

Opportunités et défis de la confiance numérique : Tracer des pistes nouvelles

Avec le soutien de



LA POSTE

L'enjeu de la confiance

- Décider / agir en situation d'incertitude sur les intentions et les compétences de l'autre
 - Face à des acteurs libres
 - Qu'on ne connaît pas nécessairement
 - Quand agir comporte un risque lié à l'action de l'autre
 - Sans risque ou sans incertitude, pas besoin de confiance

- Confiance généralisée : plus ou moins de capacité d'agir, de prise de risque, d'investissement dans l'avenir
 - Innovation, croissance, cohésion sociale...

- Confiance contextualisée : agir ou ne pas agir, choisir un interlocuteur plutôt qu'un autre...
 - Coûts de transaction, compétitivité, position sociale...

Référentiel : confiance, assurance

Confiance (*Trust*)

Pari sur le comportement coopératif de l'autre

Contextuel (interlocuteurs, circonstances, acte...)

Inclut une dimension irréductible de risque

Non réductible à un calcul

La confiance engage l'autre, mais ne peut en être exigée

Assurance (*Confidence*)

Attente normale et socialement sanctionnée vis-à-vis des autres

Générique et impersonnelle ; implique un système de codes et d'institutions

Réduit l'incertitude, sanctionne l'abus, couvre le risque (formellement ou non)

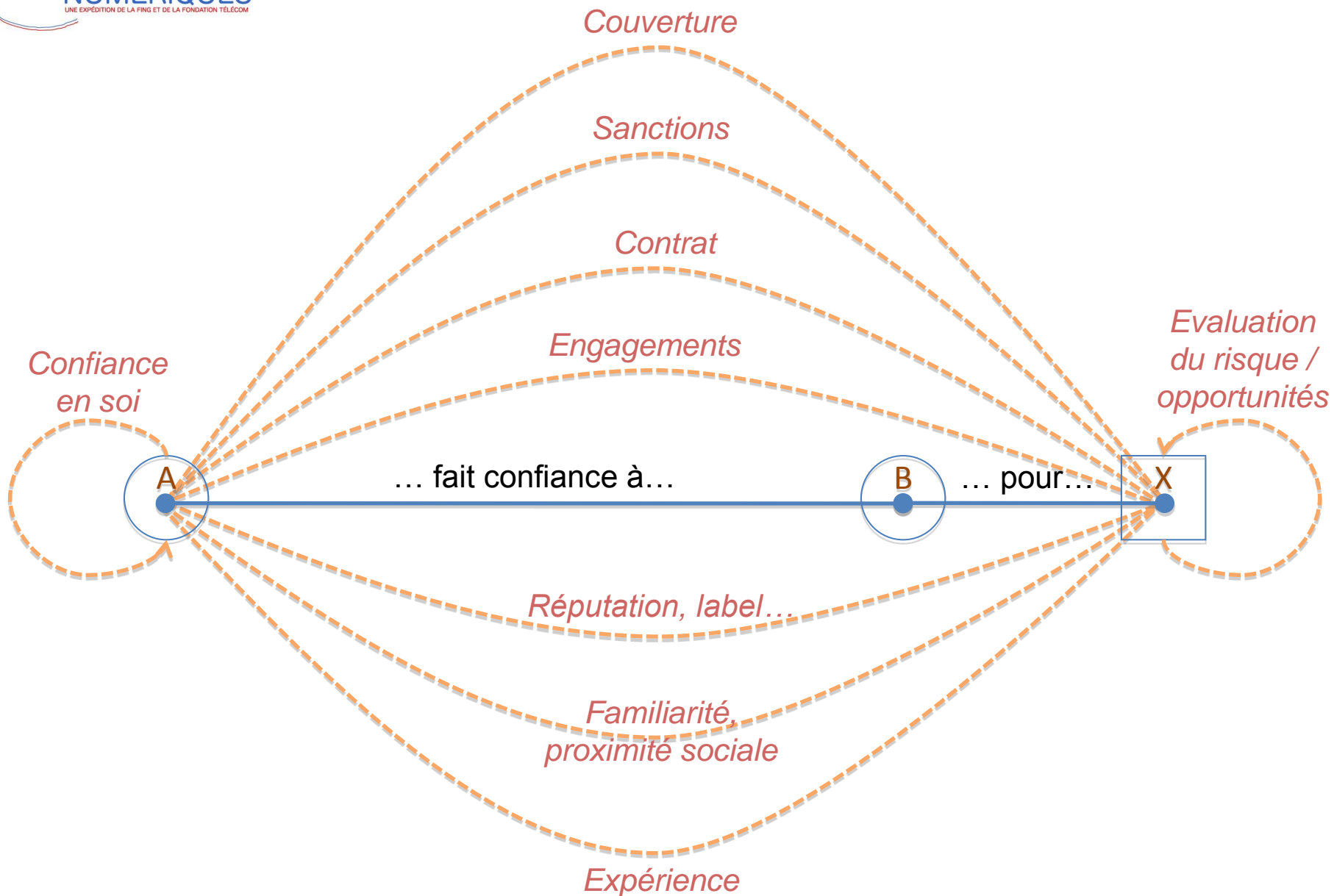
Une dimension de calcul, mais aussi des valeurs partagées

