



Caroline Jonneaux
Grenoble Ecole de Management
23 ans

« La défiance [numérique] est mère de sûreté »

Telle était la recommandation du poète grec Aristophane à ses contemporains. Si aujourd'hui la maxime lui préfère l'idée de prudence, la mise en garde contre une confiance aveugle de ce que l'on connaît mal demeure. Et l'omniprésence du numérique lui donne un nouveau champ d'application. Pourtant, la notion de confiance numérique est toujours plus utilisée par les entreprises. L'individu trouve-t-il alors vraiment un intérêt à renforcer sa confiance envers le digital ?

La confiance numérique, clef de voute de la performance de demain

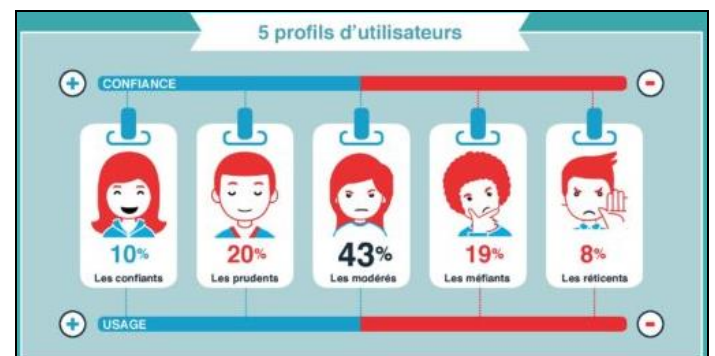
La confiance numérique est celle qu'un individu accorde à une entreprise pour la collecte, le stockage et l'exploitation de ses informations numériques d'une manière sûre. Elle est au cœur de la préoccupation actuelle de toutes les entreprises. Grâce à une bonne réputation numérique et un climat favorable de collecte de données, elle leur permet en effet de mieux cibler et de fidéliser les clients, et ainsi de bénéficier d'un fort avantage concurrentiel. L'entreprise doit consolider quatre piliers afin de s'assurer la confiance du consommateur : la sécurité ou protection « physique » des informations, la confidentialité ou le contrôle d'accès des données, le bénéfice ou la valeur que ce partage de données crée pour le client et enfin la responsabilité des usages erronés et les mesures pour y remédier. De ce point de vue, la confiance numérique représente donc un enjeu de performance dont le succès est conditionné à la capacité à rassurer l'utilisateur. De son côté pourtant, l'internaute semble peu enclin à accorder sa confiance au digital.

Un concept au service des entreprises, non des utilisateurs

Du côté du public, il semblerait plus opportun de parler de défiance. Le 21 octobre 2016, l'Acsel¹, la Caisse des Dépôts et la Poste ont présenté les résultats de la 5e édition du Baromètre de la confiance des Français dans le numérique. Celle-ci a atteint un niveau historiquement bas, s'établissant à 37% contre 40% en 2015. Le principal

frein à cette confiance provient de la crainte de la consultation des données par quelqu'un d'autre (45%) suivie de loin par la peur de l'usurpation d'identité (22%). Cela n'empêche pourtant pas les Français d'alimenter le Big Data : sur les 83% d'internautes en France, 87% des personnes connectées se connectent au moins une fois par jour malgré leurs préoccupations concernant l'usage des données par les moteurs de recherche (68% des internautes) ou par les réseaux sociaux (81%).

Ces quelques chiffres illustrent à eux-seuls le paradoxe digital. Même si les internautes ont conscience que leurs données peuvent être volées, détournées ou perdues, ils n'hésitent pas à utiliser des informations plus ou moins sensibles en ligne. Cela ne signifie pourtant pas qu'ils sont insouciant, mais seulement qu'ils considèrent les usurpations d'identité et fraudes bancaires comme des dommages collatéraux de l'usage aujourd'hui inévitable d'internet et des objets connectés. D'ailleurs, parmi les catégories d'utilisateurs, une large majorité se considère comme modérée, oscillant entre prudence et méfiance quant à leur usage de la toile.



Infographie illustrant les résultats de la 5^e édition du Baromètre de la confiance des Français dans le Numérique

Ces internautes sont convaincus que la cyber-sécurité comportera toujours des failles et que l'on ne peut accorder une confiance totale au numérique. Comment font-ils alors pour évaluer certains sites plus dignes de confiance que d'autres ?

La défiance numérique comme instinct de protection du consommateur

En matière de sécurité informatique, le risque zéro n'existe pas. Les piratages de comptes Apple ou Google² ont mis en évidence le fait que même les GAFAs, ces géants ultra-protégés qui dominent le Big Data et l'Internet of Things, ne sont pas à l'abri d'actions malveillantes sur leurs plateformes.

Dans cet environnement opaque de gestion des données, comment et pourquoi l'utilisateur devrait-il avoir confiance dans l'usage qui est fait des traces qu'il laisse sur la toile ?

Où vont ses données ? Ses informations sensibles sont-elles vraiment cryptées ? Qui peut les consulter ? Ce sont autant de questions auxquelles l'utilisateur ne recevra pas de réponses. Il devient alors logique que la défiance numérique prédomine au détriment de la confiance. Alors, pour la contrebalancer, l'e-consommateur averti qui doit laisser des informations sensibles sur un site va établir sa propre grille de fiabilité :

Infographie illustrant les résultats de la 5^e édition du Baromètre de la confiance des Français dans le Numérique



Ce comportement n'est pas infaillible et ne permet pas de se protéger intégralement des fraudes, en constante augmentation, mais il permet certainement d'en éviter.

