

## La nouvelle fabrique de la confiance numérique

Mercredi 17 novembre 2010, Institut Télécom, 9h - 14h30  
46 rue Barrault, Salle des Conseils E 200

*Quand on parle de confiance dans le monde numérique, on répond le plus souvent "sécurité". Pourtant, nous voyons tous les jours de la confiance s'établir sans sécurité ; ou de la sécurité détruire la confiance. Et s'il y avait d'autres approches à explorer ? D'autres pistes créatrices, à la fois, de valeur et de confiance ? De nouveaux services, de nouvelles médiations, de nouveaux métiers à inventer ?*

### Le défi de l'atelier

40 participants (entreprises du "marché de la confiance", entrepreneurs, chercheurs, acteurs publics...) font émerger ensemble 10 à 15 nouvelles pistes innovantes autour de la "confiance numérique".

Au programme :

- 9h : accueil et déambulation dans l' "espace exposition"
- 9h30 : présentation des 4 grands thèmes de travail, des objectifs et des règles du jeu de l'atelier
- 9h45 : "mise en bouche" : 3 intervenants présentent en quelques minutes une vision de la confiance *en rupture*.  
Pour nous inspirer : Dominique Dupagne (Atoute.org) / Serge Delille (La Poste) / David Stut (LaSer - sous réserve)
- 10h30 - 13h30 : travaux de groupe et ... repas studieux !  
Les participants se répartissent autour des 4 grands thèmes proposés (*cf détails plus bas*) :
  1. **L'avenir des dispositifs de confiance**
  2. **La confiance "P2P"**
  3. **L'outillage des individus**
  4. **La confiance relationnelle comme facteur différenciant**

#### TEMPS 1 (30') : les leviers de la confiance

Discussion autour de la cartographie proposée pour chacun des 4 thèmes.  
Travail sur les leviers, les "points durs".

#### TEMPS 2 (1h30') : les pistes d'innovation

A partir des leviers identifiés et des 3-4 questions centrales du sujet, les participants formulent des propositions pour agir plus efficacement sur la confiance. Il peut s'agir du détournement de dispositifs existants, de nouvelles formes de gouvernance, de nouveaux services, outils, technologies ... ou plus simplement d'un projet, d'une idée, d'une action (individuelle ou collective) à mener pour booster la confiance dans les relations numériques - et au-delà.

#### TEMPS 3 (1h, dont repas) : sélection des pistes les plus prometteuses

Les participants sélectionnent 3 pistes et commencent à en décrire la faisabilité, dans un avenir proche : quelle forme l'action peut-elle prendre ? Qui doit en être l'initiateur ? Que peut-on vraiment en espérer en terme de marché, de nouveau métier, d'innovation sociale...

- 13h30 - 14h30 : **partage des pistes en "plénière**  
Synthèse et perspectives futures de l'expédition "Confiance numérique"

## En synthèse : les précédentes étapes de l'expédition "Nouvelles approches de la confiance numérique"

### Rappel : à propos de l'expédition "Confiance numérique"

La "confiance" est au cœur du développement des pratiques numériques, pourtant elle demeure mal connue et mal comprise. Alors que les priorités officielles, et l'essentiel des investissements, se focalisent sur la sécurité, les pratiques concrètes racontent une histoire assez différente.

Les utilisateurs tardent à adopter les solutions de sécurisation "fortes" - et les trouvent même parfois inquiétantes. Le marché des "tiers de confiance" décolle très lentement. Et dans le même temps, de très grands systèmes de confiance se créent et s'étendent sans aucune sécurité formelle : eBay, Wikipedia, les réseaux de patients, des systèmes de recommandation tels que TripAdvisor...

Or ces pratiques sont beaucoup moins étudiées par les acteurs de la "confiance numérique" que les dispositifs cryptographiques ou biométriques. C'est un manque. Les industriels de la confiance ne peuvent plus continuer de produire des systèmes que les marchés n'adoptent pas. Les grands intermédiaires commerciaux, techniques et financiers, les acteurs publics également, doivent construire des édifices de confiance qui répondent à la réalité des pratiques, des aspirations et des risques. De nouvelles opportunités doivent être explorées.