Réciprocité d'attentes et d'engagements

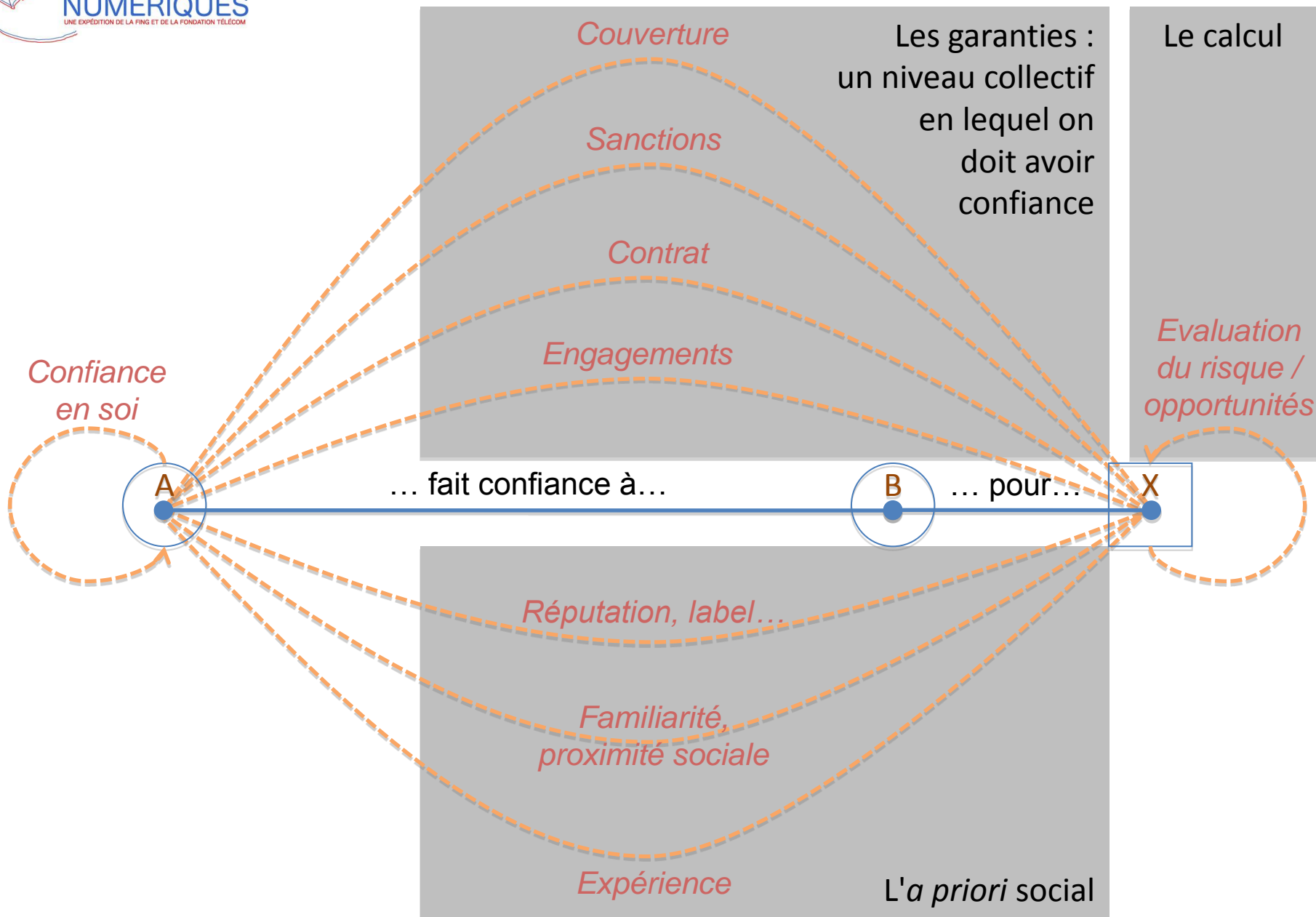
Un cadre d'établissement et d'élargissement de la confiance...

... Mais qui rend aussi la confiance moins indispensable dans beaucoup de cas

Comment la confiance s'établit-elle ?

