

SOMMAIRE

PRÉFACE 9

Olivier Meier

PARTIE 1. FAIRE CONFIANCE À QUI, À QUOI ? 17

**Chapitre 1. Faire confiance à des inconnus. Les cinq paradoxes
d'une problématique amplifiée par la digitalisation 19**

Yann Levy

Introduction 19

1. La confiance en sciences de gestion 20

2. Réseaux sociaux et communautés virtuelles. Vers une reformulation
du concept..... 26

3. Plateformes et membres, les dérives d'une confiance double 34

Conclusion..... 41

Chapitre 2. Musique, machine, méfiance ? 49

Elizabeth Couzineau-Zegwaard, Nicolas Anne et Olivier Meier

Introduction 49

1. Confiance dans l'oreille, défiance dans le codage 52

2. Confiance dans l'algorithme, défiance dans le programmeur 58

3. La naissance du cyborg..... 64

4. Le <i>streaming</i> musical à l'ère du cyborg : innovation ouverte et régulation des controverses	69
Conclusion.....	71

Chapitre 3. Les relations de confiance dans l'innovation en matière de produits et services : le cas des véhicules autonomes 75

Fabio Antonialli

Introduction	75
1. Véhicules autonomes – de la fiction à la réalité.....	77
2. Le dilemme de la confiance pour les VA : le trépied « lois – technologie – usagers »	85
Conclusion.....	91

PARTIE 2. LA CONFIANCE COMME MOTEUR DES CHANGEMENTS 97

Chapitre 4. Confiance en soi : la clé vers plus d'inclusion dans le leadership ? 99

Audrey Rochas

Introduction	99
1. Confiance en soi : de quoi s'agit-il ?	101
2. Un révélateur d'inégalités	107
3. Favoriser l' <i>empowerment</i> des équipes en développant la confiance en soi.....	114
Conclusion.....	123

Chapitre 5. Sauver la face durant les crises *corporate* pour préserver la confiance. L'apport managérial de la recherche en communication de crise 127

Christophe Piar

Introduction	127
1. La confiance des parties prenantes mise à mal par les crises <i>corporate</i>	132
2. Préserver la confiance : la recherche de la stratégie de communication de crise optimale.....	140
3. La mise en œuvre de la stratégie de communication de crise : la préservation de la confiance se joue sur la forme et sur le fond..	149

4. La confiance comme construction sociale : la nécessité de dépasser une approche trop centrée sur l'entreprise confrontée à la crise.....	156
Conclusion.....	161
Chapitre 6. Les trahisons de l'assiette	169
<i>Laurent Tarnaud</i>	
Introduction	169
1. Les nourritures de nulle part	173
2. La nourriture d'ici.....	181
3. Trahison ?.....	188
Chapitre 7. Restaurer la confiance dans un contexte polycrise : la confiance comme relation au monde	197
<i>Anne Vaal</i>	
Introduction	197
1. La crise environnementale met à mal la confiance à trois niveaux .	199
2. La manifestation de la défiance : la chasse au <i>greenwashing</i>	202
3. La confiance comme relation au monde : l'imaginaire social en action.....	205
Conclusion.....	210
POSTFACE. OMNIFIANCE : LA CONFIANCE DANS UN SYSTÈME D'INFORMATION DÉCENTRALISÉ ET INTELLIGENT POUR DES RELATIONS DURABLES ET SÉCURISÉES	213
<i>Rami Alkhudary</i>	
Perspectives multidimensionnelles sur la confiance	214
Le partage d'informations : un enjeu de confiance	216
Renforcer la confiance dans les systèmes d'information décentralisés et intelligents	218
Conclusion.....	220
PRÉSENTATION DES AUTEURS.....	227