CHAIRE CONFIANCE ET MANAGEMENT
Fondation Paris-Dauphine

DAUPHINE UNIVERSITÉ PARIS | PSL

CONFIANCE ET DIGITAL

Compte-rendu

Workshop de la Chaire Confiance et Management
Université Paris-Dauphine - 23 mars 2017

CONFIANCE ET DIGITAL

Workshop de la chaire confiance et management, 23 mars 2017

Lors de ce workshop, Henri Isaac nous a présenté l'importance de la confiance dans l'univers du digital, et les différentes étapes de sa construction.
Ainsi trois thèmes ont été abordés sur le digital et la confiance :

- Dans l'espace dit numérique, pourquoi la confiance ne va pas de soi et est particulièrement complexe à construire ?
- La mise en réseau de la société et la construction collaborative de la confiance par certaines institutions déstabilisent une grande partie des institutions historiques.
- L'arrivée de la blockchain change radicalement la question de la confiance dans l'espace numérique.

En 25 ans on est passé d'une logique traductionnelle de la confiance à une logique créée par les réseaux.

Intervenant :

Henri Isaac : Docteur en sciences de gestion, est maître de conférences à l'Université Paris Dauphine, chercheur au sein de Dauphine Recherches en Management (CNRS, UMR 7088). Il a été Directeur de la Recherche et Directeur Académique à Neoma Business School (2009-2012). Il a été Vice-Président de l'Université Paris-Dauphine en Charge du Numérique (2014-2016). Spécialiste des systèmes d'information et de l'économie digitale, ses recherches, à la frontière du champ des systèmes d'information et du management, portent sur les effets des technologies sur les entreprises et leur management. Il est l'auteur de nombreux articles dans des revues académiques comme Journal of Business Strategy, European Journal of Information Systems, International Journal of Innovation and Technology Management, International Journal of Mobile Communications, Revue Française du Marketing, Système d'Information & Management, Revue Française de Gestion. Il est l'auteur d'un rapport sur « l'Université Numérique » pour la Ministre de l'enseignement supérieur, Mme Valérie Pécresse.

Confiance et numérique

Enquête 2016 du Credoc

65% français considèrent que le numérique est important ou très important pour être intégré dans la société. Le sentiment de ne pas avoir accès au numérique est très mal vécu par les français : c'est quelque chose qui est au cœur de nos vie, puisque c'est une question d'intégration sociale. Alors même que les médias insistent sur les dangers de l'espace numérique (pirates, pédophiles...) et qu'il échappe à toutes règles.

Edouard Snowden a changé cette image en dévoilant les pratiques d'espionnage des Etats, en 2007 : en une décennie notre vision de la confiance envers les outils numériques et leurs développements a considérablement évoluée. On est dans cet environnent qui peut paraître risqué, très surveillé, mais malgré cela les transactions, échanges et relations s'y développement.

L'enquête Credoc montre que plus on a confiance en internet plus on va y faire des transactions. Sur quoi repose le manque de confiance : question de la sécurité du paiement, dématérialisation de la marchandise (ne pas pouvoir appréhender l'objet), ne pas connaître l'entreprise qui se cache derrière (dans une moindre mesure).

Un univers de confiance pure

Par exemple, quand on achète sur fnac.com, rien ne nous assure qu'on est effectivement en train d'acheter sur fnac.com. Il est extrêmement coûteux et complexe d'y certifier des identités, aussi bien pour les particuliers et que les entreprises. C'est issu des fondements d'internet, qui n'a jamais été créé pour gérer des transactions marchandes. Elles y ont été déployées, de même que les relations humaines, mais sur des infrastructures qui n'ont jamais été créées pour ça. On a dévié de l'usage initial. Il a fallu recréer un ensemble de dispositifs techniques pour recréer ce qu'on fait dans le monde physique : des tiers de confiance, qui ont autorité légale pour certifier l'identité des parties dans une transaction. C'est coûteux, généralement mutualisé.

En France, la fédération nationale des tiers de confiance, labellise des dispositifs techniques : cela montre que l'espace numérique ne peut fonctionner sans recréer ces mécanismes de confiance. La FNTC ne concerne que la partie très technique.

Pour créer d'autres mécanismes de confiance, il y a des mécanismes classiques comme la marque. Plus la marque aura investi dans la création d'une réputation plus on aura confiance.

Il y a beaucoup de créations de labels pour produire et gérer la confiance.

© 2017 H. Isaac

Il y en a de nombreux, de nature différente : certifier avis clients, transactions...
«Tiers de confiance + marque = labellisation : mécanismes qui créent de la confiance.»