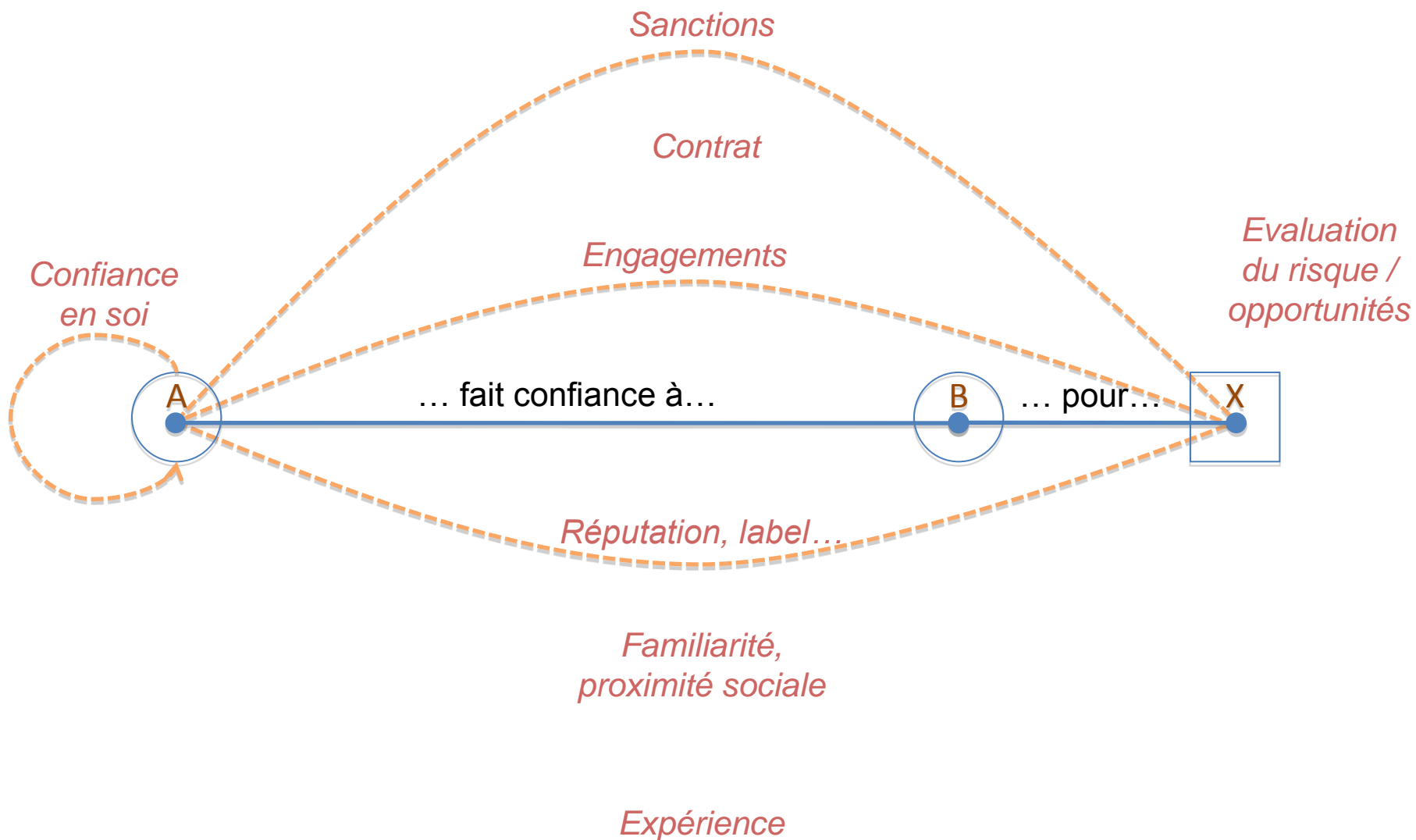


Comment la confiance s'établit-elle ?



Les conditions ne sont *jamais* *toutes présentes*

Couverture



Y a-t-il une crise de confiance ?

- Une crise assez claire de la "métaconfiance" (*confidence*), envers les organisations
 - Particulièrement forte en France / autres pays développés
 - Institutions, entreprises, médias, concitoyens... et futur
- Une situation moins évidente dans la vie quotidienne
 - Sans métaconfiance, la confiance interpersonnelle est touchée
 - Mais déclarer qu'on "n'a pas confiance en ses concitoyens" est différent de faire confiance à *un* concitoyen dans *une situation donnée*
 - Pas de signes clairs d'une défiance généralisée dans les actes du quotidien (ex. en ligne : eCommerce, P2P...)
- Mais un problème de confiance *des organisations envers les individus* (clients et salariés)
 - L'organisation s'équipe et se protège : identification, profilisation, surveillance, sécurisation technique et juridique
 - Sans compensation : opacité, anonymat, absence de recours...

