



Fondation internet nouvelle génération

Marseille CMCI, 2 rue Henri Barbusse 13001 Marseille / +33 (0)4 91 52 88 26

Paris La Cantine, Galerie des Panoramas, 151 rue Montmartre 75002 Paris

Tel : +33 (0)1 40 13 64 46 / Fax : +33 (0)1 40 28 93 12

Mél : infos@fing.org Web : www.fing.org / www.internetactu.net

MATINALE FING

2 avril 2010

Expédition "les nouvelles approches de la confiance"

Comment créer des technologies et des systèmes de confiance qui correspondent aux pratiques réelles des acteurs et des utilisateurs ?

Comment éviter que la sécurité ne détruise la confiance ?

Présents

Jean-Pierre Legrand, BNP Paribas
Sophie Mahéo, Université Paris V
Henry Verdier, Cap Digital
Daniel Kaplan, Fing
Véronique Routin, Fing
Renaud Francou, Fing
Arnaud Belleil, Cecurity.com
Arnaud Savoye, Thales
Stéphane Coste, Crédit coopératif
Sylvie Galam, RATP
Geoffrey Delcroix, ministère de l'intérieur
Jean-Luc Strauss, Altran
François Rébufat, Vivagora
Guilhem Chéron, Système C

Le ton de l'expédition : la sécurité n'est pas la confiance !

La Fing a publié en 2004 [le rapport](#) "Confiance et sécurité sur les réseaux", issu des résultats d'un groupe de travail sur ce thème. Ce rapport mettait déjà en évidence quelques tensions entre sécurité et confiance, dont certaines toujours d'actualité...

Pour affirmer qu'on a confiance, on occulte en effet souvent délibérément des dispositifs de sécurité (*"J'ai confiance en toi, on se tape dans la main, pas besoin de signer un contrat"*).

Est-ce qu'on trouve des équivalents dans le numérique où on ne se connaît pas bien ? C'est une des questions centrales de l'Expédition proposée par la Fing et La Fondation Telecom.

La tendance dominante des professionnels consiste à faire de la confiance le produit naturel de la sécurisation technique et juridique des systèmes, des réseaux et des transactions. Or les perceptions et les pratiques concrètes des acteurs pointent bien souvent dans des directions différentes :

- La rencontre entre les dispositifs d'authentification forte (certificat/signature électronique, carte à mémoire, voire biométrie) et les services en ligne, annoncée depuis des années, n'a toujours pas eu lieu. Dans ce domaine, il est étonnant de constater que parmi la pléthore d'offre, c'est le plus ancien, SSL, qui a remporté le marché...

- Les utilisateurs (et même beaucoup de professionnels) arbitrent depuis des années en faveur de la simplicité et de la commodité, plutôt que de la sécurité, comme on le constate par exemple dans le domaine du paiement en ligne ;
- Les dispositifs de sécurité suscitent de plus en plus souvent... de l'inquiétude, voire de la méfiance ou de la défiance et témoignent de la montée en charge de la suspicion (cas du passeport biométrique par exemple). Trop de sécurité peut tuer la confiance ;
- Alors que les "tiers de confiance" qui se définissent comme tels, appuyés pour l'essentiel sur des systèmes de sécurité, peinent à rencontrer leur marché, d'autres émergent ainsi d'une manière plus organique ;
- Les individus eux-mêmes s'immiscent dans l'organisation des "cercles de confiance", en faisant référence les uns aux autres, en capitalisant sur leur propre réputation, en s'organisant en communautés...

A côté de ça, de très grands systèmes de confiance se créent et s'étendent sans aucune sécurité formelle : eBay, Wikipedia qui n'est pas vandalisé, les réseaux de patients, des systèmes de recommandation tels que TripAdvisor, les pratiques étonnantes sur les réseaux sociaux...

Mais cela se passe le plus souvent dans des cercles fermés : le rate ebay ne marche que sur ebay, pas ailleurs ; ça ne dit rien de votre capacité "globale" à être "digne de confiance". Y-a-t-il des conditions dans le transfert de forme de réputation, où cette forme de "transfert" serait possible ?

Une meilleure connaissance de ce qui détermine la confiance, une meilleure compréhension des usages et de la perception des usagers est nécessaire : qu'est-ce qui fait qu'on est digne de confiance ? Et si oui, à quoi ça sert ?

L'expédition : chercher les ruptures

L'Expédition propose d'explorer de manière délibérée un certain nombre de ruptures, pour en dégager des pistes nouvelles qui pourront, dans un second temps, se combiner avec les directions actuelles de la recherche et de l'innovation.

- **1^{ère} rupture : se placer du point de vue des utilisateurs.** La confiance est une perception relative à un autre, à une relation, qui conduit à agir. Le point de vue des utilisateurs n'est pas équivalent à celui des professionnels. Le besoin de "confiance" peut varier selon les contextes, les moments, les objectifs, les individus.
- **2^e rupture : se forcer à dissocier sécurité et confiance.** Il peut y avoir confiance sans sécurité, c'est le cas le plus fréquent dans le monde physique, mais il se rencontre aussi dans le monde numérique. La sécurité peut également détruire la confiance et inversement la confiance permet dans certains cas de pallier l'absence de sécurité
- **3^e rupture : explorer la confiance avec d'autres approches :** aller observer sur le marché, ou chez des innovateurs, des approches fondées sur la réputation, ou l'assurance, ou la résilience, ou l'échange entre les individus ; des dispositifs d'anonymisation ou de pseudonymisation ; des outils destinés aux individus qui visent à les aider à décider, négocier, voire contester les formes de relation, que leur proposent les organisations...

