiques sont utilisés à bon escient. Néanmoins, à une époque où l'IA devient omniprésente dans tous les types de contenu, il est devenu plus urgent pour la société de pouvoir se protéger contre ceux qui utilisent ces technologies avec de mauvaises intentions, notamment pour diffuser des informations erronées et induire en erreur. Adobe partage le point de vue selon lequel les entreprises technologiques du monde entier doivent s'engager pleinement dans la lutte contre la désinformation. Avec l'augmentation du volume et de la vitesse de création du

contenu numérique, y compris des médias synthétiques, nous savons qu'il est essentiel de garantir la confiance dans le contenu en ligne.

Adobe est conscient de l'urgence et de la gravité de la menace que représentent pour les démocraties les "deepfakes", les campagnes d'information étrangères malveillantes et d'autres formes de désinformation générées par l'IA. Ces risques posent un problème particulier en période électorale. Comme nous l'avons vu lors des élections précédentes, il existe un risque important de désinformation qui peut nuire à la qualité du débat public et au fonctionnement du processus démocratique. À mesure que les capacités d'IA générative se perfectionnent et deviennent plus facilement accessibles, il est de plus en plus difficile de distinguer ce qui est réel.

Nous pensons que la modération de contenu ne peut à elle seule répondre à l'ampleur et au rythme de ce défi. Même avec un investissement soutenu dans les outils d'identification des deepfakes, le développement de logiciels de détection sera toujours en retard sur la technologie de création de la désinformation. C'est également une question d'échelle : même les logiciels les plus sophistiqués ne peuvent pas identifier de manière fiable un nombre suffisant de "deepfakes". Enfin, même lorsque la détection est possible, il s'agit, par définition, d'une approche rétrospective qui ne peut pas remédier aux dommages causés si rapidement. Adobe estime donc qu'une plus grande transparence est essentielle dans la lutte contre la désinformation et mène un travail important dans ce domaine.

Dans un monde où la majorité des contenus numériques auront été modifiés d'une manière ou d'une autre, un simple étiquetage de l'IA n'offre pas une réelle transparence sur la manière précise dont l'IA a été utilisée. Sans ce détail, nous ne pouvons pas savoir si nous devons faire confiance à ce contenu ou non. Ce qu'il faut maintenant, c'est un "étiquetage nutritionnel numérique". C'est l'approche qui sous-tend Content Credentials, une technologie open-source qui vous permet de savoir exactement d'où vient un élément de contenu, qui l'a créé et quelles modifications y ont été apportées au cours de la création. Concrètement, Content Credentials s'affiche sous la forme d'une icône de transparence sur une image, ce qui permet de faire défiler les informations sur la provenance du contenu.

Cette approche est soutenue par près de 2 000 membres de la Content Authenticity Initiative, dirigée par Adobe, et repose sur une norme ouverte élaborée par la Coalition for Content Provenance and Authenticity (C2PA). Parmi les membres figurent des entreprises technologiques telles qu'Adobe et NVIDIA, des développeurs d'intelligence artificielle tels que Stability AI, des organismes de presse tels que le New York Times, le Wall Street Journal et l'AFP, des fabricants d'appareils photo tels que Nikon et Leica, des organismes universitaires, des organisations à but non lucratif et bien d'autres encore.

## II. Le rôle des plateformes et des décideurs politiques

Aujourd'hui, dans l'Union européenne, les très grandes plateformes en ligne (VLOP) et les très grands moteurs de recherche en ligne (VLOSE) ont l'obligation d'évaluer et d'atténuer les risques systémiques tels que la désinformation. Ces obligations sont énoncées dans le règlement européen sur les services numériques 2022/2065 (DSA), qui est entré en vigueur le 25 août 2023, notamment dans les considérants 83, 84, 88 et 106.

