

La transparence nuit-elle à la sincérité dans réseaux sociaux d'affaires ?

 28 NOVEMBER 2011 BY BERTRAND DUPERRIN  2 COMMENTS ET 9 REACTIONS

Résumé : les réseaux sociaux, spécialement en matière d'affaires, nécessitent la confiance et la confiance nécessite la transparence. Cette vérité admise de tous supporte-t-elle des exceptions ? Visiblement oui. Parce que la transparence encombre l'échange d'éléments qui parasitent sa qualité, amènent à des décisions irrationnelles au regard de la qualité intrinsèque de la proposition d'affaire... Bref, la transparence nuit à la sincérité. L'exemple d'une plateforme de réseau d'affaire anonyme nous questionne donc des questions telles que : confiance dans l'individu vs dans le système, anonymat vs impossibilité d'être identifié et, au final, nous amène à nous demander si trop de transparence et trop de "people centricity" ne sont pas contraire à l'objectif de l'établissement d'une relation d'affaire.

Cela fait quelques temps qu'on parle de la possibilité d'être ou non anonyme sur un réseau social. Certaines plateformes, comme Google +, veulent obliger les gens à y utiliser leur véritable identité et non un pseudo, là où d'autres laissent le choix à chacun. Au delà de ça, il y a aussi les us et coutumes, la "bienséance sociale" qui, selon les outils, encourage telle ou telle pratique. Il y a pleins de raisons d'avoir un pseudo sur twitter (ne serait-ce qu'à cause de la limite de 140 caractères...), ça peut sembler déplacé sur Facebook et totalement hors de propos sur LinkedIn.

Maintenant, si on m'avait posé la question il y a quelques semaines j'aurais dit que je suis favorable à l'utilisation des vraies identités. Ayant une utilisation plutôt professionnelle de tous ces outils, j'aime savoir à qui je parle. De la même manière même si je peux accepter de "liker" la page d'une marque, hors de question de devenir "ami" avec elle lorsqu'elle détourne le profil utilisateur à des fins autres que celles pour lequel il a été prévu. Quant à twitter je fais la différence entre "pseudo non indentifiable" et "pseudo identifiable" : on peut utiliser un pseudo pour différentes raisons (marque personnelle, séparation de plusieurs thématiques et activités qui y sont relatives) tout en ne cachant pas l'identifié de la personne qui est derrière.

Alors bien sur, il y a le cas de régimes politiques un peu "spéciaux", les risques liés à la profession etc... qui peuvent créer des exceptions légitimes. Mais, a priori, j'aurais dit préférer que l'identité de tout interlocuteur soit clairement identifiable. C'était jusqu'à une rencontre qui a eu lieu début septembre.

BLOC NOTES DE BERTRAND DUPERRIN

Bloc-Notes de Bertrand Duperrin

28 novembre 2011
Publié sur duperrin.com

Un ami vient me trouver et me dit "je dois te montrer un truc...un réseau social anonyme". "Un quoi ?". "Un réseau social fondé sur l'anonymat". En temps normal je me serai écroulé de rire mais connaissant bien la personne en question je me suis dit qu'il fallait peut être que je lui accorde quelques minutes pour qu'il me montre sa découverte.

Il s'agit d'un réseau social professionnel, de type LinkedIn ou Viadeo mais avec une différence notable. On s'y inscrit sous son vrai nom, qui est d'ailleurs validé, et plutôt que retrouver ou inviter son réseau sur la plateforme, on partage juste les noms des personnes qu'on connaît. On ne donne à l'outil que les noms (qui n'ont qu'une valeur relative), pas les coordonnées ou emails des personnes. Si, par exemple, je dis que je connais [Anthony Poncier](#), Directeur chez Uséo (exemple pris au hasard), toute personne qui cherche à le rencontrer devra passer par moi (ou une autre personne connaissant Anthony), m'expliquera pourquoi il veut le contacter. Démarre une discussion qui a pour but, pour moi, de valider que cette demande a du sens et de la valeur pour Anthony. Et ce de manière anonyme (je ne connais pas le nom du demandeur...qui ne sait pas qu'il me parle à moi). Je peux décider que ça n'en vaut pas la peine et stopper la conversation ou alors décider qu'au contraire ça a du sens. A ce moment là on peut décider de faire tomber l'anonymat, procéder à la mise en relation, voire discuter des conditions de cette dernière (commissionnement par exemple).

