

Communiqué de presse

LUTTE CONTRE LA DESINFORMATION EN LIGNE :

Lancement de « Provenance for trust »

La 1^{ère} initiative collective destinée à garantir l'authenticité et la traçabilité des contenus des médias, au soutien d'une Information crédible et d'une confiance retrouvée

A Paris, le 19 juin 2025 – La société et les médias traversent une crise de confiance sans précédent. En effet, 48% des Français remettent en question la fiabilité des informations relayées par les médias. Une méfiance grandissante notamment alimentée par la prolifération de la désinformation en ligne et la montée en puissance de l'IA, rendant ardu le discernement de la véracité des contenus publiés. Et pour cause, malgré les progrès technologiques sur le secteur, les outils de détection restent imparfaits, la modération automatisée manque de nuance, et l'infobésité actuelle engendre un volume de contenus dépassant les capacités de traitement et de vérification de la provenance et de l'authenticité des contenus. C'est face à ces défis multiples qu'un collectif d'acteurs rassemblant TrustMyContent, UncovAI, Journalism Trust Initiative (lancée par Reporters sans frontières), le CEPIC, l'Atelier et le médialab de SciencePo Paris annonce aujourd'hui le lancement de « Provenance For Trust », le 1^{er} programme d'innovation pour la presse et les médias engagé à garantir l'authenticité, la traçabilité et la crédibilité de l'Information.

« Provenance for Trust » : lutter contre la désinformation et restaurer la confiance

TrustMyContent, UncovAI, Journalism Trust Initiative (lancé par Reporters sans Frontières), le CEPIC, l'Atelier et le médialab de Science Po se sont rassemblés dès 2024 afin de définir ensemble les contours du programme « Provenant for trust ».

A l'issue de cette 1^{ère} année de travail destinée à comprendre et mieux appréhender les enjeux du secteur, le collectif adresse 6 problématiques concrètes :

1. **AUTHENTICITE** : Comment vérifier l'authenticité et la source des contenus ? comment construire une véritable chaîne de confiance de bout en bout ?
2. **DROIT D'AUTEUR** : Comment garantir, valoriser la provenance des contenus publiés et protéger les droits d'auteur ?
3. **CERTIFICATION / LABELISATION** : Comment mettre en avant la transparence et la qualité des processus et les certifications reconnues telles que la Journalism Trust Initiative de RSF ?
4. **TRANSPARENCE IA** : Comment afficher à son audience, en toute transparence, l'usage de l'IA ? et garantir la conformité à l'IA Act ?
5. **TYPOSQUATTING** : Comment lutter contre l'usurpation d'identité, de sites web, de contenus authentiques ?
6. **ANTISCRAPIING** : Comment empêcher le « scraping » des contenus d'un site officiel et la reprise de ceux-ci sur des sites générés par IA ?

« Il est devenu absolument impératif de se concentrer sur la provenance et l'authenticité des contenus ! Pourquoi ? parce qu'en assurant une origine vérifiable pour chaque contenu, les utilisateurs peuvent évaluer plus facilement la fiabilité des informations qu'ils consomment ! Cette approche préventive allège ainsi la pression sur les systèmes de détection et de modération, favorisant dès le départ un environnement où les informations de qualité sont privilégiées. Travailler sur la provenance renforce également la confiance du public envers les médias et les institutions, en distinguant clairement les contenus authentiques des fausses informations. Bien que cela ne résolve pas tous les problèmes, cela établit une base plus solide pour la crédibilité de l'information, et c'est l'approche que nous défendons ! », explique **Mathieu Kervenec, porte-parole de Provenance For Trust**.