C'est pour cette raison que la Fing et la Fondation Télécom se sont réunies, avec le soutien de La Poste, pour lancer une "expédition" collective à la recherche des nouveaux déterminants de la confiance numérique. L'objectif : observer, comprendre, pour en déduire de nouveaux axes de recherche et d'innovation, et de nouvelles actions collectives réunissant les acteurs de la confiance.

Elle se donne comme objectif de produire :

- Une publication qui cartographie les pratiques, idées, tendances, usages et projets de rupture repérés dans le cours du projet
- Une série de pistes et modèles innovants et en rupture, repérées, imaginées et discutées dans les ateliers du projet
- La description de 3 à 5 "pistes d'innovation et d'action" susceptibles de produire des résultats concrets dans un avenir proche : actions collectives (rassemblant plusieurs institutions et entreprises pour accomplir quelque chose qu'elles ne peuvent réaliser seules), pistes de R&D (sujets à explorer, verrous à lever, connaissances à compléter, expérimentations à réaliser...), pistes d'innovation à court-moyen terme (pas de verrous techniques ou scientifiques majeurs)...

### Où en sommes-nous ?

Le dernier atelier (le 27 septembre dernier) a notamment permis au groupe de travail de valider et enrichir deux "pivots" qui guideront la recherche de nouvelles pistes d'innovation et de recherche dans la suite de l'expédition :

- Le fil rouge de l'expédition : *"Vers un désir de confiance ?"* Avec l'hypothèse d'une soif de confiance de la part des individus (et parfois des organisations), donc une demande forte qui renforce l'idée que de nouvelles opportunités existent ou sont à imaginer pour la satisfaire
- 4 pistes d'action identifiées : c'est à partir d'elles que vont être maintenant travaillées les "pistes hétérodoxes" de la confiance (cf ci-dessous)

## Les relations de confiance ("Trust") se nouent en tension dans des environnements de confiance ("Confidence")

Nous entendons la confiance ("trust") comme l'acte de décider / agir en situation d'incertitude sur les intentions et les compétences de l'autre. La confiance est contextuelle, et induit une dimension de risques.

Les relations de confiance se nouent dans des environnements de confiance ("*confidence*", que nous proposons de traduire par "*assurance*"). "*L'assurance*" met en scène une confiance plus générique, qui se traduit par un ensemble de dispositifs et de valeurs qui assurent des degrés de "métaconfiance". Cette "métaconfiance" a des composantes assez informelles, sociales (l'expérience, la familiarité, la réputation, etc.), et d'autres plus tangibles (le contrat, la couverture, la sanction, etc.). Ces différentes composantes font office de "garanties", de promesses sociales qui assurent que les actions (l'échange, la transaction, la mise en relation, etc.) vont se passer, normalement, d'une manière positive. Ou qu'au pire, si cela devait mal se passer, des recours seraient possibles. Le rôle de l'"assurance" (qui ne peut être réduite ici au "simple" métier d'assureur), c'est donc de réduire globalement l'incertitude, alors que la confiance, elle, est plus contextuelle.

### "Crise de confiance" : de quoi parle t-on ?

On constate une crise assez manifeste de la "métaconfiance" ("*confidence*") envers les organisations et les institutions qui sont justement censées établir et maintenir un climat de confiance. Par ailleurs, on pointe souvent la défiance des individus envers les organisations (qui par exemple me demandent ou obtiennent à mon insu beaucoup d'information), l'inverse est vrai également : les organisations ne font guère confiance dans leurs clients ou salariés lorsqu'elles établissent des relations.