Et si nous avions plutôt *un désir de confiance ?*

- Une aspiration à pouvoir faire confiance, malgré tous les signes contraires...
- Jusque, si nécessaire, à recréer des dispositifs qui supportent la confiance
- Un désir manifesté par
 - L'aspiration égalitaire (les inégalités dégradent la confiance)
 - L'inadéquation entre les opinions générales sur la confiance et les pratiques réelles
 - Les actes de confiance entre gens qui ne se connaissent que via les réseaux sociaux
 - La recherche (même décevante) d'une confiance désintermédiée, P2P

Pourquoi, dans ce contexte, s'interroger sur la confiance ?

Revisiter la métaconfiance

- Cohésion sociale
- Base de l'investissement dans l'innovation

Saisir des opportunités

- De se différencier de la concurrence
- De développer de nouveaux métiers

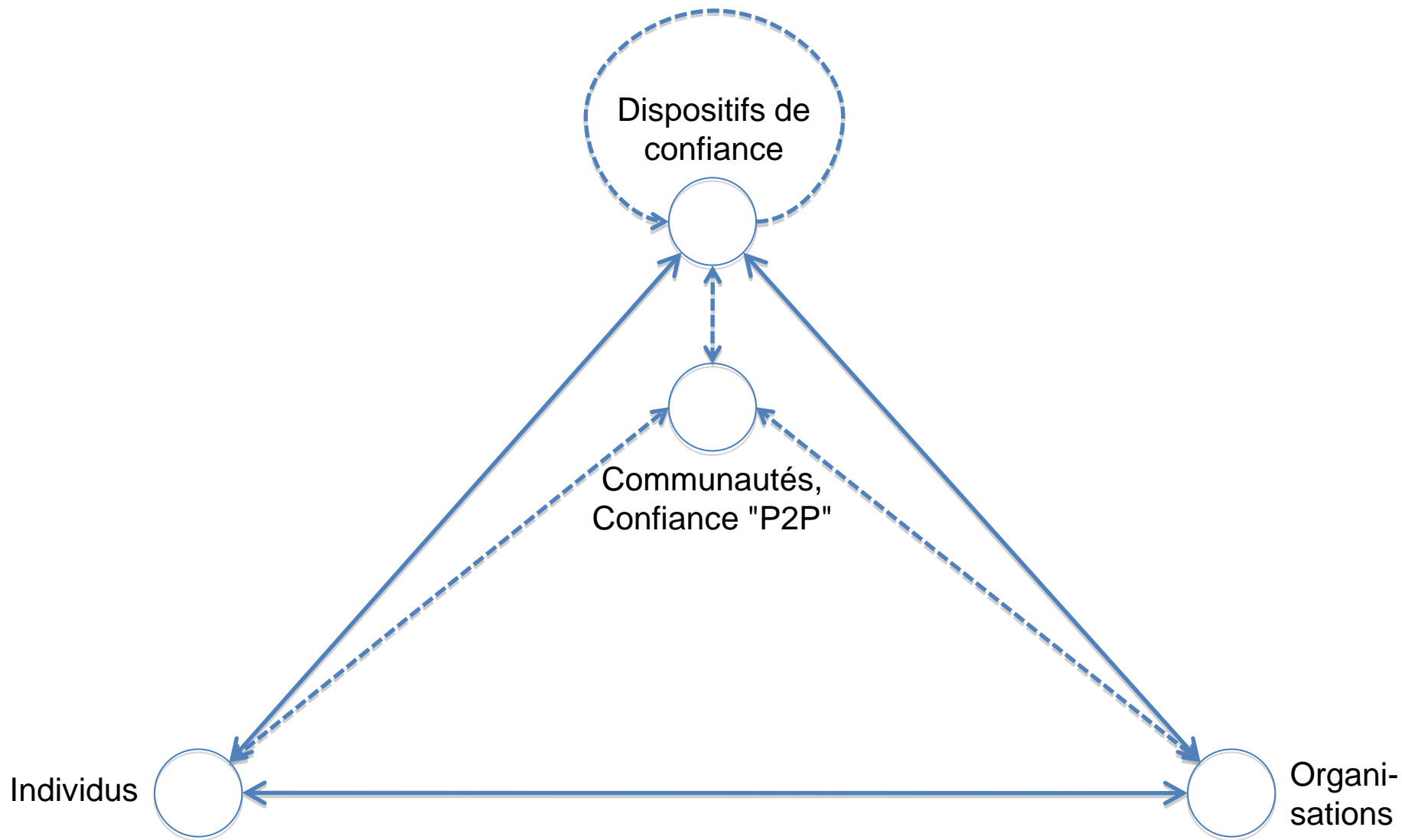
Prévenir des risques

- De rupture dans la relation clients ou citoyens
- De violence sociale
- De réaction "par principe" vis-à-vis de l'innovation
- De rater un changement majeur