De la tech à l'impact, le collectif mise sur sa complémentarité pour construire les solutions de lutte efficaces et pérennes. Provenance For trust délivrera aux institutions et aux médias une « **boîte à outils** » composées de solutions techniques, de méthodologie et de compétences. Pour cela, le collectif fait reposer son action sur l'intervention et l'expertise de chacun de ses membres actuels :

- **TrustMyContent** apporte le **socle technologique** et la solution de labellisation des contenus ;
- **UncovAI** apporte la solution de **détection des contenus générés par l'IA** ;
- **L'Atelier** met à disposition ses **compétences de développement** ;
- **Journalism Trust Initiative (JTI)**, norme de type ISO permettant aux médias de faire certifier la fiabilité de leurs process rédactionnels, met à disposition du projet un **catalogue de plus d'une centaine de médias certifiés**, et de 700 médias ayant publié leur rapport de transparence dans le monde.

Afin de mesurer l'efficacité de cette nouvelle approche, le **médialab de SciencePo**, également partenaire du projet, lance quant à lui une **étude d'impact** concentrée sur la confiance retrouvée ou non par l'audience envers les contenus authentifiés et contextualisés.

Enfin, le **CEPIC (International Association of the Media Licensing Industry)**, en s'appuyant sur les textes tels que le Digital Services Act (DSA), l'AI Act et Le European Media Freedom Act (EMFA), dans le cadre de son travail de recherche et de promotion de l'harmonisation des pratiques et de protection des droits des créateurs de contenus visuels à l'échelle mondiale, abordera **deux questions majeures** :

- Quels mécanismes réglementaires établissent des exigences obligatoires d'étiquetage pour le contenu généré par l'IA ?
- Quels cadres réglementaires suggèrent la nécessité d'étiqueter le contenu généré par l'IA, même lorsque cela n'est pas strictement obligatoire ?

Soutenu par le Ministère de la Culture et le jury du FSEIP (Fonds de soutien à l'émergence et à l'innovation dans la presse), Provenance For Trust bénéficie d'un financement destiné à accélérer le développement du programme.

Ainsi, pour les prochaines étapes, le collectif va notamment :

- **Lancer, dès cet été 2025, une consultation des acteurs du secteur, des institutions et des partenaires** désireux de réfléchir aux cas d'usage à instruire et ainsi contribuer au programme ;
- **Proposer** aux acteurs intéressés et pertinents **de rejoindre le collectif Provenance for Trust** ;
- Travailler à moyen terme, à **construire les réponses et mettre en place les « boîtes à outils »** adaptées pour les institutions et les médias ;
- **Mesurer l'impact et partager les résultats** à la communauté ainsi regroupée autour de la provenance des contenus.

Le programme a démarré en janvier 2025 et se termine le 31 décembre 2026. Cette période doit permettre d'atteindre les objectifs fixés, à savoir restaurer la confiance perdue et apporter des solutions concrètes.

Présentation du FSEIP – Ministère de la Culture

Le fonds de soutien à l'émergence et à l'innovation dans la presse (FSEIP) a été créé par le décret n° 2016-1161 du 26 août 2016. Il rassemble trois formes d'aides :

- des bourses d'émergence visant à soutenir le lancement et le développement de publications ou de services de presse en ligne émergents. Elles peuvent donc être attribuées à des publications ou des services de presse en ligne qui ne disposent pas encore de numéro de CPPAP ;
- des appels à projets "programmes d'incubation médias émergents" permettant de développer, sur l'ensemble du territoire, des programmes dédiés aux médias émergents et aux fournisseurs de solutions (technologiques, graphiques, commerciales...) destinés aux médias. Ils visent également à consolider ou à encourager la création de programmes d'incubation portés par les groupes de presse eux-mêmes. À travers l'hébergement, le conseil et la formation, ces programmes d'incubation renforcent la visibilité et donc l'attractivité de l'entrepreneuriat de presse et plus largement des médias ;
- des appels à projets « programmes de recherche et de développement » permettant de développer une expertise sur des thèmes au cœur des mutations du secteur (conditions de production de l'information, expérience utilisateurs, monétisation des contenus auprès des utilisateurs, ...) et aux retombées positives sur les acteurs du secteur de la presse.