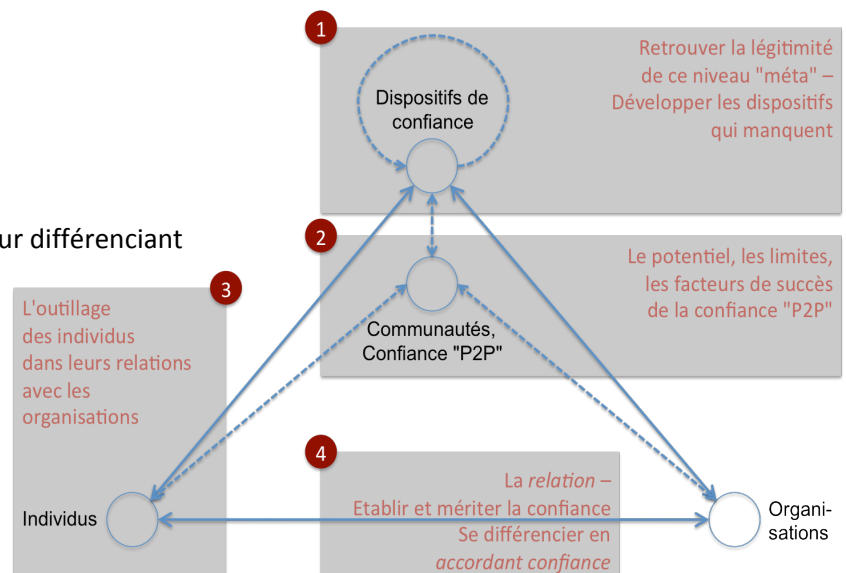
Ce constat de "crise de confiance" est cependant beaucoup moins évident du côté de la confiance contextuelle ("*trust*"), particulièrement du côté de la confiance "P2P". Au contraire même, comment interpréter par exemple les pratiques massives "P2P", qu'elles relèvent de la socialisation, l'évaluation, la transaction, la recherche ou l'octroi de financement ? D'où la formulation de cette hypothèse forte : et si nous avions plutôt un désir fort et inassouvi de confiance ?

### Vers un désir de confiance ?

La montée en puissance des dispositifs de P2P nous montre que, malgré la crise de "metaconfiance", les individus continuent d'agir en société, parfois sous des formes radicalement nouvelles. L'hypothèse proposée est que cette aspiration de confiance, insatisfaite mais incroyablement forte, a du mal à trouver son application dans les relations traditionnelles ou via les tiers de confiance habituels. D'où la tentation pour les individus de s'appuyer sur de nouveaux mécanismes de confiance souvent régis par essai-erreur par la communauté (dispositifs de "jugement" et de "promesse" par exemple, largement à l'œuvre dans le numérique). Derrière cette soif de confiance, on peut légitimement postuler sur une forme de disponibilité et d'écoute de la part des individus en recherche de mécanismes de confiance. Et qu'il y a donc de vraies réponses à inventer ou reconstruire, celles-ci pouvant venir du marché, des individus, des organisations, de la communauté...

### 4 pistes de travail sont proposées

1. L'avenir des dispositifs de confiance
2. La confiance "P2P"
3. L'outillage des individus
4. La confiance relationnelle comme facteur différenciant



## 1- L'avenir des dispositifs de confiance

### Qu'est-ce qu'un "dispositif de confiance" ?

Un tiers dont le rôle est de créer un climat propice à la confiance (réduire l'opacité, évaluer la crédibilité...)

- Dispositifs de jugement (crédibilité) : labels, systèmes de réputation, classements, guides, sites de consommateurs...
- Dispositifs de promesse, (bonne fin, recours) : "preuve", escrow services, assurances, sécurisation...

Nécessite une confiance... dans le dispositif de confiance !