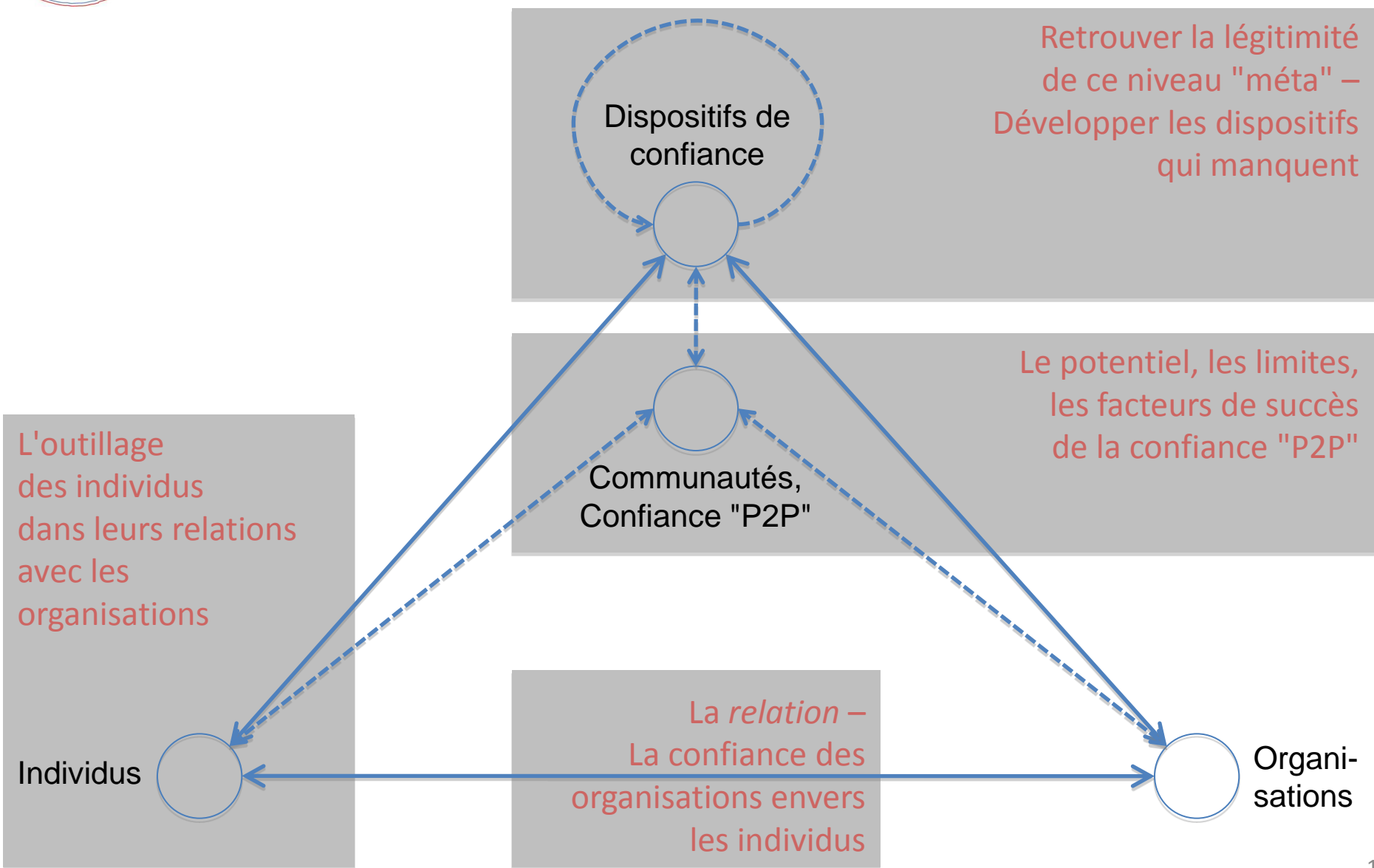
Eviter des malentendus

- Ne pas se tromper de "confiance"
- Ne pas parler de confiance là où elle n'est pas en jeu (ex. sécurité des paiements)