Programme- Provenance4Trust – www.provenance4trust.org

"Provenance" vise à rétablir la confiance et l'intégrité de l'information dans l'environnement numérique. Face à la prolifération alarmante de la désinformation en ligne, menaçant les fondements de nos sociétés démocratiques, nous proposons une approche globale et novatrice. L'objectif principal est de doter les médias, les institutions et les créateurs de contenus des moyens de garantir la traçabilité et l'authenticité de leurs productions. Cela passe par le développement d'une plateforme intégrée fournissant des services de détection de contenus générés par l'intelligence artificielle et de labellisation de la provenance conforme aux normes internationales. Le dossier du programme détaille la stratégie, les solutions techniques, la feuille de route et les ressources nécessaires. En répondant aux exigences réglementaires émergentes et en offrant une expérience transparente aux consommateurs d'informations, le programme vise à rétablir un climat de confiance mutuelle entre les créateurs de contenus et leur public.

Présentation des membres du groupement

TrustMyContent – www.trustmycontent.com

TrustMyContent est une startup innovante qui vise à renforcer la confiance dans les contenus numériques en fournissant des prestations de conseil et une solution de labellisation de la provenance. Face à la montée de la désinformation et de la méfiance envers les médias, TrustMyContent propose une plateforme SaaS permettant de certifier l'origine des contenus (images, vidéos, audios) via des certificats de sécurité. Cette solution s'adresse aux médias, agences de presse, équipes marketing, et créateurs de contenu, en garantissant la transparence et l'intégrité des informations. TrustMyContent s'appuie sur des technologies avancées, telles que le standard open-source C2PA, pour protéger les métadonnées et les copyrights, contribuant ainsi à la lutte contre les fake news et les deepfakes. Incubée à Sciences Po Paris, la startup bénéficie de partenariats stratégiques avec des acteurs clés comme Reporter Sans Frontières et Newsguard, et propose une offre sans équivalent sur le marché européen de l'étiquetage des contenus numériques.

L'ATELIER – www.latelier.co

L'Atelier est une entreprise spécialisée dans le développement logiciel, située à Paris, rue de l'Arbre Sec. Fondée par des experts en ingénierie informatique, elle se concentre sur la création de solutions technologiques innovantes pour divers secteurs d'activité. L'Atelier se distingue par son approche centrée sur le client, offrant des services sur mesure allant du développement d'applications web et mobiles à l'intégration de systèmes complexes. L'équipe de L'Atelier, composée de développeurs talentueux et expérimentés, met un point d'honneur à utiliser les technologies les plus avancées et les meilleures pratiques de l'industrie pour garantir la qualité et la performance des projets. En collaborant étroitement avec ses clients, L'Atelier assure une compréhension approfondie des besoins et des objectifs, permettant de livrer des solutions qui répondent parfaitement aux attentes.

UncovAI – www.uncovai.com

UncovAI est une société basée à Nice qui délivre une plateforme innovante pour détecter les contenus générés par l'IA, offrant un mélange d'efficacité et de durabilité. Au lieu de s'appuyer sur des modèles de Deep Learning gourmands en ressources, nous utilisons des hypothèses mathématiques qui permettent de distinguer efficacement les contenus générés par l'IA des contenus créés par l'homme.

Cette solution s'adresse aussi bien aux agences de presse, qu'aux sociétés de conseil et aux entreprises de technologie pour authentifier les contenus qu'elles consomment. La société est incubée à l'Incubateur PACA-EST et accélérée par NVIDIA, à la Caisse des Dépôts et par le programme Shake Up de Wavestone. De plus, UncovAI a développé des partenariats avec des grands groupes tels que PWC ou Microsoft.

Reporter Sans Frontière / Journalism Trust Initiative - www.journalismtrustinitiative.org

Association de loi 1901, fondée en 1985 et reconnue d'utilité publique, Reporters sans frontières (RSF) porte un projet global : garantir l'accès de chacun à une information fiable lui permettant de comprendre les enjeux du monde qui l'entoure, de se forger sa propre opinion et de prendre des décisions éclairées.

