



MASTER SIC

EM SORBONNE

L'HUMAIN, ACTEUR DE LA PROTECTION DE L'INFORMATION

MASTER SIC JB 2017

SOUTENANCE DU 12 DÉCEMBRE 2018

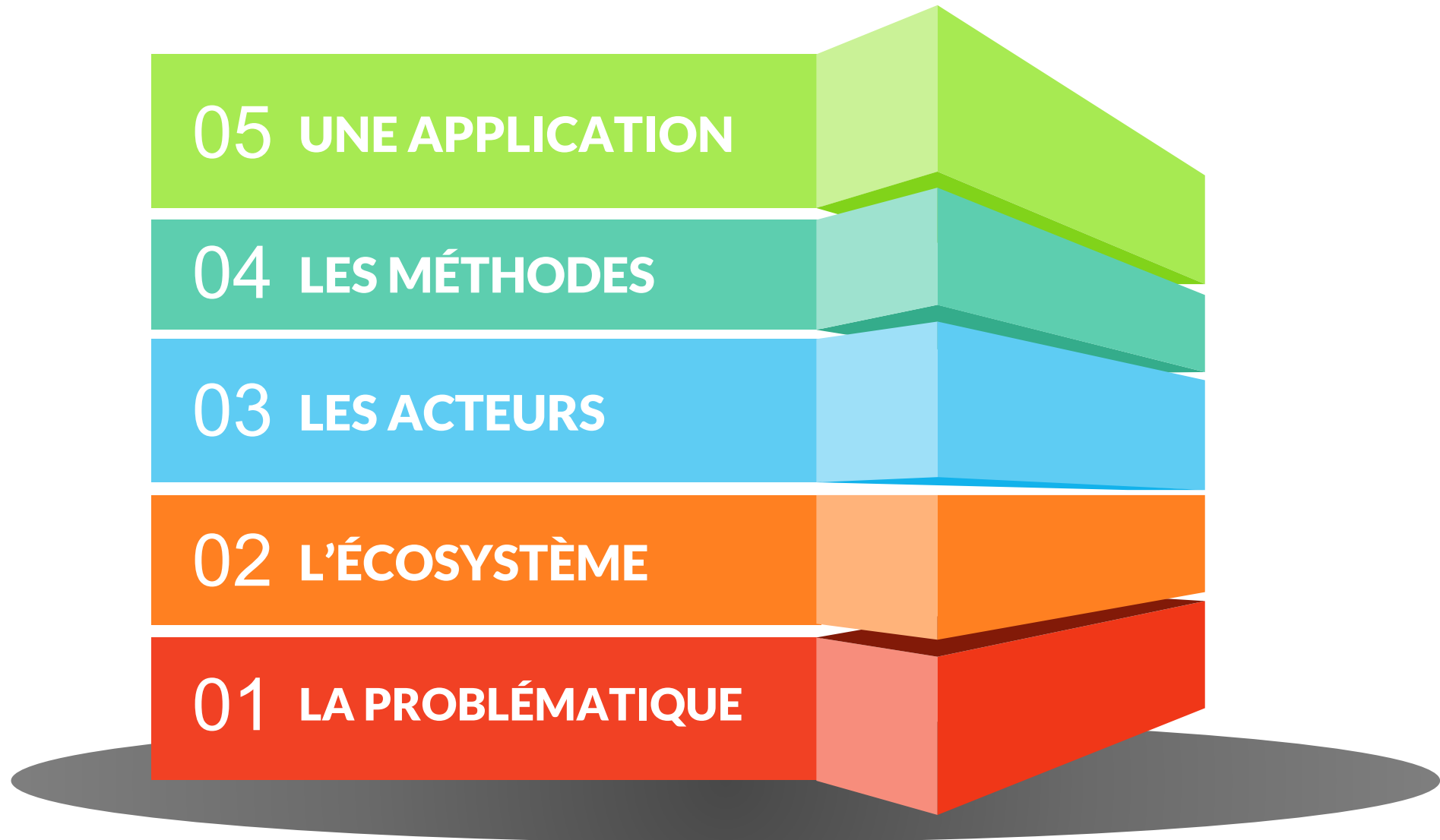
PRÉSENTÉE PAR SYLVIE DUCHARNE

DIRECTEUR DE MÉMOIRE : MONSIEUR YVES CHAUMETTE

L'HUMAIN, ACTEUR DE LA PROTECTION DE L'INFORMATION



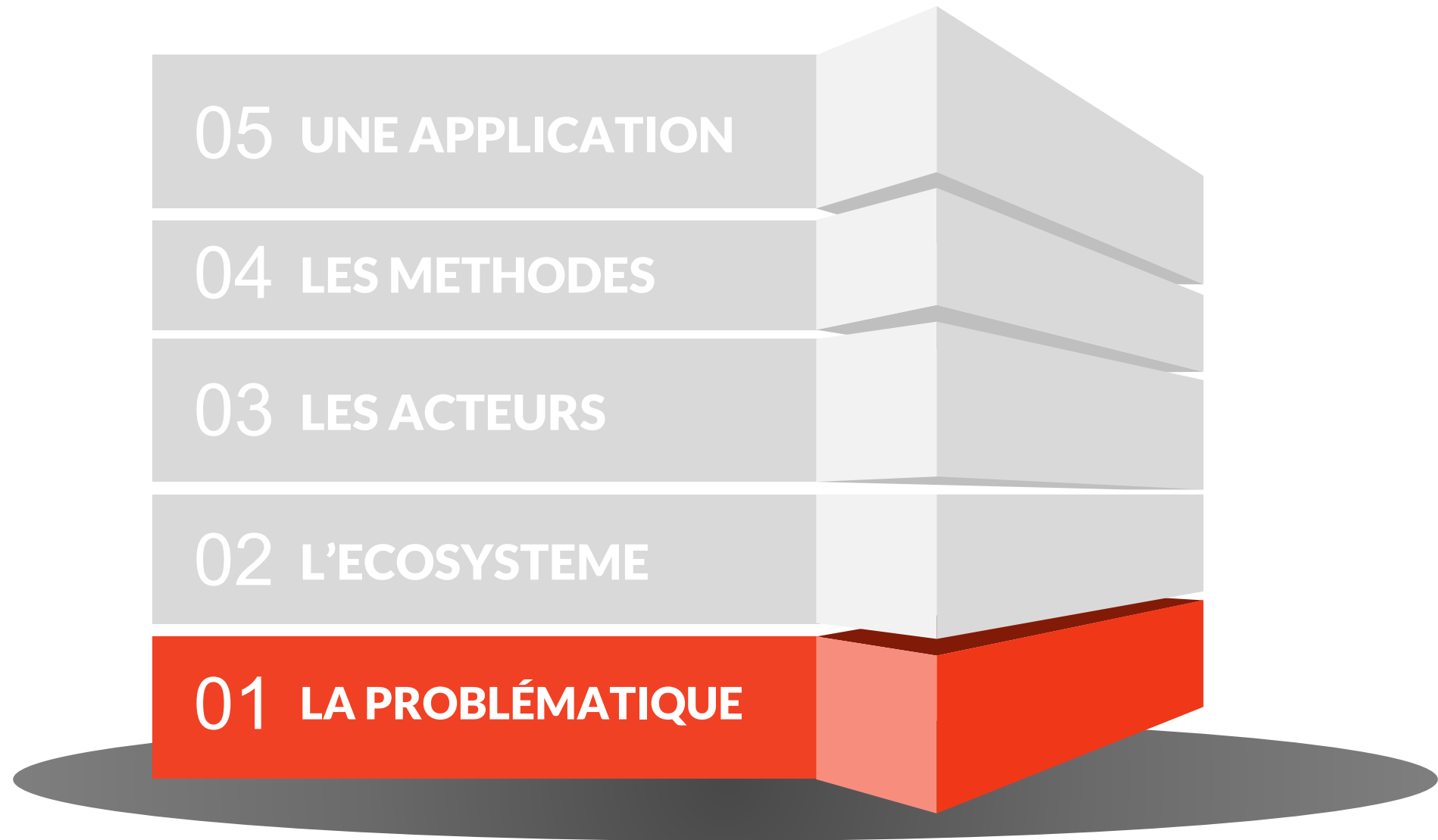
MASTER SIC
EM SORBONNE



L'HUMAIN, ACTEUR DE LA PROTECTION DE L'INFORMATION



MASTER SIC
EM SORBONNE



PROBLÉMATIQUE



MASTER SIC
EM SORBONNE

Changer de paradigme transformer un ennemi potentiel en

**humain, acteur de la protection de
l'information.**

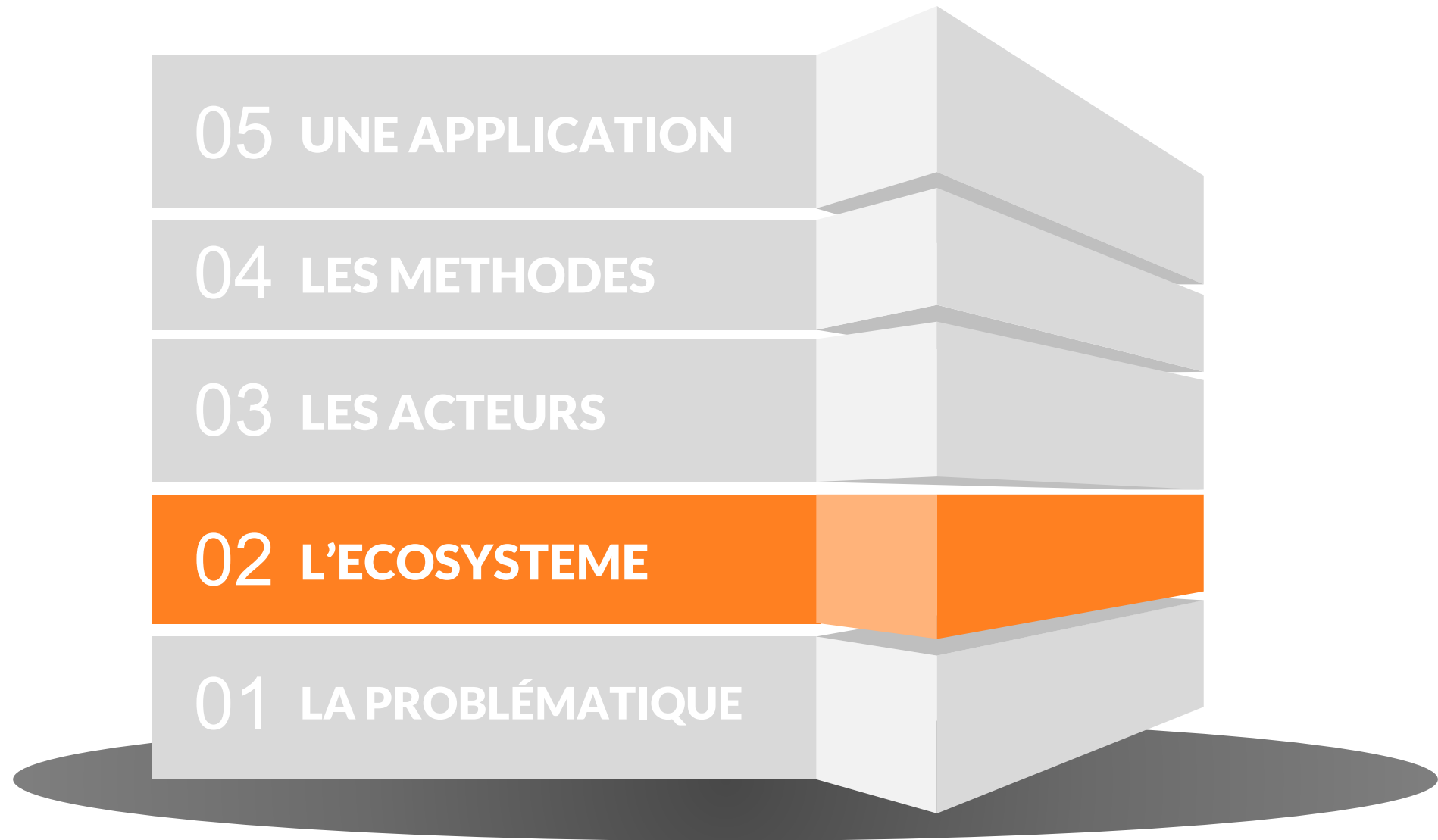
et assurer la confidentialité, l'intégrité et
la disponibilité de l'information



L'HUMAIN, ACTEUR DE LA PROTECTION DE L'INFORMATION



MASTER SIC
EM SORBONNE



NOTRE ÉCOSYSTÈME : LE CYBERMONDE



MASTER SIC
EM SORBONNE



NOTRE ÉCOSYSTÈME : LES COÛTS CONNUS ET INCONNUS

Enquête techniques
Notification client de
l'intrusion
Mise en conformité
réglementaire
Honoraires d'avocats et frais
de justice

Partie visible
Coûts financiers les plus connus

Sécurisation des données client
post-incident

Relations publiques

Amélioration des dispositifs de
cybersécurité

Partie invisible

Coûts financiers cachés
ou moins visibles

Augmentation des primes d'assurances

Augmentation du coût de la dette

Impacts liés à la perturbation ou
l'interruption des activités

Erosion du chiffre d'affaires
liée à la perte de contrats
client

Dépréciation de la valeur de la
marque

Perte de propriété intellectuelle

Perte de la confiance accordée
par le client

LES MOYENS POUR ASSURER LA SENSIBILISATION ?