Pourquoi l'anonymat ? J'ai pu en discuter avec [Philippe Mangeard](#), le fondateur de [JKPM](#), la plateforme en question.

Son idée part d'un principe : la timidité relationnelle. Quand on connaît la personne on est amené à agir de manière irrationnelle relativement au contexte d'affaire. Ne pas oser dire non, ne pas oser tout dire parce que c'est toujours plus difficile de parler de ses projets ou enjeux avec des gens qu'on connaît...et qui connaissent ceux qu'on connaît, on peut ne pas oser aborder une personne ou en écouter une autre parce que, a priori, elle n'a pas l'air de tirer dans la même catégorie que nous etc... Bref, autant de nuages qui perturbent la relation d'affaire dont le seul objectif est : obtenir un rendez vous pour faire un deal. Si le concept est bon peu importe la personne...pareil s'il est mauvais. Bref, la transparence nuit à la sincérité.

En somme, la transparence sur l'identité des uns et des autres est un frein à une relation business saine et positive, amène à faire des choix contre-nature ou refuser de "bonnes opportunités".

Surprenant ? C'est ce que je me suis dit. Mais au final c'est vrai : on en dit souvent plus à des inconnus qu'à des très proches. Pour une raison : la relation est troublée, parasitée, par trop d'éléments subjectifs qui au final jouent contre l'objectif des participants.

Et la confiance là dedans ? C'est un des piliers de tout dispositif de réseautage social et on a bien du mal de voir comment elle peut exister dans l'anonymat. C'est un sujet auquel je continue à réfléchir mais je vois quelques premières explications :

BLOC NOTES DE BERTRAND DUPERRIN

Bloc-Notes de Bertrand Duperrin

28 novembre 2011
Publié sur duperrin.com

- la confiance peut être déportée vers le système. Je ne connais pas la personne pour l'instant mais elle a du montrer patte blanche pour montrer.

- anonymat ne veut pas dire identité cachée. D'abord, à un moment donné, on peut faire tomber l'anonymat. Ensuite, ça n'est pas parce que je ne connais pas le nom de la personne qu'elle n'est pas identifiable. Le "système" la connaît. Cela passe, bien sur, à terme par une bonne gestion de l'identité numérique.

Extrapolons un peu aux réseaux sociaux internes maintenant.

99% des projets le prouvent, toute personne doit y être connue et identifiée avec son vrai nom. Mais les 1% qui restent sont tout aussi intéressant.

J'ai par exemple vu un projet où, pour que les personnes ne craignent pas de donner leur avis, l'anonymat était la règle. Ensuite les plus "brillants" ont été invité à rejoindre un groupe exclusif, non anonyme. Dans un autre cas le choix était laissé libre à chacun et, au final, même ceux qui ont pris des pseudos se sont rendus identifiables. Le pseudo n'était pas un outil de dissimulation mais, au contraire, de rapprochement. Il faisait passer un message.

Je terminerai avec cette entreprise qui organisait des "foires aux idées" il y a des années. Pas sur un outil en ligne, mais "en vrai", en réunissant les gens dans un contexte un peu spécial (déguisements, mise en scène). Alors que je manifestais mon étonnement on m'a répondu : "un ouvrier aura du mal à aller voir le directeur des process worldwide pour dire "votre truc est perfectible et j'ai quelques idées"". Mais Dark Vador peut très bien le dire à Blanche Neige....

Quelles conclusions en tirer ? Elles ne sont que parcellaires à l'heure où j'écris mais :

- tout bon principe a ses exceptions
- il y a une différence entre anonymat et non identification
- la confiance peut se déporter de la relation interpersonnelle vers le système
- le "halo personnel" qui entoure l'identité de chacun peut nuire à la qualité de la relation d'affaire en faisant passer la personne devant la valeur intrinsèque de la proposition
- les dispositifs d'identité numérique vont devenir essentiels aux réseaux hors entreprise qui, eux, bénéficient de leurs propres dispositifs d'identification.

La transparence nuit elle à la sincérité ? Une question dont nous n'avons pas fini de parler. Une chose est sûre, elle semble loin des préoccupations des principaux intéressés. Regardez Marc Zukerberg se prendre les pieds dans le tapis et répondre à côté du sujet :

