



DAVID QUANTIN
membre du comité exécutif
du Groupe Matmut en charge
de la direction du numérique
et de l'innovation

« Dans le numérique, se savoir résilient est un puissant levier de confiance »

Il est l'espace de tous les possibles, là où s'organise une part toujours croissante de nos existences. Collaborer, s'informer, accéder aux services publics, gérer son argent, sa santé, ses contrats d'assurance... Le numérique, sous toutes ses formes, infuse notre quotidien. Pour le meilleur – accessibilité, rapidité, etc. – mais pas seulement. Il est aussi, c'est le revers de la médaille, le lieu de tous les risques. On s'y fait voler ses données, pirater sa boîte mail, berner par de fausses nouvelles. On peut y être victime de chantage, d'escroquerie, de harcèlement... Un éventail de menaces aujourd'hui potentialisé par l'IA. Et qui inquiète : dans le baromètre 2025 de l'Association de l'économie numérique (Acsel), seuls 44 % des Français disent avoir confiance dans l'utilisation d'Internet. D'ailleurs, 46 % déclarent avoir déjà été victimes d'une escroquerie en ligne.

Le numérique serait-il dès lors, par essence, un territoire voué à la méfiance ? Peut-on imaginer le fiabiliser, y faire reculer le soupçon ? Et quelle posture intellectuelle, quels réflexes concrets adopter pour y évoluer sereinement ? **Éléments de réponse avec David Quantin, membre du comité exécutif du Groupe Matmut en charge de la direction du numérique et de l'innovation de la Matmut.**

Pour commencer, comment expliquer que la confiance soit un sujet si sensible lorsqu'on parle de numérique ?

Parce que le numérique s'est diffusé à l'essentiel de nos vies ! Il en résulte des sociétés hybridées, ultra dépendantes au numérique. Or qui dit dépendance dit vulnérabilité... et donc besoin de confiance.

Celle-ci, justement, semble faire défaut... Est-ce le signe d'une bascule, d'un nouveau pessimisme à l'endroit du numérique ?

Je ne le pense pas. La confiance n'est pas une donnée linéaire : c'est une dynamique qui connaît des cycles. Historiquement, le numérique a d'ailleurs subi d'autres crises de confiance. Pensez aux débuts de l'e-commerce : nombreux étaient les internautes extrêmement réticents à communiquer leurs données de carte bancaire en ligne. Aujourd'hui, c'est une routine pour la majorité des gens. La confiance s'installe puis reflue au gré des grandes étapes de la révolution numérique. Elle a chuté au moment de l'éclosion de la bulle Internet, en 2000, avant de remonter ensuite.

Et qu'est-ce qui caractérise le cycle de défiance actuel ?

L'IA, assurément. C'est la dernière grande innovation technologique, et elle change beaucoup de choses. Avec l'IA, générative notamment, le fameux « Je crois ce que je vois » de Thomas d'Aquin n'est plus possible... La confiance en prend forcément un coup !

En quoi la confiance numérique est-elle un sujet pour la Matmut ?

L'assurance s'est beaucoup numérisée ces quinze dernières années. À la Matmut par exemple, plus d'un tiers des nouvelles souscriptions Santé se font 100 % en ligne. Tout contrat, tout sinistre, se traduit par un mouvement numérique... des mouvements dont on doit assurer l'intégrité et l'inaltérabilité. Et cet impératif repose sur une double confiance : celle des clients vis-à-vis de leur mutuelle, et celle des équipes vis-à-vis de notre système d'information (SI).

Justement, comment fortifie-t-on la confiance numérique ?

Outre la protection contre les attaques extérieures, la confiance passe ici par deux concepts forts : l'autonomie stratégique, et la résilience numérique. La première est l'équivalent, pour l'entreprise, de ce qu'est la souveraineté pour l'État : c'est pouvoir choisir ses outils, avoir la main sur ses données, en toute indépendance. Cette ambition est aujourd'hui contrariée par une réalité : nous sommes coincés entre deux empires numériques, la Chine et les États-Unis, dont nous sommes technologiquement dépendants. Quant à la résilience numérique, c'est être capable de se remettre d'un incident ou d'un crash numérique. Pour une organisation et ses membres, se savoir résilient est un puissant levier de confiance.

Comment, à la Matmut, vous y prenez-vous ?

La confiance se vit et se démontre. Nous travaillons donc notre résilience comme le font les sportifs : en nous entraînant. Concrètement, nous basculons toute l'activité numérique d'une salle à l'autre, et ce tous les 4 mois. Cela permet de tester nos serveurs, groupes électrogènes, équipements réseaux, etc. Une fois par an, dans une troisième salle ailleurs en France, nous nous exerçons à reconstruire de zéro toute l'architecture numérique de la Matmut, pour être prêts si la situation devait l'exiger.

La confiance n'est pas une donnée linéaire : c'est une dynamique qui connaît des cycles.

Aux côtés des machines, le facteur humain est fondamental...

Absolument. La question de l'humain est souvent l'un des angles morts lorsqu'on parle de fiabilité numérique. Pas à la Matmut ! Nous avons fait le choix de disposer de toutes les compétences requises en interne, sur l'ensemble des sujets. Investir dans le savoir-faire est dans la culture de l'entreprise. C'est le sens, notamment, de la formation aux risques, à l'instar du phishing (hameçonnage) : en deux ans, le pourcentage des collaborateurs trompés par les mails frauduleux est passé de 14 % à... 1 %.

Plus généralement, en tant que citoyen, comment réagir face à un numérique qui change si vite ?

On ne peut plus être aveuglément confiant, mais on ne peut pas être absolument méfiant. Une troisième voie ? Réhabiliter le doute. Mais un doute qui serait attentif, raisonnable et informé. Ce qui m'amène à la seconde nécessité : il faut pouvoir comprendre comment les outils qu'on utilise fonctionnent. C'est pourquoi l'éducation numérique, à tous les âges, est si importante.