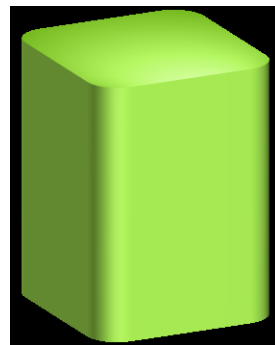
MASTER SIC
EM SORBONNE

23%

Mise en place de
solutions techniques

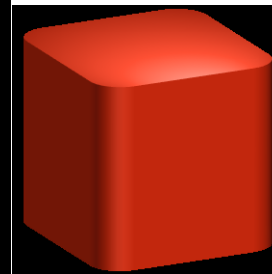
17%

Contrôles et audits



12%

Sensibilisation



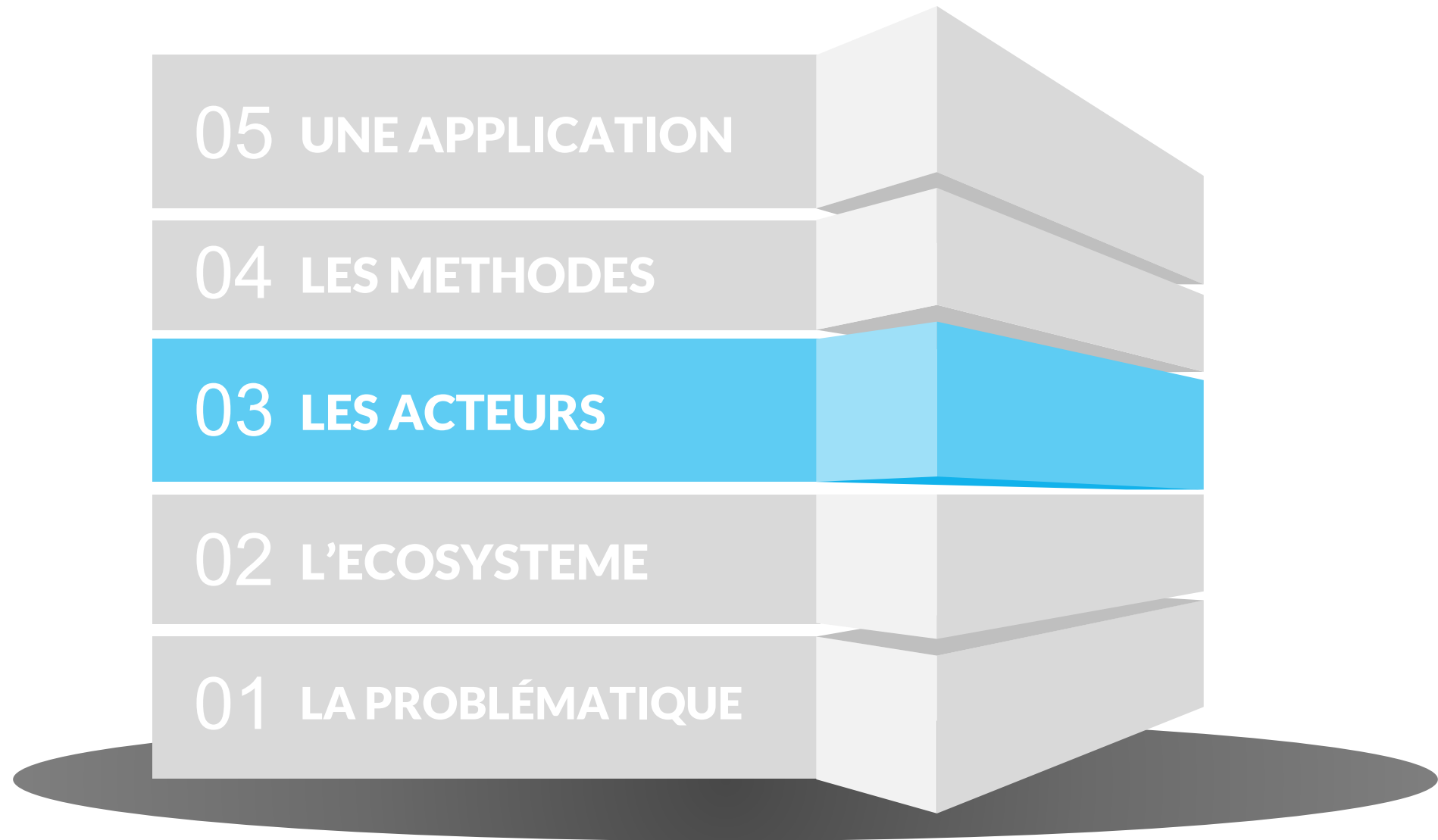
La sécurité est toujours une histoire de mise en place de solutions techniques.

Enquête **Club de la Sécurité de l'Information Français (CLUSIF)** 2018. Enquête S. Ducharne entre 8 juillet et le 10 novembre 2017. 169 réponses. # Source l'étude du cabinet d'audit et de conseil PwC en 2017 « Le marché de la cyber-assurance : la Révolution commence maintenant »

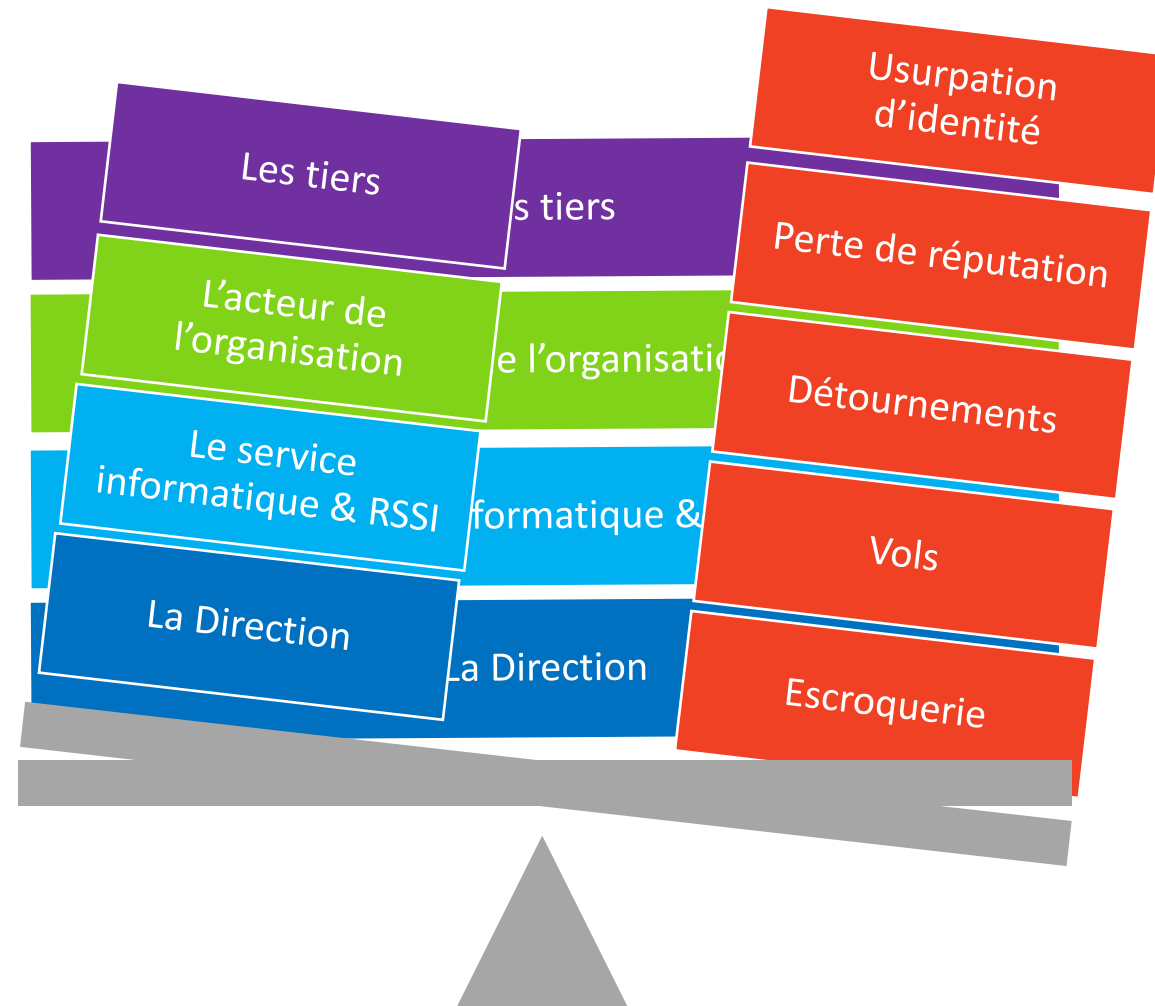
L'HUMAIN, ACTEUR DE LA PROTECTION DE L'INFORMATION



MASTER SIC
EM SORBONNE



LA FRAGILITÉ DE LA PROTECTION DE L'INFORMATION





LA DIRECTION

POINTS FAIBLES



Ces acteurs stratégiques ne sont pas sensibilisés

- La protection de l'information n'est pas prioritaire
- Pas de budget pour la sensibilisation
- Le RSSI est un subordonné du DSI

POINTS FORTS



- + Sensibilisation des acteurs
- + La protection de l'information apporte de la valeur au business
- + L'existence de campagne de sensibilisation diminue les coûts induits par les attaques de 76 %
- + Le RSSI attaché à la direction générale légitime la protection de l'information