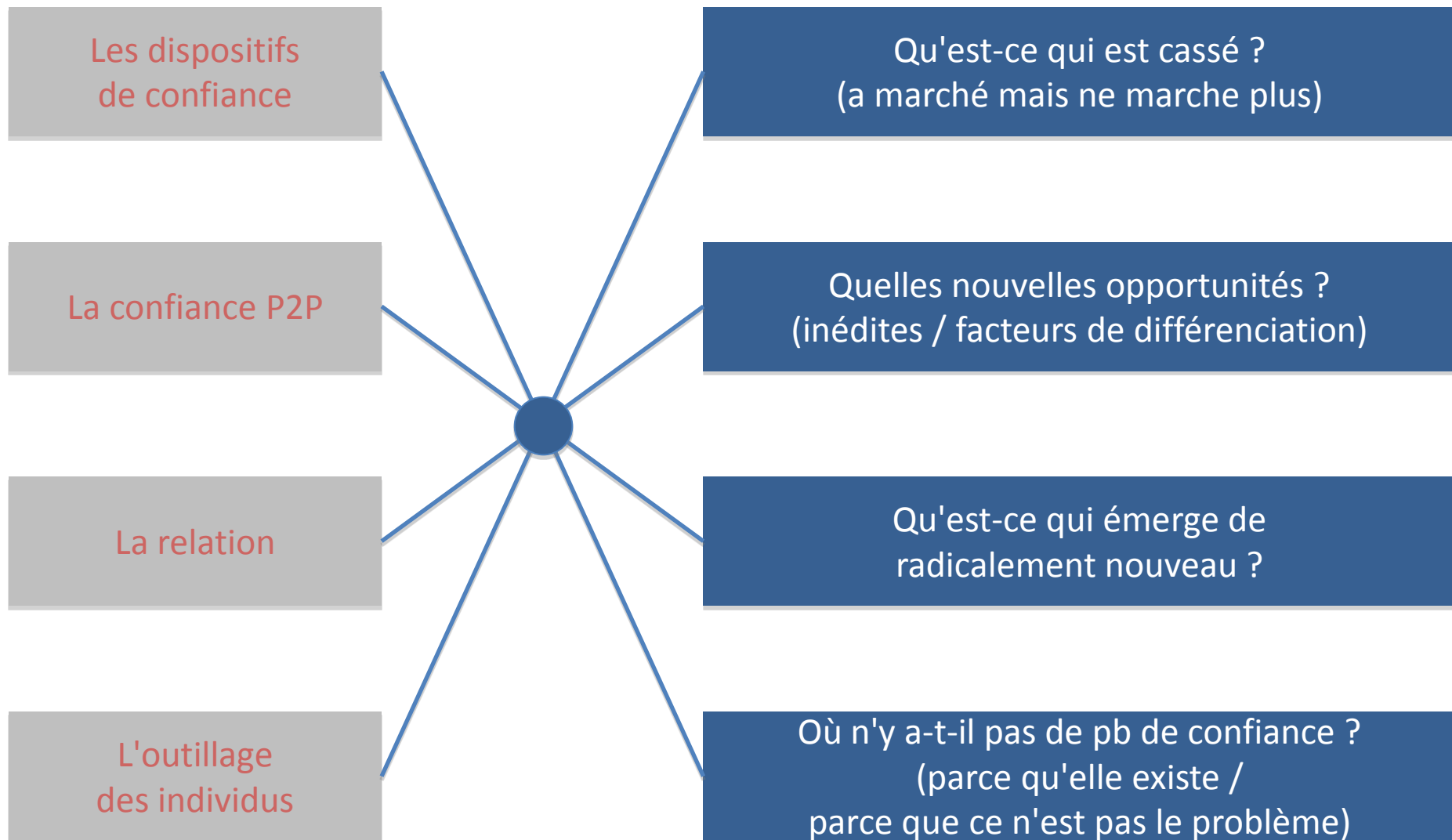
Les triangles de la confiance



4 grandes pistes de travail



Pour chaque piste : 4 questions



Piste 1-

Les dispositifs de confiance (1)

De quoi parle-t-on ?

Des tiers dont le rôle est d'assurer la crédibilité des engagements entre plusieurs parties

Réduisent l'opacité des marchés et limitent le risque d'être victimes de l'opportunisme des autres

Peuvent être des institutions, des entreprises, ou d'autres types d'organisations / communautés

Deux catégories :

- Dispositifs de jugement (crédibilité) : labels, systèmes de réputation, classements, guides, sites de consommateurs...
- Dispositifs de promesse, techniques et normatifs (bonne fin, recours) : tiers de "preuve", *escrow services*, assurances, sécurisation des transactions...

Supposent une confiance... dans les dispositifs de confiance (professionnalisme, neutralité, respect de leur mission...)

Quels sont les enjeux ?

- Comment recréer de la métaconfiance ?
- Comment redonner légitimité aux dispositifs de confiance ? Ou créer ceux dont on a besoin ?
- Y a-t-il des nouveaux métiers à inventer ?
- Les "tiers de confiance" sont-ils sur la bonne voie ?
- ...

