



# Abstract

- La technologie et le service sont les deux déterminants les importants dans la confiance. Les consommateurs doivent s'adapter aux nouvelles technologies avant de pouvoir juger s'ils peuvent accorder leur confiance. Tandis que dans le service, la confiance dépendra de l'identification des partenaires, de la résolution des problèmes de sécurité, de la préservation de la vie privée et de l'éthique, de l'honnêteté dans la facturation. Nous analyserons la confiance sous trois aspects : cognitifs, émotifs et attitudes.
- Au vu des quatre piliers sur lesquels sont construits la confiance à savoir intégrité du réseau et la qualité de service ; protection de la vie privée et des données ; protection des mineurs ; protection contre la piraterie et le vol ; que pouvons-nous faire pour relever les défis croissant de la convergence technologique et sa complexité de plus en plus exigées par les nouveaux services digitaux offerts ?