

Contact Presse

Agence Elan Edelman
Adobe@elanedelman.com
01 86 21 50 21

Adobe, The New York Times Company et Twitter annoncent l'Authenticity Content Initiative pour développer un standard pour l'attribution des contenus

LOS ANGELES — 5 novembre 2019 — A l'occasion d'Adobe MAX, Adobe (Nasdaq : ADBE) annonce une initiative visant à promouvoir l'authenticité des contenus, aux côtés de The New York Times Company (NYSE : NYT) et de Twitter (NYSE : TWTR). L'objectif est de mettre au point un standard pour l'attribution des contenus digitaux.

Il est indispensable pour les créateurs et éditeurs d'offrir d'une attribution correcte des contenus afin de garantir la confiance et la transparence en ligne. Pour Adobe, The New York Times Company et Twitter, le développement d'une solution à long terme relève de la responsabilité conjointe des créateurs, entreprises technologiques et groupes médias.

« Face à la prolifération des contenus digitaux, les gens veulent savoir si celui qu'on leur présente est authentique », explique Dana Rao, Executive Vice President and General Counsel, en charge des affaires juridiques chez Adobe. *« L'adoption d'un système d'attribution des contenus représente un formidable défi pour toute l'industrie, que nous sommes ravis de porter avec The New York Times Company et Twitter. Il est indispensable que les entreprises technologiques et les groupes médias collaborent pour permettre aux consommateurs de mieux évaluer et comprendre les contenus diffusés en ligne. »*

Adobe est en train d'élaborer un système par consentement (*opt-in system*) qui permettra aux créateurs et éditeurs de joindre en toute sécurité des données d'attribution aux contenus qu'ils partagent. Le framework est conçu de sorte que les auteurs puissent vérifier leur contenu et bénéficier d'une attribution correcte, et également fournir aux consommateurs une piste d'attribution qui les rassure sur l'authenticité des contenus qu'ils consultent.

Durant Adobe MAX, le plus grand événement au monde dédié à la créativité, Adobe a présenté un prototype de sa technologie d'attribution de contenus, intégrée à Photoshop.

« Pouvoir discerner les informations fiables sur Internet est l'une des plus grandes difficultés auxquelles les consommateurs sont confrontés aujourd'hui », a déclaré Marc Lavalée, head of Research & Development chez The New York Times Company. *« Pour lutter contre la désinformation, l'ensemble de l'écosystème — créateurs, éditeurs et plateformes — doit collaborer. Cette initiative va permettre de le faire en utilisant des normes et protocoles ouverts. »*

« Faciliter et encourager les conversations publiques au niveau mondial est la principale mission de Twitter », précise Del Harvey, vice président Global Trust & Safety, chez Twitter. *« En travaillant avec Adobe et The New York Times Company, nous visons à trouver des moyens innovants pour soutenir les efforts déjà engagés. Chacun a un rôle à jouer dans la qualité des informations et les compétences en matière de médias. Face à des questions aussi complexes, il est indispensable de collaborer, et ce partenariat est une chance. »*

Adobe, The New York Times Company et Twitter prévoient de lancer l'initiative au cours des prochains mois, lors d'un sommet réunissant un groupe plus important d'entreprises technologiques et de groupes médias.

Pour plus d'informations, les entreprises souhaitant participer à l'Authenticity Content Initiative, peuvent consulter le site <http://www.adobe.com/go/content-authenticity> ou envoyer un message à l'adresse contentauthenticity@adobe.com.

À propos d'Adobe

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

À propos de The New York Times Company

The New York Times Company est un groupe médias international ayant pour vocation la création, la collecte et la diffusion d'informations et actualités de qualité. Il regroupe The New York Times, NYTimes.com et les entités associées. Il jouit d'une réputation internationale pour la qualité de son activité journalistique, ses innovations en matière de textes print et numériques, et son modèle économique. Pour toute information sur le groupe, consultez [@NYTimesPR](https://twitter.com/NYTimesPR).

À propos de Twitter, Inc.

Twitter, Inc. (NYSE : TWTR) est au service de la conversation publique. Sur Twitter, les gens viennent s'informer des actualités du monde et de ce qui fait le buzz en ce moment. Tout ce qui se passe dans le monde (actualités, spectacles, sports, politiques et thématiques du quotidien) passe d'abord sur Twitter, qui diffuse dans une quarantaine de langues dans le monde entier. Le service est accessible via twitter.com, sur différents appareils mobiles et par SMS. Pour de plus amples informations, consultez le site about.twitter.com ou suivez @twitter. Pour plus d'informations sur le téléchargement de l'application Twitter, allez sur le site twitter.com/download.

###

© 2019 Adobe Inc. 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.