Toutefois, dans le cadre du code de bonnes pratiques, la vice-présidente de la Commission européenne chargée des valeurs et de la transparence, Věra Jourová, a déclaré le 5 juin 2023 que :

*"... les progrès restent trop lents sur des aspects cruciaux tels que la propagande de guerre pro-Kremlin, l'accès indépendant aux données et l'utilisation abusive de l'IA générative. Alors que nous nous préparons pour les élections européennes de 2024, j'appelle toutes les plateformes à redoubler d'efforts dans la lutte contre la désinformation..."*

En France, le cadre législatif évolue afin de répondre à ces défis, notamment :

- « la loi n° 2023-566 du 7 juillet 2023 visant à instaurer une majorité numérique et à lutter contre la haine en ligne » a mis en lumière de manière claire et lucide une problématique qui touche particulièrement les jeunes ;

- « la loi n° 2023-451 du 9 juin 2023 visant à réguler l'influence commerciale et à lutter contre les abus des influenceurs sur les réseaux sociaux » a soulevé les implications d'un manque de transparence dans la sphère commerciale ;

- « le projet de loi relatif à la sécurisation et à la régulation de l'espace numérique (n° 593) » a confirmé l'importance du rôle des pouvoirs publics dans l'éducation aux médias et à l'information, et notamment dans « la sensibilisation au bon usage des outils numériques et de l'intelligence artificielle... et des réseaux sociaux... ».

Pour que des solutions telles que les certificats de contenu soient pleinement efficaces, le public doit s'attendre à les voir. Leur absence doit nous amener à nous interroger, de la même manière que l'absence d'une icône de cadenas nous incite à ne pas faire confiance à un site pour effectuer une transaction financière. À cet égard, le rôle des plateformes est crucial.

**L'essentiel est d'introduire des obligations de transparence pour les VLOP et les VLOSE afin de divulguer des données de transparence, si elles sont jointes à un élément de contenu.** Au moment de la rédaction du présent document, il semble probable que le règlement européen 2021/0106 (AI Act) inclura un considérant selon lequel ces entités, afin de satisfaire à leurs obligations en vertu de la DSA d'atténuer le risque systémique, devraient permettre la détection et la divulgation des résultats des systèmes d'IA qui génèrent ou manipulent artificiellement le contenu. Bien que cette mesure soit bienvenue, il convient de préciser que, pour les raisons exposées ci-dessus, une telle divulgation ne peut éclairer utilement les décisions de confiance que si elle est suffisamment précise, en détaillant l'historique d'édition du contenu. **Pour atténuer de manière significative les risques de désinformation, les plateformes devraient donc s'appuyer sur des "normes consensuelles volontaires de l'industrie" (par exemple, la Coalition for Content Provenance and Authenticity) lorsqu'elles développent ou sélectionnent des systèmes de filigrane et de provenance à déployer.**

Les gouvernements devraient également promouvoir l'adoption de ces normes dans l'ensemble de l'écosystème de l'information et sensibiliser le public aux dangers de la désinformation et aux outils dont nous disposons pour la combattre. En ce qui concerne les risques particuliers qui pèsent sur le processus démocratique, ces normes sont essentielles à l'élaboration du matériel de campagne et peuvent être facilement mises en œuvre. La technologie Content Credentials a, par exemple, été intégrée dans des outils de création de matériel de campagne tels que Adobe Creative Cloud (Photoshop, Firefly, Express, Stock) et des appareils photo tels que Leica, afin de garantir l'authenticité au moment de la prise de vue. Une fois attachées au contenu, il est impératif que les plateformes maintiennent et permettent la divulgation de ces informations.

## **Conclusion**

L'IA générative offre une opportunité remarquable d'améliorer la créativité et la compétitivité. Les risques posés par la désinformation sont désormais bien connus, et le cadre législatif évolue en conséquence. Les technologies libres et facilement adaptables pourraient contribuer à améliorer la transparence, qui fait cruellement défaut. Nous souhaitons donc attirer l'attention sur le rôle systémique des plateformes et des décideurs politiques dans la promotion de l'adoption et de la compréhension de ces solutions, une condition préalable pour qu'elles soient pleinement efficaces.