LE SERVICE INFORMATIQUE & RSSI

POINTS FAIBLES



- Vision trop technique de la protection de l'information
- Manque de motivation et donc de disponibilité
- Surprotéger en interdisant l'accès à tout !
 - Pas de budget
- Manque de compétence en communication

POINTS FORTS



- + Être sur le terrain pour sensibiliser les acteurs
- + Relais dans l'organisation
- + Répondre au besoin du business
- + Outils gratuits, astuces, imagination
- + Formation ou délégation à un tiers



L'ACTEUR DE L'ORGANISATION

POINTS FAIBLES



- Ces acteurs ne sont pas sensibilisés
- plus de 90 % des utilisateurs professionnels sont impliqués dans une violation de données. les anciens collaborateurs sont responsables de 75% de pertes de données
- N'aime pas les contraintes de sécurité

POINTS FORTS



- + Les acteurs sont demandeurs d'information et de sensibilisation
- + Mature dans la protection de l'information
- + Accepte les contraintes avec des explications

L'ENNEMI : LE PIRATE INFORMATIQUE

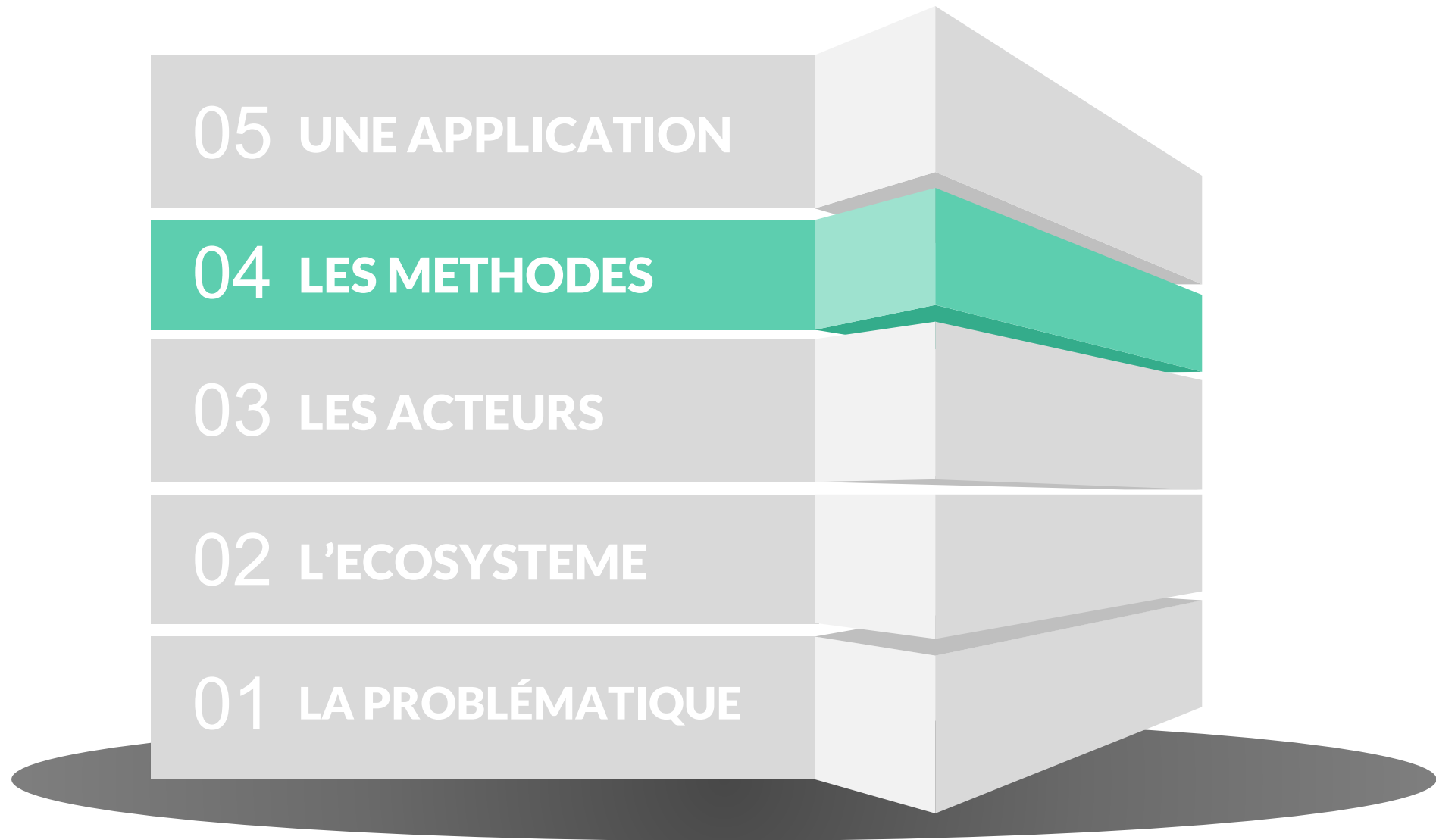


- Le « **black hat** » est le plus dangereux
- Il est motivé par **l'appât du gain (89 %)***
- Il profite des **nouvelles technologies** peu sécurisées (IoT, dispositifs médicaux)
- Il a un **bel avenir** : prévision de l'augmentation des pièces jointes malveillantes de 300 % en 2018 et de 30 % de comptes frauduleux sur les réseaux sociaux.

L'HUMAIN, ACTEUR DE LA PROTECTION DE L'INFORMATION



MASTER SIC
EM SORBONNE



LES MÉTHODES PROPOSÉES



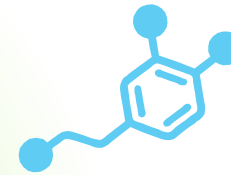
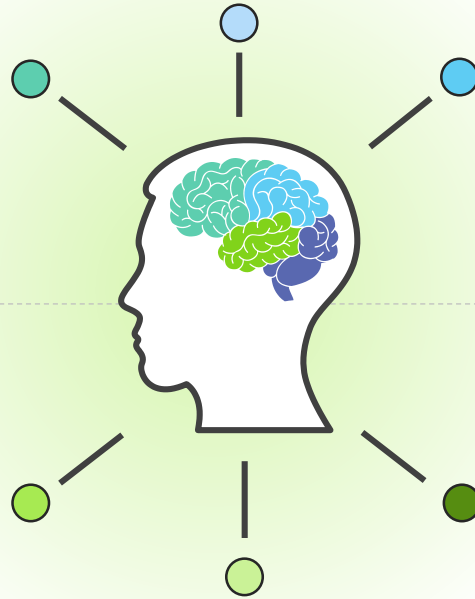
MASTER SIC
EM SORBONNE

METHODES D'APPRENTISSAGE COGNITIF APPRENDRE A APPRENDRE

ANDRAGOGIE



HEUTAGOGIE

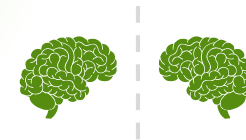


PEI
(PROGRAMME D'ENRICHISSEMENT
INSTRUMENTAL)