Piste 1- Les dispositifs de confiance (2)

| Qu'est-ce qui est cassé ? | Qu'est-ce qui émerge ? |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Défiance vis-à-vis des dispositifs "de jugement" (presse, labels... perçus comme non neutres), voire "de promesse" (institutions, banques... jugées soit inefficaces, soit préoccupées par leurs intérêts plutôt que ceux de leurs clients/usagers) ■ Conflits de missions : FAI / Hadopi... ■ Emergence d'une inquiétude technologique (surveillance, traçage, vote électronique, biométrie, nanos...) ■ Expression d'un manque de confiance généralisé, y compris vis-à-vis de soi, des autres, du futur... | <ul style="list-style-type: none"> ■ Evaluation : labels (Truste), sousveillance (WOT), systèmes de réputation (eBay, linkedin) ■ Assurance : coffre fort électronique, escrow services ■ Confiance par l'opacité : tiers d'anonymisation, générateurs d'alibi ■ Transitivité de la confiance (ou juste de l'identité ?) : LibertyAlliance, FacebookConnect ■ Les moteurs de recherche perçus comme des sources ("Google sait...") ■ Nouvelles médiations : Kiva, Babyloan ■ Agents intelligents, bots |
| Quelles nouvelles opportunités ? | Où la confiance n'est-elle pas un/le pb ? |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Approches alternatives : <ul style="list-style-type: none"> ■ Mon fournisseur d'identité est garant de mon anonymat ■ Confiance "molle" ("majordome", coffres faibles de type "Mon google") ■ ... | <ul style="list-style-type: none"> ■ Sécurité et non confiance : paiement, sécurisation de transactions (contrats...), génération et conservation de preuves... ■ Sécurité et/ou commodité : identification, fédération d'identités... ■ Une confiance "épaisse" ■ La "confiance épaisse" (existe) |

Piste 2- La confiance "P2P" (1)

De quoi parle-t-on ?

Des espaces dans lesquels la confiance s'établit / se fonde / se vérifie à partir des échanges entre pairs et de leurs évaluations réciproques :

- Communautés d'expérience (ex. forums de patients)
- Mais aussi, peut-être, des dispositifs candidats au statut de "dispositifs de confiance"
 - "Dispositifs de jugement" : forums de consommateurs, systèmes de réputation, sites d'évaluation de produits ou services...
 - "Dispositifs de promesse" : monnaies alternatives, modes de paiement ou de financement P2P, sanctions sociales dans des groupes ou dans eBay...

L'internet facilite la création, le fonctionnement et le passage à l'échelle de tels dispositifs.

Quels sont les enjeux ?

- Quels sont le potentiel et les risques de la "confiance communautaire" ?
- Comment peut-elle se développer, passer à l'échelle ?
- De quelle gouvernance doit-elle à son tour se doter / être dotée ?
- ...

Piste 2- La confiance "P2P" (2)

| Qu'est-ce qui est cassé ? | Qu'est-ce qui émerge ? |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ La recrudescence (massive) de faux commentaires (guideduroutard, forums high tech) ■ La "hiérarchisation de l'horizontal" (Wikipedia) ■ Des liens forts à la multiplication (et l'exploitation) de liens faibles ■ Moins de sérendipité dans les rencontres (filtrer ses rencontres en ligne, personnaliser) ■ Point Godwin (forums et communautés), lassitude des modérateurs <p>→ Une aspiration puissante qui cherche les moyens de devenir soutenable ?</p> | <ul style="list-style-type: none"> ■ Socialisation et évaluation : <ul style="list-style-type: none"> ■ Réseaux sociaux comme espaces informels ■ Forums de patients, de clients, de passionnés... ■ Recommandation / évaluation (Tripadvisor, Note2be, Flattr) ■ Réputation (eBay, karma, Whuffie...) ■ Transactionnel : <ul style="list-style-type: none"> ■ Partage (covoiturage, Homexchange, Couchsurfing, Parkatmyhouse) ■ Echange (eBay, Leboncoin) ■ Mutualisation (Groupon, Vente privée, crowdfunding, neighbourgoods) ■ Don (microdon Twitter) ■ Financement (Kiva, Babyloan, Zopa, Airbnb) ■ Monnaies (Linden\$, SOL...) |
| Quelles nouvelles opportunités ? | Où la confiance n'est-elle pas un/le pb ? |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Monnaies "alternatives", "spécialisées", "locales", "éphémères"... (Plates-formes OsCurrency, OpenMoney, Flowplace)... ■ La "confiance épaisse" (Antonio Casilli) : favoriser le tissage de liens faibles pour personnaliser la confiance | <ul style="list-style-type: none"> ■ Simples modes de paiement (ex. Paypal) ■ Simple changement d'échelle (ex. Microcrédit) ■ ... |

Piste 3-

La relation :

... entre Individus et organisations

... entre individus

... entre organisations

De quoi parle-t-on ?

