



Contact presse

Angie

adoberp@angie.fr

Google rejoint le comité de pilotage de la C2PA

Google rejoint la C2PA pour favoriser la transparence des contenus numériques

Paris, le 8 février 2024 — La [Coalition for Content Provenance and Authenticity](#) (C2PA), un organisme international d'élaboration de normes communes qui œuvre pour plus de transparence en ligne par la certification de la provenance des contenus numériques, annonce l'arrivée de Google en tant que membre au sein de son comité de pilotage.

L'adhésion de Google à la C2PA est un tournant majeur pour la transparence du contenu numérique. En rejoignant la coalition, Google contribue à l'adoption des [Content Credentials](#), norme commune de la C2PA, qui permet d'intégrer des métadonnées inviolables au contenu numérique. Ces informations de traçabilité offrent des informations capitales sur les origines et les modifications des contenus. Aux côtés d'autres membres du comité de pilotage, dont Adobe, BBC, Intel, Microsoft, Publicis Groupe, Sony et Truepic, Google collaborera à la poursuite du développement de la norme commune de la C2PA relative à la provenance des contenus numériques. Par ailleurs, Google étudie activement l'intégration future des Content Credentials dans ses propres produits et services.

De plus, la participation de Google, dont YouTube, contribue à faire connaître davantage les Content Credentials comme une ressource clé pour aider les personnes à travers le monde à comprendre le contenu qu'ils consomment et améliorer la confiance qu'ils y confèrent.

"Nous avons une approche responsable de l'IA qui consiste à travailler avec d'autres acteurs du secteur pour favoriser et améliorer la transparence autour du contenu numérique, indique Laurie Richardson, VP of Trust and Safety chez Google. Rejoindre le comité de pilotage et intégrer les dernières normes de la C2PA était une évidence pour nous, puisqu'elle s'inscrit au sein d'une approche similaire avec Google DeepMind's SynthID, Search's About this Image et YouTube's labels qui permettent d'identifier le contenu altéré ou modifié. Nous nous engageons à offrir davantage de contexte aux utilisateurs en les aidant à prendre des décisions plus éclairées."

"Il est aujourd'hui primordial d'avoir une approche transparente du contenu numérique qui permette aux personnes d'avoir les moyens de prendre les bonnes décisions, affirme Andrew Jenks, C2PA Chair. Les normes de la C2PA sont sans aucun doute à l'avant-garde dans ce domaine, et nous sommes ravis de leur adoption grandissante. L'adhésion de Google est une validation importante quant à l'approche de la C2PA. Nous encourageons les autres à nous rejoindre pour étendre l'utilisation des Content Credentials et contribuer à la création d'un écosystème numérique plus sûr et transparent."

À propos de la C2PA

La Coalition for Content Provenance and Authenticity (C2PA) est une organisation d'élaboration de normes communes et ouvertes qui luttent contre la désinformation en ligne et permettent d'identifier et de certifier l'origine et la provenance des contenus numériques. La C2PA est un projet de la Joint Development Foundation. Pour plus d'informations, vous pouvez consulter les sites suivants : c2pa.org et contentcredentials.org.

À propos de Google

La mission de Google est d'organiser les informations à l'échelle mondiale dans le but de les rendre accessibles et utiles à tous. Grâce à des produits et des plateformes comme le moteur de recherche, Maps, Gmail, Android, Google Play, Google Cloud, Chrome et YouTube, Google joue un rôle important dans la vie quotidienne de milliards de personnes et est devenu l'une des entreprises les plus connues au monde. Google est une filiale d'Alphabet Inc.

À propos d'Adobe :

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