GENBA WALK



DESIGN THINKING



ADKAR

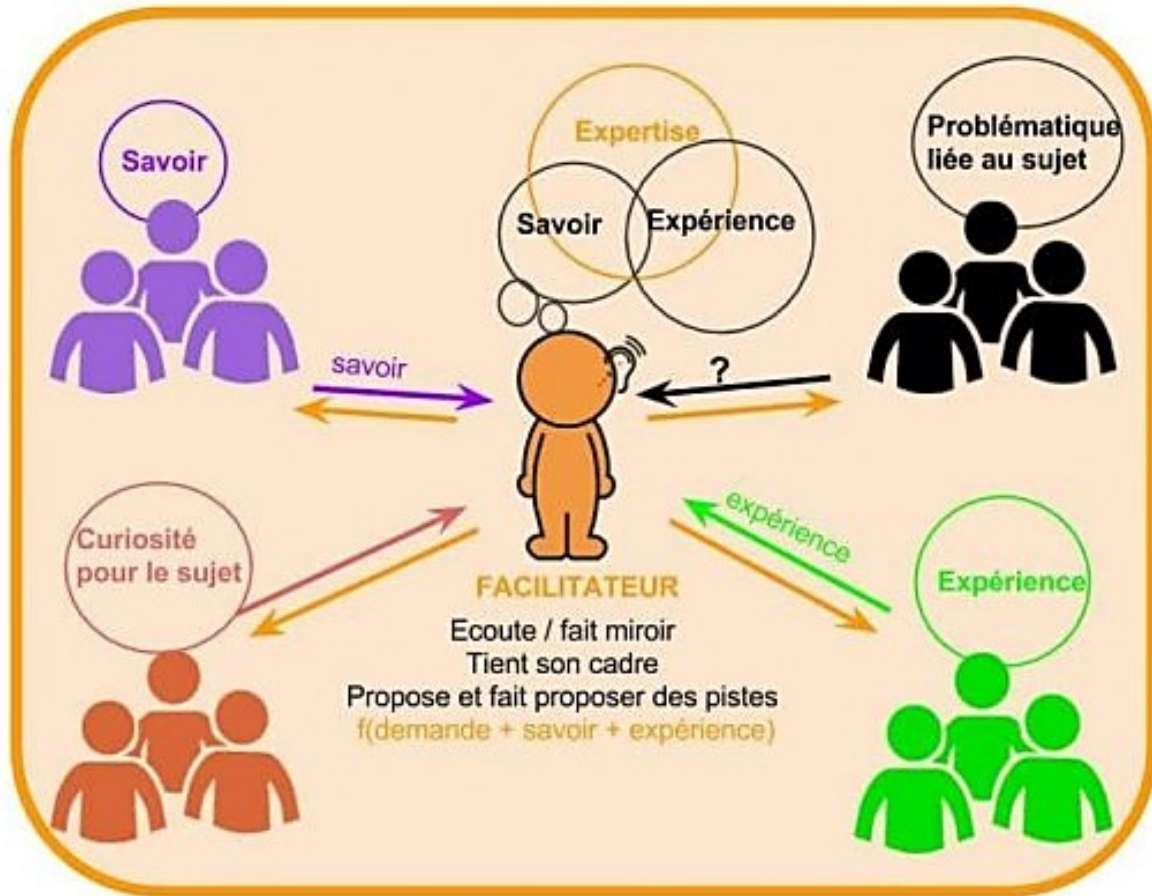
TERRAIN - CONDUITE DU CHANGEMENT

ANDRAGOGIE ≠ PÉDAGOGIE

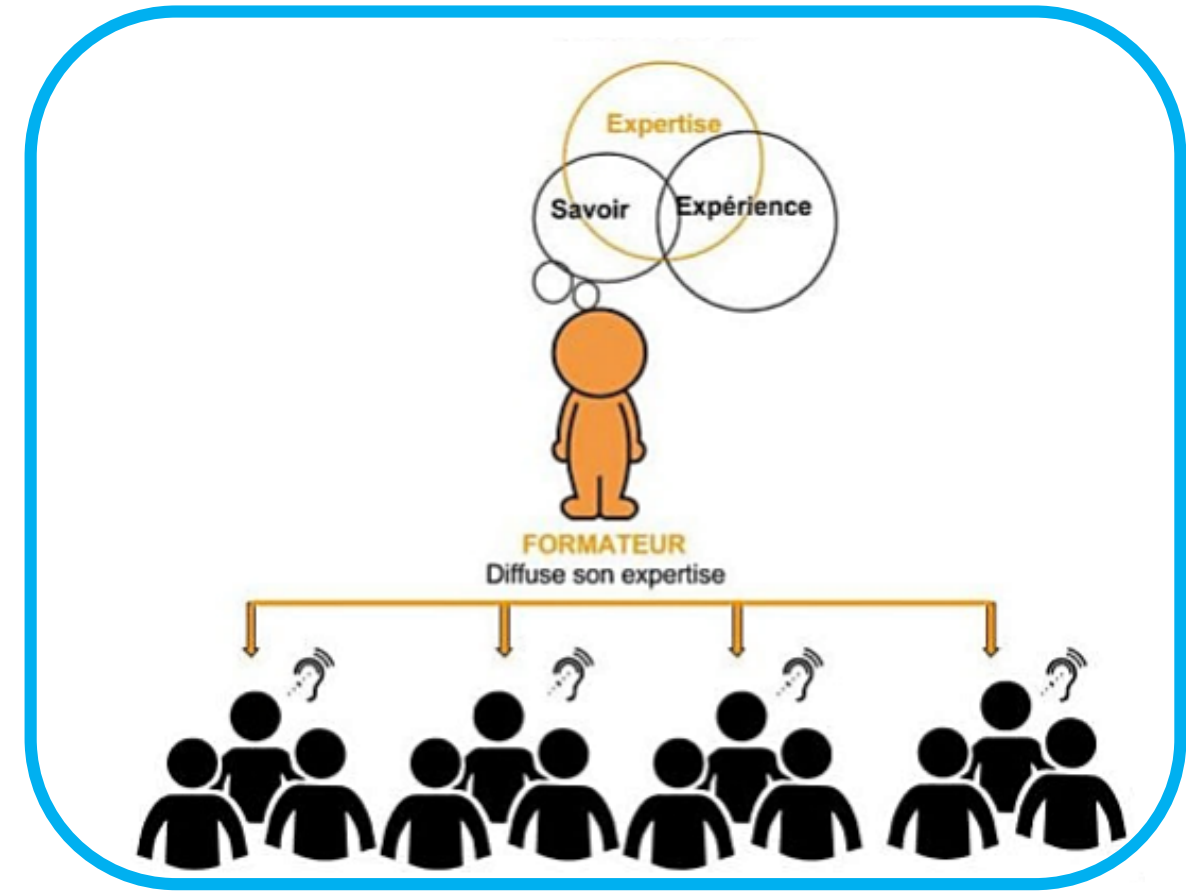


MASTER SIC
EM SORBONNE

ADULTE



ENFANT



HEUTAGOGIE (AUTO-APPRENTISSAGE)

DÉFI

L'enseignant déterminera avec l'apprenant ce qu'il souhaite apprendre et comment ses connaissances seront évaluées

AUTONOMIE

Ce schéma s'applique tout à fait à la formation en ligne, par exemple, en matière de sensibilisation à la protection de l'information (autonomie, média utilisé).