Imaginons à l'inverse la confiance numérique comme innée chez l'individu connecté. Elle induirait le sentiment de sécurité et d'invincibilité sur la toile. L'utilisateur n'aurait alors aucune limite au partage et à l'exploitation de ses informations personnelles. Poussé à l'extrême, il serait même enclin à produire des données afin de digitaliser son existence. L'histoire de Chris Drancy³ nous montre que cette vie déshumanise l'individu, qui n'a plus à penser par lui-même car l'Internet of Things le fait pour lui. Comme il l'a lui-même expliqué ultérieurement, « je ne savais plus quelle version de moi j'étais [...] Puisque je gardais tout, je pouvais actualiser n'importe quelle version ». Ces versions reflétaient-elles son « moi » ? Non, elles n'étaient que des personnalités créées en faisant jouer des variables internes et externes à l'individu. Psychiquement détruit, il en appelle aujourd'hui à un rapport plus conscient aux technologies.

Cet exemple nous montre que la défiance apporte à l'individu un libre-arbitre indispensable pour se protéger dans le monde digital.

La défiance instinctive de l'utilisateur agit donc comme une protection supplémentaire à la sécurité imparfaite proposée par les entreprises. Toutefois, la confiance numérique, même si elle n'est pas nécessaire dans la relation entre l'individu et les plateformes numériques, reste un manque à gagner dans la pérennisation des échanges homme/machine.

Nombre total de signes de l'article : 5987

Rappel : l'article (titre + introduction + corps de l'article + conclusion) ne doit pas dépasser 6000 signes espaces compris (hors légende de l'illustration, notes et sources)

NOTES

- 1 L'Association pour le Commerce et les Services En Ligne est une organisation, regroupant professionnels et entreprises, qui se donne pour mission d'aider l'économie française à parachever sa transformation digitale. Elle réalise chaque année, avec la Caisse des Dépôts et Consignation et la Poste, une enquête sur les usages d'internet et les comportements des Français vis-à-vis du numérique.
- 2 En septembre 2015, le Palo Alto Research révèle qu'une nouvelle famille de virus parvient à intercepter des communications d'un iPhone ou Ipad avec iTunes. Plus de 225.000 comptes dans le monde auraient été piratés. Fin novembre 2016, des chercheurs révèlent le piratage de plus d'un million de comptes utilisateurs Google par le biais de logiciels qui s'infiltrèrent dans les téléphones Android.
- 3 Chris Drancy est devenu « l'homme le plus connecté du monde » après avoir décidé en 2008 de mesurer toute sa vie, en générant et exploitant toutes les données possibles de son existence afin de l'optimiser (sommeil, pouls, événements personnels majeurs, régime alimentaire, paramètres de son environnement...il faisait jouer toutes ces variables afin d'atteindre une vie « optimale »). Par exemple, sa maison hyper-connectée adaptait la luminosité en fonction de son humeur ou de l'intimité entre les personnes présentes ; son portable lui envoyait une notification lorsqu'il entrait dans un fast-food pour l'en dissuader...
Ayant perdu le contrôle de sa vie, souffrant d'anxiété mêlée d'un sentiment de forte vulnérabilité (remplaçant petit à petit son sentiment initial d'être un surhomme), il a décidé au bout de quelques années de mettre fin à ce mode de vie, psychologiquement détruit.

SOURCES

- **5^e édition du Baromètre de la confiance des Français dans le Numérique, par l'Acsel, la Caisse des Dépôts et La Poste**
<http://www.caissedesdepots.fr/5eme-edition-du-barometre-de-la-confiance-des-francais-dans-le-numerique>
Infographie de cette étude : <http://www.acsel.asso.fr/wp-content/uploads/2016/10/INFOGRAPHIE-BAROMETRE-CONFIANCE-2016.pdf>
- **Publication du cabinet de consulting Accenture sur les Quatre Clés de la Confiance Numérique**
<https://www.accenture.com/fr-fr/insight-accenture-four-keys-digital-trust>
- « **Vers une crise de confiance numérique ?** », Jean Dominique Seval & Vincent Bonneau, *Les Echos*, 23 septembre 2016
- « **Assises 2016 : confiance ou défiance numérique ?** », Emmanuelle Lamandé, octobre 2016
<https://www.globalsecuritymag.fr/Assises-2016-confiance-ou-defiance,20161006,65965.html>
- « **L'homme le plus connecté du monde s'est fait dévorer par ses données** », Claire Richard, *L'Obs Rue89*, 9 septembre 2016
- **Données du Breach level Index (suivi d'actions malveillantes et d'utilisation frauduleuse des données)**
<http://breachlevelindex.com/>
- « **iPhone/iPad : 225 000 comptes Apple piratés** », Arnaud Journois, *Le Parisien*, 2 septembre 2015
- « **Android : plus d'un million de compte Google piratés** », Anaëlle Grondin, *Les Echos*, 30 novembre 2016