L'Expédition se déroulera en 3 étapes :

1. Veille et rapport d'étonnement

Accumuler des cas, des projets en rupture, puis les classer.

Il s'agira ensuite de les confronter avec des chercheurs, et experts, se forger une sorte de "grille de lecture"

2. Phase de divergence - élargir, identifier 15-20 pistes possibles

Via des ateliers de créativité en cercle restreint dans un premier temps, pour ensuite ouvrir au plus grand nombre.

3. Convergence

Il s'agira de produire et décrire 3 à 5 "pistes d'innovation et d'action" susceptibles de produire des travaux 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)...

Présentation de FriendsClear, par Jean-Christophe Capelli (demander à JC Capelli si on peut mettre sa présentation en ligne + se renseigner sur le pôle de compétitivité Finance Innovation)

"La confiance dans les histoires d'argent"

"Comment on mesure la confiance"

FriendClear peut se définir comme une manière de faire de la recherche sur des "Méthodes alternatives de scoring et de microcrédit".

Le service fonctionne sur un système de "Scoring", en vérifiant si la personne a bien payé ses factures dans la durée, etc.

Les emprunteurs annoncent ce qu'ils cherchent ("Je cherche 10 000 €") et les gens posent des questions pour vérifier la véracité du projet : en fonction des réponses, des gens donnent de l'argent... Avec des systèmes comme FacebookConnect, si je remplis certains critères (comme X nombre d'amis ou ne pas avoir été "grossier"), je suis mis en ligne automatiquement.

Il faut aussi s'assurer que la personne est bien celle qu'elle prétend être, ni qu'elle n'est pas interdit bancaire.

Slashdot – AdvoGato : la confiance fonctionne (un peu) par transitivité, ça marchotte, mais ça décline avec le temps

D'autres initiatives de P2P bancaires fonctionnent : Prosper.com ou Lendfriend qui fonctionne avec Paypal.

La question centrale de beaucoup de services de ce type est de savoir comment introduire des concepts de fichier positif de crédit basés sur la réputation.

Intervention d'Henri Verdier, Fondation Telecom

L'institut Télécom (anciennement GET), regroupe 5 écoles d'ingénieurs.

La Fondation Télécom travaille au développement des Telecoms en France, notamment via 1 Think Tank au sein de la Fondation, constitué à 80% de sciences de l'ingénieur et 20% en sciences sociales.

Nous sommes un temps de "synthèse créative", chère à Marc Giget, en cherchant un nouvel équilibre entre l'état des sciences, des technos, des pouvoirs, des pratiques et des valeurs.

A ce titre, l'Expédition "Nouvelles approches de la confiance" est structurante, avec l'idée que des choses se redistribuent différemment dans le numérique.

Certains chiffres sont éloquentes : 92% des gens font plus confiance à des sites comme Tripadvisor plutôt qu'à une agence de voyages pour élaborer leurs voyages.

Ou encore : 4 ans après son lancement "Grand public", 1/4 des pages vues du web américain viennent de Facebook.

Ce sont des gros changements, des mécanismes de désinstitutionalisation puissants.

>>Y-a-t-il besoin d'institutionnalisation de tiers de confiance ou P2P?

Comment alimenter les "Nouvelles approches de la confiance" ?

- La question de la transitivité de situations de confiance en cercle restreints à d'autres cercles plus étendus ("modèle eBay").
- Regarder les situations de confiance sous l'angle des "pressions" qui s'exercent.
- Dimension culturelle de la confiance :
 - les pressions seront différentes selon les cultures
 - La France est le pays où on a le moins confiance au monde
 - Les différences de vocabulaire sont à ce propos éloquentes : Trust / Faith / Confidence / Self confidence
- Travailler sur les angles de la méfiance ou de la défiance : pourquoi ça ne marche pas alors que "ça devrait marcher" ?
- Prendre en compte les "représailles" possibles autour des situations de confiance ("je peux aussi perdre beaucoup plus que mon escroquerie"). C'est aussi ça, la valeur d'1 communauté
- Le lien entre confiance sociale et sécurité sociale (protection sociale plus importante en termes de budget qu'en terme de niveau de confiance)

"Le plaisir de faire confiance" : prêter de l'argent c'est un des plaisirs ultimes ! eBay, c'est un peu ça, du plaisir, donc accéder à ce plaisir, je veux bien jouer le jeu de me faire escroquer une fois sur 50...

Creuser les dispositifs de résilience : la confiance était un capital, elle devient maintenant un actif circulant...

- Travailler sur le marchand et le non marchand (Internet mélange l'intime et le commerce)
- Confiance (dimension humaine) et anonymat
- S'intéresser à l'émergence de nouveaux dispositifs, comment ils apparaissent au fur et à mesure
- Confiance comme capital, la confiance aujourd'hui c'est un actif
- Confiance vient après le consentir : notion de consentement
- Au niveau méthodologique, il serait porteur de travailler avec des cartes????

Quels "explorateurs" faut-il emmener dans l'expédition ?

- Des anthropologues
- Des hackers
- La CDC
- Le GIE CB
- Facebook / Google
- Des boîtes de communication
- Des Associations de consommateurs
- Des gens qui travaillent sur la défiance
- Des statisticiens, des gens qui travaillent sur le scoring
- Des sondeurs
- Des géométriciens (Jean Chiche)

Il y a des personnes qui pourront intervenir et expertiser, et d'autres qu'il faut embarquer dans la durée.

Quelques références

- Ouvrage de de Yann Algard : *"La société de défiance"*
- Etude du CEVIPOF février 2010 ["Le Baromètre CEVIPOF de la confiance politique"](#)