OUTILS LUDIQUES

Des outils ludiques sont utilisés pour provoquer l'apprentissage

SUPPORT

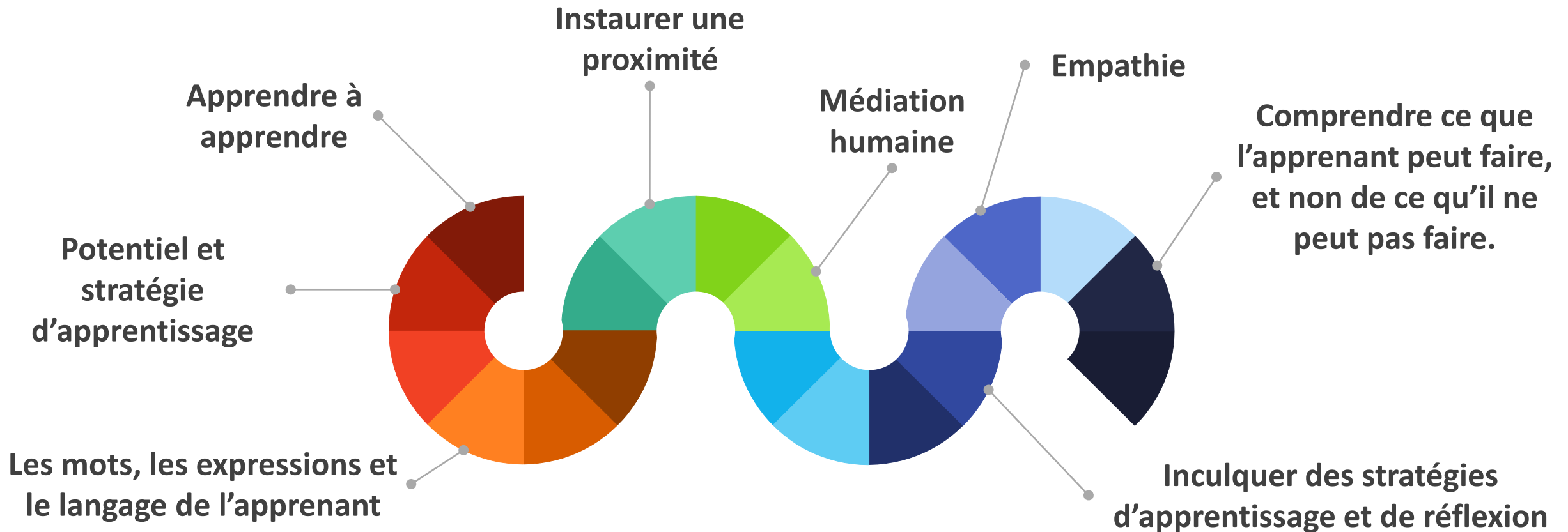
L'enseignant se situe à côté de l'apprenant pour l'encourager dans son parcours, l'éclairer sur ses difficultés et lui apporter un support.



PEI (PROGRAMME D'ENRICHISSEMENT INSTRUMENTAL)



MASTER SIC
EM SORBONNE



La valorisation de la personne est mise en avant en évitant toute mise en échec.

MÉTHODE ADKAR



MASTER SIC
EM SORBONNE

A

Conscience

Première étape : faire savoir ce que l'on va changer et les actions à mener

D

Désir

Est ce qui fait que j'ai à titre personnel envie de changement.

K

Connaissance

Les savoirs et les compétences à acquérir, à titre individuel, pour être performant une fois le changement effectué

A

Maîtrise pratique / Aptitude

Implication du management.

Evaluer la situation pour entreprendre le changement à titre individuel ou en groupe.

R

Renforcement

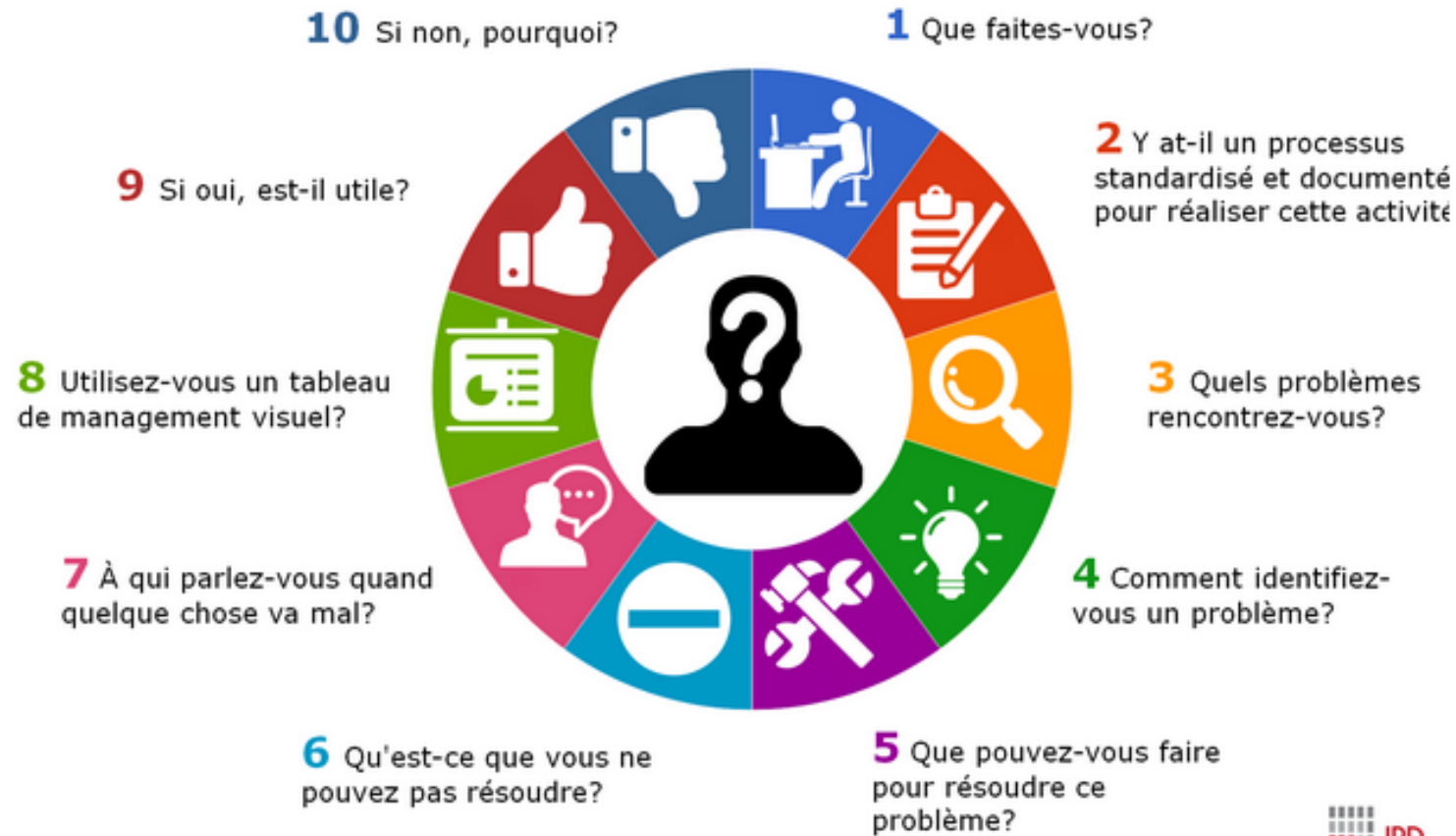
Ensemble des actions permettront de rendre pérenne le changement.

GENBA WALK



MASTER SIC
EM SORBONNE

Le Genba Walk est d'origine japonaise et cela signifie « *là où se trouve la réalité* », c'est-à-dire sur le terrain.



