



Contact presse
HK Strategies
adobe.rp@hkstrategies.com

Adobe Firefly met à la disposition de millions de créateurs une IA générative pour un usage commercial

- Adobe Firefly : plus de 70 millions d'images ont été générées grâce à la version bêta au cours du premier mois.
- L'IA générative Adobe Firefly est le seul modèle sur le marché permettant de générer un contenu dont l'usage commercial est légalement possible.
- Adobe Firefly et Google Bard intègrent la technologie Content Credentials développée sur les principes du Content Authenticity Initiative (CAI).
- La CAI appliquée à Adobe Firefly apporte plus de transparence et de traçabilité aux contenus générés sur Google Bard. Par ailleurs, la CAI compte désormais plus de 1000 membres avec Universal Music Group (UMG), Stability AI et Spawning.ai.

Paris — 11 mai 2023 — Adobe (Nasdaq : ADBE) annonce l'intégration d'Adobe Firefly à Google Bard et revient sur le développement de la Content Authenticity Initiative. Un mois après le lancement de la version bêta de Adobe Firefly, plus de 70 millions d'images ont été générées par les créateurs. Si le premier modèle de Firefly permet de générer des images, des effets de textes et des variations de couleurs sur des contenus vectoriels, d'autres fonctionnalités sont attendues au cours des prochaines semaines. Firefly, nouvel ensemble de modèles d'IA génératives dédié à la création, est développé dans le respect des principes de traçabilité, de responsabilité et de transparence qui régissent l'éthique IA à laquelle se conforme Adobe. Ainsi, Adobe Firefly respecte les créateurs de contenus et permet de générer des contenus à usage commercial.

Adobe et Google s'associent pour intégrer Firefly à Bard, l'IA conversationnelle de Google, avec la possibilité de poursuivre le processus créatif directement sur Adobe Express. Firefly devient ainsi le premier partenaire d'IA générative de Bard pour la génération d'images. Par le biais de cette intégration, les utilisateurs, qu'ils soient débutants ou expérimentés, auront la possibilité de traduire leurs idées créatives avec leurs propres mots pour générer des images avec Firefly depuis Bard. Contenus qu'ils pourront ensuite modifier et utiliser facilement sur Adobe Express.

Les créateurs de contenus sont au cœur du partenariat entre Adobe et Google, c'est pourquoi Adobe embarque la technologie open source Content Credentials développée sur les principes du Content Authenticity Initiative (CAI) pour assurer la traçabilité et la transparence des images générées. Ce partenariat permettra à des millions de personnes supplémentaires de bénéficier d'une IA générative respectueuse des créateurs de contenus.

"Nous sommes fiers de l'adoption massive d'Adobe Firefly par les créateurs de contenus. Cet enthousiasme souligne tout le potentiel créatif promis par l'IA générative, et la demande pour une approche respectueuse qui permet aux créateurs de contenus et aux entreprises d'utiliser ces contenus pour un usage commercial, déclare Ely Greenfield, CTO, Digital Media chez Adobe. L'intégration sur Google Bard devrait permettre à des millions de personnes supplémentaires d'utiliser Firefly, pour trouver l'inspiration, concevoir et partager facilement des contenus avec Adobe Express."

"L'IA générative continue de modifier notre façon de penser la collaboration et la productivité, indique Sissie Hsiao, Vice-President & GM of Assistant and Bard chez Google. Nous sommes ravis à l'idée de nous associer à Adobe Firefly et de permettre à nos utilisateurs de donner vie à leurs idées les plus créatives, sans même quitter Bard !"

L'IA générative Adobe Firefly est le seul modèle sur le marché permettant de générer un contenu à usage commercial. Il est conçu pour être directement intégré aux workflows des créateurs, à la fois depuis les applications Adobe et, désormais, sur Google Bard. Le premier modèle de Firefly est entraîné sur les contenus Adobe Stock, les contenus sous licence libre et contenus du domaine public dont les droits d'auteur ont expiré.

"Avec l'adoption massive de l'IA générative, il est essentiel d'informer les personnes sur les contenus qu'ils consomment, affirme Dana Rao, General Counsel and Chief Trust Officer chez Adobe. La technologie Content Credentials permet aux créateurs de contenus de fournir les preuves nécessaires pour garantir l'authenticité de leurs contenus, de la création aux moindres modifications."

La CAI, créée par Adobe, vient de franchir une étape significative de son développement. L'initiative compte aujourd'hui plus de 1000 membres avec l'arrivée de Universal Music Group (UMG), Stability AI et Spawning.ai. Ces entreprises rejoignent ainsi de nombreux acteurs parmi lesquels des professionnels de la création, des fabricants d'appareils photo, des acteurs des médias et entreprises de la Tech ou encore des ONG. Avec l'émergence de l'IA générative, la technologie Content Credentials joue un rôle fondamental en permettant aux utilisateurs de savoir si le contenu a été créé par un humain, ou généré/modifié par l'IA.

"Cette nouvelle étape démontre à quel point il est important de rétablir la confiance en ligne, et prouve une nouvelle fois l'élan favorable des entreprises pour la CAI, qu'importe le secteur d'activité", ajoute Dana Rao.

Content Credentials

L'intégration de Firefly sur Google Bard permet à des millions d'utilisateurs de bénéficier des fonctionnalités éthiques de créations et de modifications d'images développées par Adobe. Les créateurs de contenus peuvent ainsi modifier leurs images avec Adobe Express en se basant sur des modèles de conception et les nombreux contenus disponibles (polices ou encore les contenus Adobe Stock). Adobe Express est une application tout-en-un dédiée à la création d'illustrations, de contenus publicitaires, de logos et de vidéos à destination des réseaux sociaux.

La technologie Content Credentials est activée par défaut sur les contenus générés par Adobe Firefly sur Bard. En outre, Content Credentials permet de collecter les informations de modification, d'activité et d'attribution associées au contenu en cours de création. Lors de l'exportation, ces détails sont recueillis sous la forme de données d'attribution et d'historique inviolables que les créateurs associent au contenu final. Cette fonctionnalité permet de tracer et d'identifier l'origine du contenu en cas de modification.

À propos de la Content Authenticity Initiative

Adobe a créé la CAI pour lutter contre la diffusion de fausses informations et ainsi permettre d'attribuer correctement les contenus aux personnes qui les ont créés. Outre les nouveaux acteurs de l'IA générative, les membres actuels de la CAI incluent l'AFP, l'Associated Press, la BBC, Getty Images, Leica, Microsoft, Nikon, Reuters, The Wall Street Journal et bien d'autres encore. Les acteurs de la CAI sont conscients de l'ampleur des opportunités et des défis que représentent les contenus générés par l'IA et du rôle essentiel qu'ils occupent pour aider les consommateurs et les consommatrices à prendre des décisions avisées concernant le contenu consulté. Face à cet élan positif qui attire de nouveaux membres et à l'adoption croissante des informations de traçabilité du contenu par les leaders de différents secteurs d'activité, la CAI veille à ce que les innovations technologiques soient créées dans le respect de principes éthiques.

À propos d'Adobe :

Adobe révolutionne les expériences numériques à travers le monde. Pour plus d'informations, consultez le site www.adobe.com/fr.

© 2023 Adobe. Tous droits réservés. Adobe et le logo Adobe sont des marques ou des marques déposées d'Adobe aux États-Unis et/ou dans d'autres pays. Toutes les autres marques citées sont la propriété de leurs détenteurs respectifs.