Mise en réseau de la confiance

Deuxième étape de création de la confiance : mécanisme de peer to peer

Aujourd'hui, il y a une nouvelle remise en question de la légitimité de l'expertise dans le cadre de création de la confiance.
Avec le Web 2.0, chacun a pu alimenter cet espace par ses propres productions (photos, avis...), surtout depuis les smartphones. Nous créons le contenu d'internet, notamment en donnant des avis, en évaluant.
Exemple du tourisme flagrant : aujourd'hui les ouvrages experts comme le Routard sont remis en question par les avis de chacun d'entre nous : Tripadvisor.
C'est le mécanisme *peer to peer*, dans lequel ce sont les algorithmes qui classent les avis qui vont créer la confiance.
Par ailleurs, les consommateurs ont appris à reconnaître les faux : par exemple s'il n'y a que des avis très positifs mais qu'il y en a peu, ce n'est pas très crédible. Mais s'il y a beaucoup d'avis, et des + et des -, on fera plus confiance. La gestion et la structuration des avis a un rôle très important. Par exemple, l'industrie du cinéma sait au bout d'une demie journée d'avis prédire le succès d'un film.

La mise en réseau des individus que nous sommes, produit des mécanismes nouveaux de construction de confiance qui déstabilisent les institutions fondées sur des savoirs verticaux : médecin, enseignant, guide du routard...le glissement qui s'est opéré au cours de la dernière décennie prouve que les gens font d'avantage confiance à ces nouveaux dispositifs. On vit une crise de la légitimité très profonde qui explique la défiance d'un nombre de nos concitoyens envers les institutions.

Vers une infrastructure de confiance distribuée ?

Nous arrivons à un moment où les technologies permettent d'envisager des structures d'interactions qui sont mécaniquement des structures qui créent le mécanisme de la confiance.
On est à l'aube d'une révolution complète dans les mécanismes de création qui développent de la confiance.
Quelques exemples :

- Google : infra réseau centralisée
- Skype : infra réseau décentralisée : quelques serveurs (nœuds), le reste en pair à

© 2017 H. Isaac

pair. Utilisé non pas pour créer de la confiance, car utilisés surtout pour piratage car plus compliqué à fermer, les utilisateurs créent la structure du réseau.
- Bitcoin : infra réseau distribuée, maillée. Potentiellement distruptible dans la création de la confiance car possible de rendre infalsifiable les transactions. Ce qui amène à se poser la question de la nécessité des tiers de confiance.

La blockchain et la confiance

Les principes d'une blockchain

Une *blockchain* authentifie toutes les personnes du réseau (identification) mais elles restent anonymes. La transaction va être découpée en blocs, qui vont être distribués dans le réseau. Ils vont être cryptés et validés par tous les membres du réseau. Trop couteux de falsifier ou pirater dans ce cas, car la transaction est trop découpée.
DAO : *decentralized autonomous organization* : possibilité de construire et gérer des transactions sans tiers de confiance.
Nous sommes arrivés technologiquement à des frais de transaction nuls. Les tiers de confiance sont d'ailleurs en danger.

© 2017 H. Isaac

Conclusion

Deux choses qui n'ont pas encore été intégré dans la réflexion de l'économie générale :

- Mise en données du monde
- Mise en réseau du monde: interactions sociales et économiques liées au numérique donnent des nouveaux mécanismes de confiance. Une structure réticulaire peut devenir tellement efficace dans la création de la confiance que ça va changer les mécanismes classiques.

D'autres façons d'utiliser le « *blockchain* » : Les banques pour réduire les coûts de transaction. Mais déployer une telle infrastructure nécessite une puissance de calcul que nous n'avons pas. Le coût de calcul a beaucoup diminué (facteur 96 millions) mais aujourd'hui on serait en peine de gérer une bourse avec la technologie de « *blockchain* » car il y a un manque d'instantanéité. Peut-être que dans 10 ans nous aurons assez de puissance pour déployer cette technologie.

© 2017 H. Isaac

CHAIRE CONFIANCE
ET MANAGEMENT
Fondation Paris-Dauphine

Fondation partenariale Paris-Dauphine
Place du Maréchal de Lattre de Tassigny
75016 Paris
Tél. : 01 44 05 48 66
secretariat@fondation-dauphine.fr
joanna.chiapasco@dauphine.psl.eu

MAIF
assureur militant

DAUPHINE
UNIVERSITÉ PARIS

FONDATION
PARIS-DAUPHINE