DESIGN THINKING



MASTER SIC
EM SORBONNE

Mieux connaître
l'audience pour qui
vous concevez le
produit ou le service

● **EMPATHIE**



IDÉATION ●

Mettre en commun
des idées et générer
des solutions créatives

DÉFINITION

Définir un raisonnement d'après les
éléments issus de l'étape Empathie

TEST

Echanger et tester
les idées de chacun

MODÉLISATION

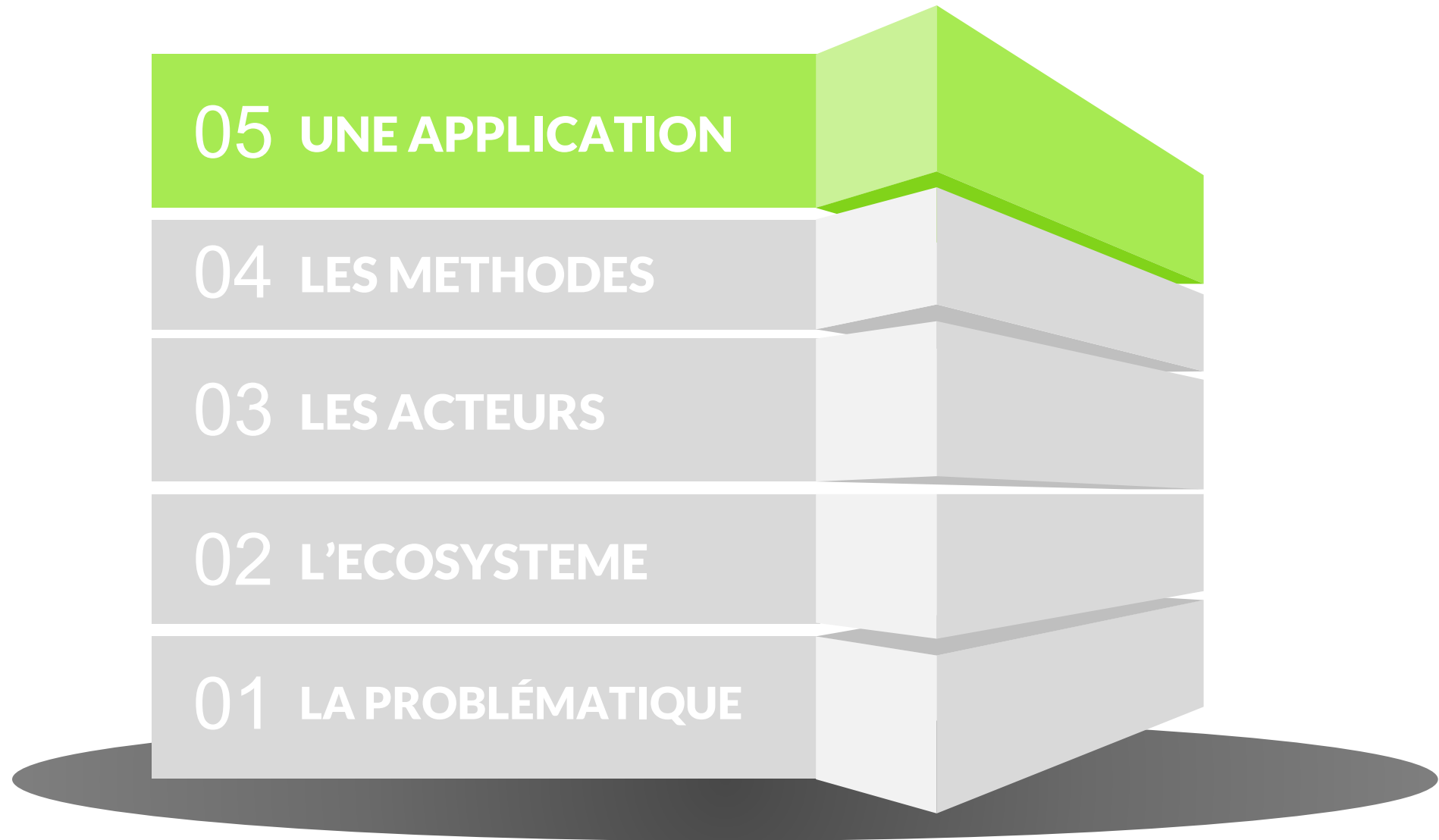
Construire une représentation
d'une ou plusieurs des idées

L'humain au cœur du processus

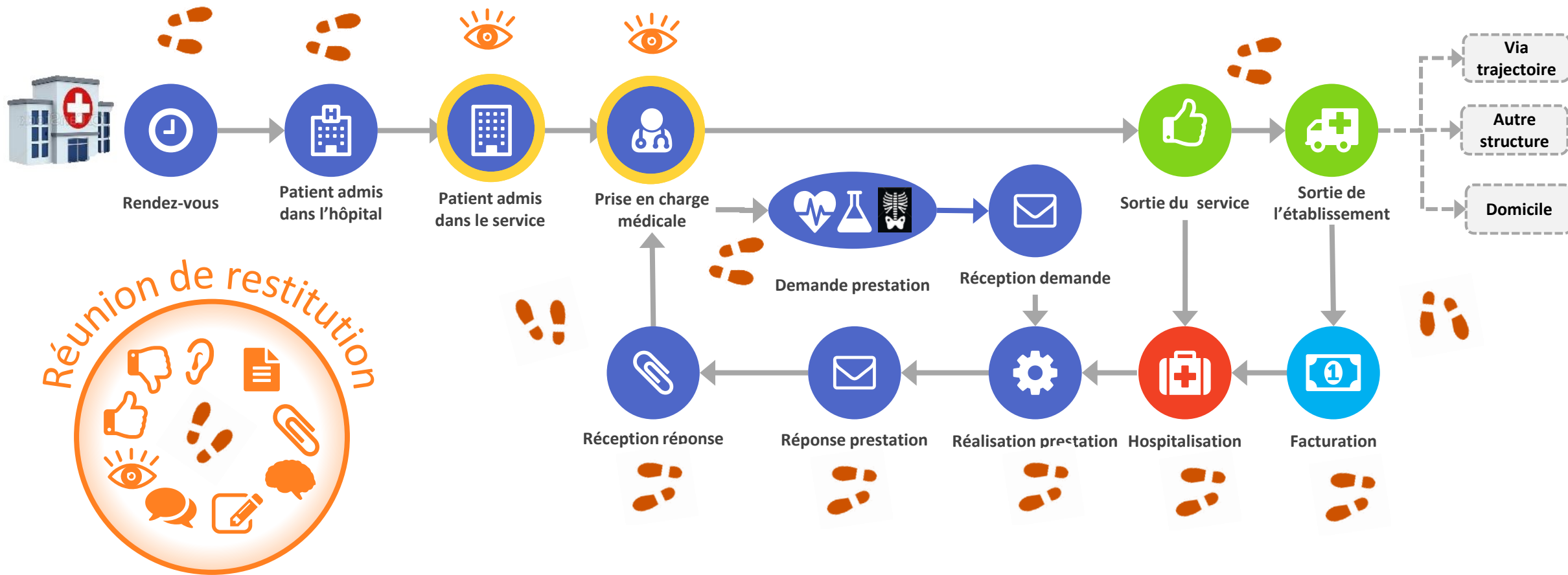
L'HUMAIN, ACTEUR DE LA PROTECTION DE L'INFORMATION



MASTER SIC
EM SORBONNE



LA MÉTHODE DU PATIENT TRACEUR – LE PARCOURS



LA MÉTHODE DU PATIENT TRACEUR – MÉTHODES UTILISÉES

- **Allez sur le terrain, observer, s'intéresser, poser des questions et noter les informations.**



Andragogie

- Connaissance des apprenants, leur problématique,
- Lien entre le savoir et les apprenants.
- Mise en pratique immédiate
- lien de confiance établi



Heutagogie (autoapprentissage)

- Initiation au Jeu CCI Intelligence économique de la CCI Normandie
- Datak Radio Télévision Suisse (RTS),

PEI (programme d'enrichissement instrumental)

- Canalisation des connaissances déjà acquises vers un but (protection de l'information)
- Médiation

L'humain au cœur du processus



- Intelligence collective
- Restitution suite aux observations faites sur le terrain
- Recherche de slogans facilement assimilables (ex : « pc attachés = informations sauvées »)
- Création d'affiche et pose le bureau du cadre