### Quels sont les enjeux ?

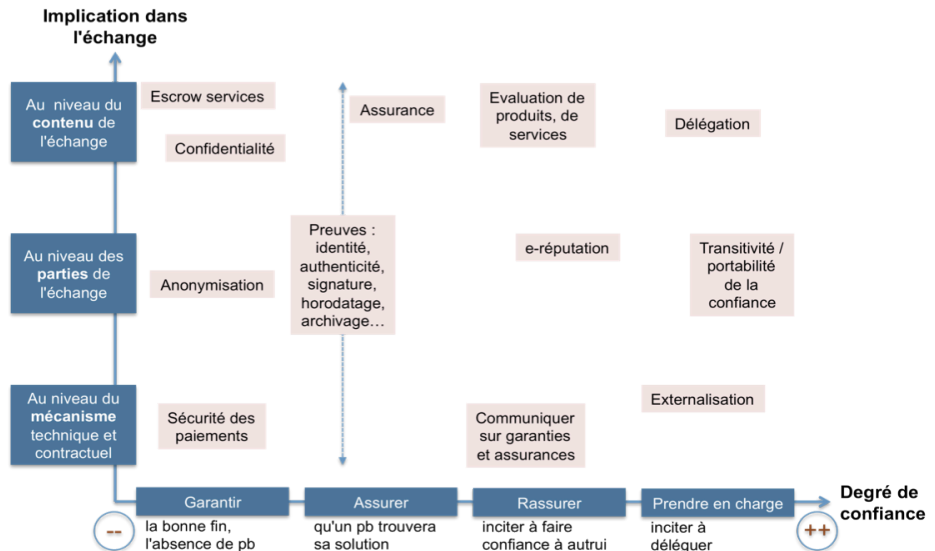
- Difficulté au décollage des métiers de "tiers de confiance"
- Crise de confiance dans les référents traditionnels (dispositifs de "jugement") : institutions, médias, experts...
- Tension entre confiance et sécurité : une société où tout se signe et se trace est-elle une société de confiance ?
- Place de ces dispositifs face à la confiance "P2P"

### 3 questions

**Les dispositifs de confiance sont-ils nécessairement gros, riches et établis ?**

**Peut-on tout couvrir, ou y a-t-il opposition entre certaines fonctions ?**

**Quelle place pour des projets différenciants, des startups, etc. ?**



## 2- La confiance "P2P"

### De quoi parle-t-on ?

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

- Communautés d'expérience (ex. forums de patients)
- Evaluation et réputation (sites de consommateurs, ratings)
- Support de transactions (place de marché, monnaie alternative)

... Par définition ou presque, cette confiance se passe de garanties "dures" : elle intervient plus en amont, et s'évalue ensuite *a posteriori*.

### Quels sont les enjeux ?

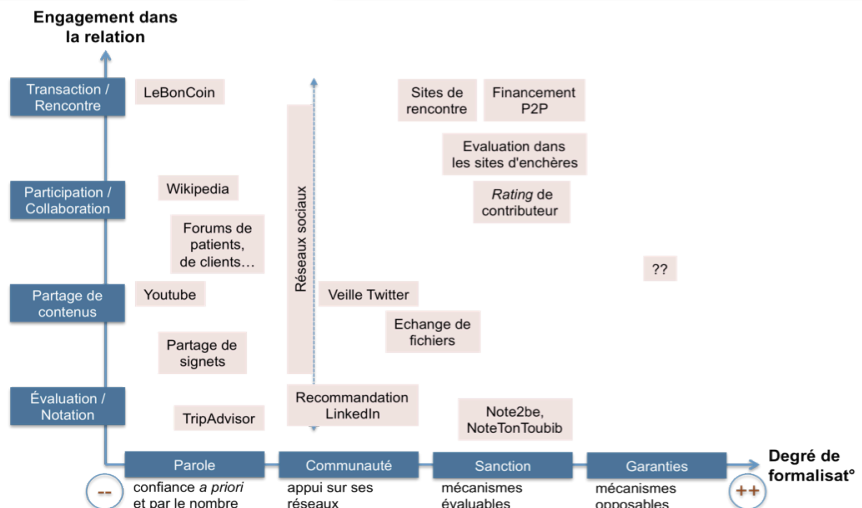
- Articulation ou concurrence frontale face aux autres "dispositifs de confiance" ?
- Place de l'expertise, des "professionnels" (de la santé, de l'info...)
- Pérennisation de la confiance : confiance dans les opérateurs des espaces P2P, et dans leurs règles de fonctionnement (faut-il des tiers de confiance au-dessus de ces espaces ?)
- Passage à l'échelle : grands nombres, pérennité, transférabilité de la confiance...