Les activités de RSF sont basées sur l'article 19 de la Déclaration universelle des droits de l'Homme de 1948, sur le Pacte international relatif aux droits civils et politiques et les déclarations et chartes principales sur l'éthique journalistique.

Bénéficiant d'un statut consultatif auprès des Nations Unies, de l'UNESCO, du Conseil de l'Europe, de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF) et de la Cour Africaine des Droits de l'Homme et des Peuples, RSF est reconnue dans le monde entier comme une ONG de référence.

RSF s'appuie sur son ancrage mondial, avec des acteurs dans 90% des pays du monde, afin d'atteindre ses objectifs de défense des journalistes et du droit à l'information. Dans 169 des 180 pays couverts par RSF, l'organisation peut compter sur au moins un acteur présent au niveau local. Le réseau international de RSF est composé de :

- 7 bureaux régionaux en plus de son siège à Paris
- 6 sections
- plus de 150 correspondants à travers le monde
- 27 organisations locales présentes dans 20 pays du monde

Journalism Trust Initiative ("Initiative pour la Confiance dans le Journalisme") est un projet lancé par Reporters sans frontières (RSF) pour promouvoir des normes de transparence et d'intégrité dans le journalisme. Elle vise à établir des critères communs permettant de distinguer les médias fiables des autres, en encourageant les pratiques éthiques et la responsabilité dans la production de l'information. L'initiative met en place un système de certification volontaire basé sur des normes définies par un processus collaboratif, impliquant des journalistes, des médias, des universitaires et des experts du secteur.

CEPIC – www.cepic.org

Le CEPIC (International Association of the Media Licensing Industry) est une Association Internationale sans but lucratif enregistrée à Bruxelles en tant que CEPIC A.I.S.B.L sous le nom de « INTERNATIONAL ASSOCIATION OF THE MEDIA LICENSING INDUSTRY ». Fondé en 1993, le CEPIC représente des centaines de bibliothèques d'images et d'agences photo, de presse et d'illustration, qui représentent elles-mêmes des centaines de milliers de photographes dont l'activité principale est l'octroi direct de licences de contenu visuel hors ligne et en ligne. Le CEPIC représente plusieurs agences de presse au sein de l'Union européenne dont, en France, l'AFP (Agence France Presse) et l'agence Abaca. CEPIC promeut des standards élevés en matière de gestion des droits d'auteur et à défendre les intérêts de l'industrie des images auprès des institutions européennes et internationales. Il organise également des événements annuels, comme la conférence internationale du CEPIC, qui réunit les professionnels pour échanger sur les dernières tendances et innovations du secteur. Le CEPIC joue un rôle crucial dans l'harmonisation des pratiques et la protection des droits des créateurs de contenus visuels à l'échelle mondiale.

médialab de SciencesPo Paris – www.medialab.sciencespo.fr

L'INSTITUT D'ÉTUDES POLITIQUES DE PARIS, établissement public à caractère scientifique, culturel et professionnel au sens de l'article L.711-1 du code de l'éducation et L.312-1 du code de la recherche, géré par la Fondation Nationale des Sciences Politiques, étant rappelé que les deux entités sont rassemblées sous le nom de « Sciences Po » dont le siège est situé au 27 rue Saint Guillaume 7007 Paris, représenté par son Administrateur provisoire, Monsieur Jean Basseres.

Sciences Po Paris est une université de premier plan reconnue pour son excellence académique et son rôle central dans la formation des élites françaises et internationales. En tant qu'institution influente, elle entretient des liens étroits avec le monde du journalisme français, et a contribué au fil du temps à former nombreux journalistes et professionnels des médias. Sciences Po est également à la pointe de la recherche sur la désinformation, notamment avec Sciences Po médialab, menant des études approfondies sur les dynamiques de propagation des fausses informations.

Lien : [Provenance Tagging and the Politics of Content Trust | médialab Sciences Po](#)