A

- **Conscience** : que va-t-on changer et comment

D

- **Désir** : pourquoi changer = > faciliter de la carte CPS

K

- **Connaissance** : savoirs et compétences à acquérir

A

- **Aptitude** : Implication des acteurs du parcours

A

- **Renforcement** : Objectif identifié (protéger les informations des patients)

R

CONCLUSION



MASTER SIC
EM SORBONNE



LES 6 QUESTIONS À SE POSER AVANT LA CAMPAGNE



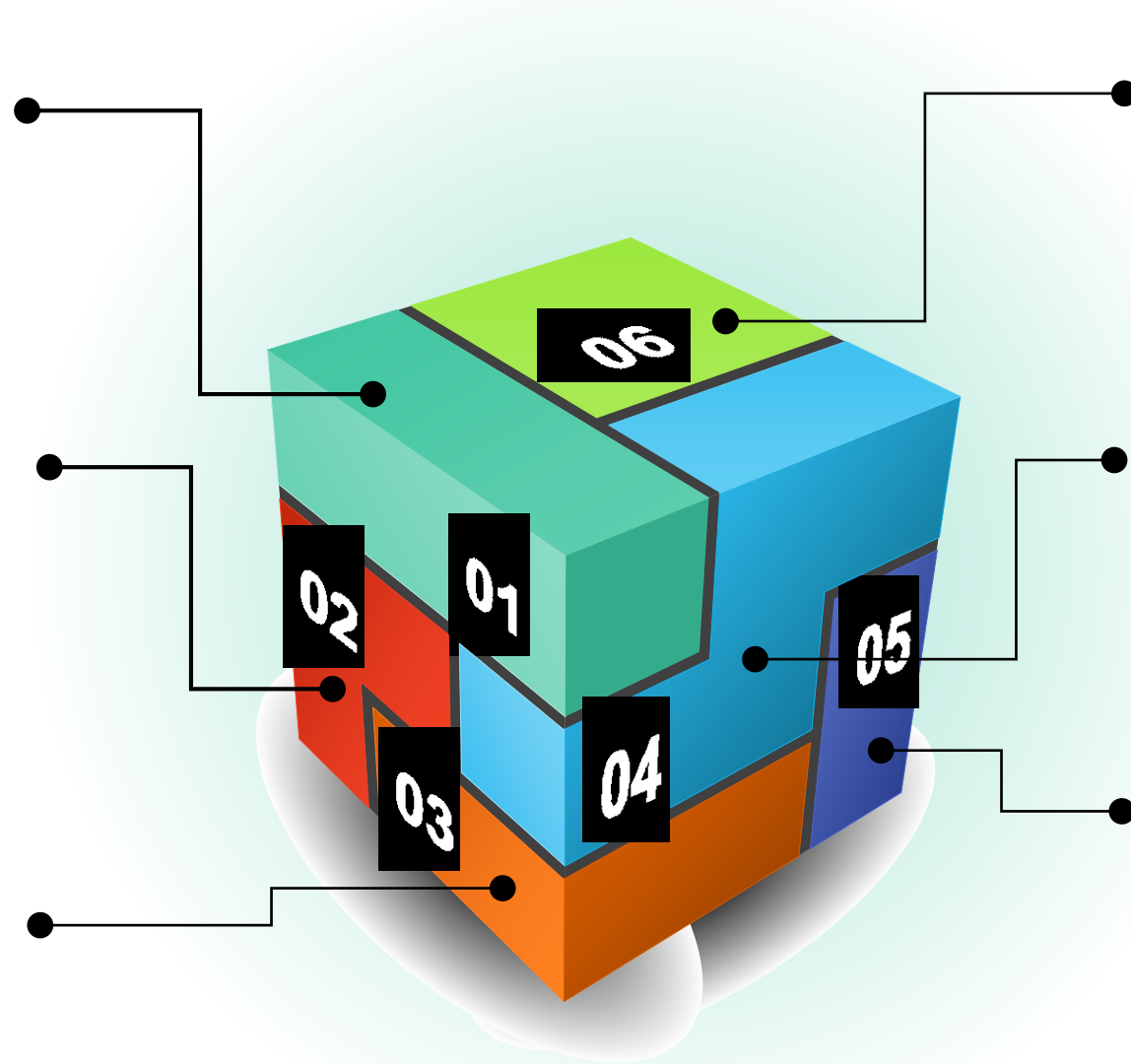
Votre Direction générale est-elle fortement impliquée ?



Avons-nous le bon profil pour sensibiliser les acteurs de l'organisation ?



Que veut-on transmettre et à qui ?



Sur quel type d'organisation pouvons-nous nous appuyer ?



Qu'elles méthodes allons-nous utiliser ?



Quelles sont nos ressources et nos supports de communication ?

CONCLUSION

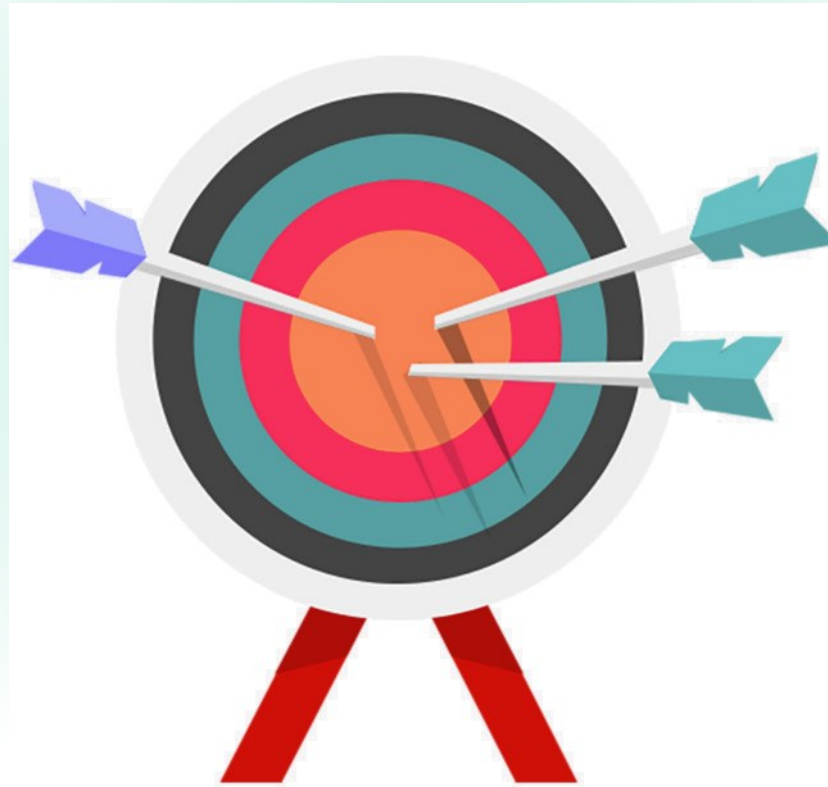


MASTER SIC
EM SORBONNE

Il n'existe pas de campagne de sensibilisation miracle ou unique

Qui est responsable de la défaillance d'un utilisateur ?

Utiliser les moyens du bord sans attendre un hypothétique budget !



« Technique or not technique » pour le protecteur de l'information

Capter l'attention !
Susciter l'intérêt !
Mener le changement !
la se trouve la difficulté.



**un humain est plus
intelligent qu'un anti-virus
il est heuristique par nature !**

**Implanter l'idée
« Vous êtes une
cible »**



**Les humains
ont un cerveau :
utilisons-le !**

**Transformer,
l'humain d'ennemi
potentiel,
en allié de la
protection de
l'information**

**Merci pour
votre attention**

**« be a human
firewall »**

**« think before
you click »**