### 3 questions

**Comment la confiance dans ces environnements peut-elle se maintenir ?**

**Comment rendre la confiance P2P transférable d'un environnement à d'autres ?**

**Quelle doit être la gouvernance de ces nouveaux tiers de confiance ?**



### 3- L'outillage des individus

#### De quoi parle-t-on ?

- De technologies, existantes ou à inventer, qui permettent aux individus (seuls ou en réseau) :
  - De se trouver dans une position plus solide pour accorder leur confiance et pour évaluer si leur confiance est bien placée
  - De mieux négocier le degré de confiance qu'ils accordent aux individus, aux organisations et aux dispositifs de confiance

#### Quels sont les enjeux ?

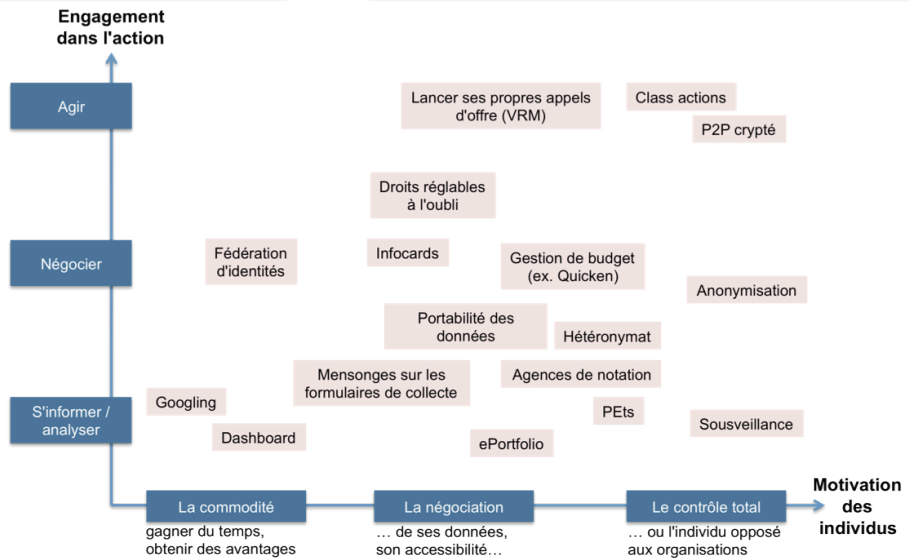
- Nourrir la confiance par, la mise en capacité, l'autonomie, la résilience et par une moins grande asymétrie entre individus et organisations...
- ... Maîtriser ses données, relations, identités...
- ... En évitant la "course aux armements" entre outils individuels et systèmes d'entreprise
- Anticiper l'émergence d'un marché de l'outillage individuel de la confiance
- Adapter les organisations à une telle situation

#### 3 questions

*Que gagneraient les entreprises à mieux outiller les individus ? Quels sont les risques ?*

*Peut-il s'agir d'un facteur de différenciation par rapport à leurs concurrents ?*

*Y a-t-il émergence d'un marché de l'outillage, et de nouveaux métiers ?*



### 4- La confiance relationnelle comme facteur différenciant

#### De quoi parle-t-on ?

- De la capacité d'une entreprise à susciter la confiance, puis à la mériter et la faire grandir
  - Attraction, fidélisation...
- De la capacité d'une entreprise à *accorder* sa confiance à un client, ou un collaborateur
  - Une prise de risque qui doit s'avérer payante

#### Quels sont les enjeux ?

- Remédier au désengagement des clients et collaborateurs lié
  - à l'industrialisation/standardisation des relations
  - au décalage des priorités organisations/individus
  - face à des individus mieux éduqués, informés, connectés
- Se différencier de manière solide par sa capacité à susciter et accorder la confiance

#### 3 questions

*Comment réhumaniser la relation sans perdre les avantages de l'industrialisation ?*

*Comment travailler avec des clients / collaborateurs libres et égaux avec l'entreprise ?*

*Comment ferait une entreprise pour partir d'un a priori de confiance vis-à-vis de ses clients et collaborateurs ?*