La confiance dans la relation entre

- un individu et une organisation (entreprise, association, administration...).
- un individu et un individu
- une organisation et une organisation...

... entendue comme *ce qui fait qu'on ne prend pas toutes les garanties possibles avant d'agir.*

Quels sont les enjeux ?

- Comment rétablir les conditions de la confiance entre individus et organisations, individus et organisations entre elles ? Sont-elles vraiment différentes ?
- On parle souvent de méfiance des individus envers les organisations, mais l'inverse n'est-il pas aussi vrai ? Ne faut-il pas partir de la confiance organisations → individus ?
- La confiance accordée est-elle un facteur de compétitivité ?
- Quelles marques de confiance sont-elles fidélisantes, différenciantes ? Quid si, justement, les individus deviennent des marques ?
- ...

Piste 3- La relation (2)

| Qu'est-ce qui est cassé ? | Qu'est-ce qui émerge ? |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ Confiance dans les medias, institutions, banques... ■ Fidélité aux marques ■ Asymétrie : on me demande (ou obtient à mon insu) beaucoup d'information, on m'en restitue peu ■ Dé-personnalisation, déresponsabilisation, industrialisation des services ■ Absence de recours | <ul style="list-style-type: none"> ■ Espaces "Tiers" : comparateurs de prix, forums, sites de consommateurs, de protestation contre une marque ou produit ■ Googling ■ Individus qui mentent/trichent sur les formulaires de collecte ■ Evaluation des organisations (Cortera, Kabbage) ■ Confiance <i>a priori</i> (BA, VW, crédit conso...) ■ Participation transparente à la "conversation" des marchés (Microsoft) |
| Quelles nouvelles opportunités ? | Où la confiance n'est-elle pas un/le pb ? |
| <ul style="list-style-type: none"> ■ <i>Privacy by design</i>, frugalité informationnelle ■ Personnaliser sans identifier ("Cartes blanches") ■ Retour d'information : VRM vs CRM ■ Re-personnalisation de la relation, <i>empowerment</i> des salariés ■ Dé-sécurisation <ul style="list-style-type: none"> ■ Ex. déclaration d'impôts sans certificat (on a besoin de sécurité au début, moins avec le temps et l'expérience) | <ul style="list-style-type: none"> ■ Paiement sécurisé, antivirus ■ Assurance (assurer mon recommandé) ■ Contrat / Sanction ■ Engagements de qualité ■ Dispositifs de transparence : chartes, labels, CGU ■ L'image des marques ("Apple, c'est bien") |

Piste 4 - L'outillage des individus (1)

De quoi parle-t-on ?

Tirer parti des technologies pour augmenter la confiance en eux et les capacités des individus :

- De se connaître eux-mêmes,
- De s'informer, communiquer, s'exprimer, décider, agir, négocier – et bien sûr, de maîtriser leur degré d'engagement, de présence, de visibilité ,
- De réfléchir et d'agir sur leurs relations avec des tiers, individus et organisations, de rééquilibrer leurs relations aux organisations.

Nourrir la confiance par l'assurance, la résilience, la mise en capacité, l'autonomie et la symétrie.

Quels sont les enjeux ?

- Comment outiller l'individu dans sa relation aux organisations, voire aux autres ?
- Qu'est-ce qui, dans cette démarche, crée ou détruit de la confiance ?
- ...

Piste 4- L'outillage des individus (2)

Qu'est-ce qui est cassé ?

- Asymétrie individus / organisations
- Complexité, opacité, anonymat des systèmes
- ... En tension avec l'individualisation des itinéraires de vie, la montée du niveau d'éducation, l'équipement et la connectivité des individus
 - Risque de déconnexion entre l'évolution des individus et celle des organisations

Qu'est-ce qui émerge ?

- Identités multiples, jetables ou pérennes, cloisonnées
- Stratégie de visibilité et de socialisation sur les réseaux, jusqu'à la ré-invention de soi (avatars, pseudos riches)
- Réputation : le ratio eBay sort d'eBay (CV), ReputationDefender, Web Of Trust
- Anonymat (réseaux P2P anonymes)
- Protestations collaboratives (recul de Facebook)

Quelles nouvelles opportunités ?

- Portabilité des données
- Hétéronymes
- Négociation des données personnelles
- VRM, *Personal Analytics*
- Rating positif / Agences de notation
- ePortfolios
- Sousveillance collaborative
- Marketing de soi
- Droits "réglables" à l'oubli ou à la mémoire
- ...

Où la confiance n'est-elle pas un/le pb ?

- La sécurisation
- La protection des systèmes (Antivirus / Firewall)
- WOT
- Mentir sur les formulaires en ligne (jouer avec le système)