Fiche mémo · Leçon 39 · 27 min

L'article 50 de l'AI Act, les mentions, le marquage C2PA et les étiquettes des réseaux

Depuis le 2 août 2026, l'entreprise qui publie une image, un son ou une vidéo générés pouvant passer pour réels doit le signaler clairement, dès la première exposition. En publicité, la fiche de l'ARPP donne une grille à trois critères et des mentions types. Ajoutez l'étiquette de la plateforme et conservez les métadonnées C2PA en exportant depuis l'outil.

Objectifs

- Décider avec la grille de l'ARPP si un contenu publicitaire doit être étiqueté
- Rédiger et placer une mention adaptée à chaque support, visible dès la première exposition
- Publier sans perdre les métadonnées C2PA et en cochant l'étiquette de chaque plateforme

À retenir

- Depuis le 2 août 2026, l'entreprise qui publie un hypertrucage le signale clairement, au plus tard à la première exposition ; le report de l'Omnibus ne vise que le marquage technique des fournisseurs.
- En publicité, la grille de l'ARPP croise intervention de l'IA, réalisme et effet sur l'authenticité ; aucune exception artistique ne s'applique.
- Une mention courte (« Image générée par IA », « Voix générée par IA ») se place sur le contenu, dès le début d'une vidéo, en son pour l'audio.
- Une communication trompeuse le reste, même étiquetée : un produit embelli ne se corrige pas par une mention, il se refait.
- Exportez depuis l'outil pour garder les métadonnées C2PA, et cochez l'étiquette de chaque plateforme en plus de votre mention.

Les dates de la transparence

10/06/2026 — Code de bonnes pratiques
Volontaire, avec des icônes UE d'étiquetage.

20/07/2026 — Lignes directrices
La Commission précise l'article 50.

02/08/2026 — Article 50 applicable
Mention des hypertrucages par qui publie.

03/08/2026 — Fiche de l'ARPP
Grille à trois critères pour la publicité.

02/12/2026 — Marquage technique
Délai des fournisseurs pour les systèmes déjà sur le marché.

Les obligations de l'entreprise qui publie s'appliquent aux contenus diffusés depuis le 2 août 2026.

Les demandes à recopier

Demande à recopier Préparer les mentions d'une campagne avec ChatGPT ou Gemini

```
Tu es chargé de conformité publicitaire en France. Voici la grille de la fiche pratique de l'ARPP du 3 août 2026 : niveau d'intervention de l'IA (mineur, substantiel, génération complète), degré de réalisme (fictif ou stylisé, réaliste), effet sur la perception d'authenticité (aucun, possible). Aucune exception artistique en publicité.
Voici les contenus de ma campagne, avec pour chacun ce qui est généré et ce qui est réel : [liste : support, format, durée, ce qui est généré, ce qui est réel, ce que montre le produit].
Pour chaque contenu, applique les trois critères, conclus « mention nécessaire » ou « non nécessaire », puis propose une mention de quatre à six mots, son emplacement et son moment d'apparition. Signale tout contenu qui exagère les performances du produit : la mention ne suffit pas, il faut le refaire.
Format : un tableau.
```

Demande à recopier Rédiger la description YouTube et la légende Instagram d'un contenu généré

```
Tu es chargé de communication. Voici un contenu à publier : [support, ce qui est généré, ce qui est réel, personnes représentées et accords obtenus].
Rédige : 1. la mention à incruster, de quatre à six mots ; 2. la phrase de description YouTube qui précise ce qui est généré et, s'il y a lieu, l'accord de la personne représentée ; 3. la légende Instagram de deux lignes, avec la même information en fin de première ligne pour qu'elle reste visible avant « plus ». Pas de jargon, pas de formule d'excuse.
```

Corrigé de l'exercice La demande de vérification

```
Voici six contenus d'une campagne immobilière et ma conclusion pour chacun selon la grille de l'ARPP (intervention, réalisme, effet sur l'authenticité) : [collez votre tableau]. Pour chaque ligne, dis si mon raisonnement tient et signale toute pratique qui pourrait être trompeuse pour un acquéreur, même avec une mention. Réponds en deux lignes par contenu.
```

Les erreurs fréquentes

L'erreur, et pourquoi elle coûte	La correction
Placer la mention dans la légende, en fin de vidéo ou dans les mentions légales du site. L'article 50 exige une information claire au plus tard à la première exposition ; l'ARPP demande une mention présentée dès le début d'une vidéo.	Posez la mention sur le contenu lui-même, visible sans ouvrir la légende, dès la première seconde d'une vidéo.
Invoquer l'exception artistique pour une publicité photoréaliste. La fiche de l'ARPP précise qu'aucune exception n'est prévue pour la publicité ; la dimension informative l'emporte.	Appliquez la grille à trois critères comme pour tout contenu publicitaire.
Envoyer une capture d'écran de l'image générée au client ou à l'imprimeur. La capture efface les métadonnées C2PA, qui prouvent l'origine et déclenchent l'étiquette automatique de certaines plateformes.	Exportez depuis l'outil, et vérifiez que votre logiciel de retouche conserve les Content Credentials.
Ajouter « généré par IA » à un visuel qui embellit le produit, en pensant être couvert. Une communication trompeuse le reste même étiquetée : la mention informe sur la méthode, pas sur le produit.	Refaites le visuel avec les caractéristiques réelles du produit, puis appliquez la grille.