

Interview du 12/12/2008

Didier Quincerot, RSSI de SMA BTP, nous explique son projet de sensibilisation à la SSI



1. Pouvez-vous nous présenter en quelques mots votre fonction actuelle ?

J'exerce la fonction de responsable sécurité des systèmes d'information et qualité au sein de SMA BTP. J'interviens sur toutes les sociétés du groupe principalement pour vérifier, contrôler, conseiller et sensibiliser les différentes directions en matière de SSI.

2. Dans le cadre de vos fonctions, vous avez été amené à mener des opérations de sensibilisation à la sécurité informatique. Pouvez-vous nous expliquer pourquoi ? par ailleurs, pourquoi avoir choisi la sensibilisation en ligne ?

Je le répète assez souvent : la sécurité, c'est 20% de technique et 80% d'hommes !

J'avais donc coutume d'organiser des réunions plénières de sensibilisation à raison d'une rencontre tous les 3 ans sur une trentaine de sites français. Ces réunions étaient l'occasion pour moi de passer en revue l'ensemble des thématiques propres à la SSI auprès d'un large public. J'essayais d'insérer dans chaque présentation une touche ludique afin de capter l'attention du public et celui-ci me le rendait bien.

Elles présentaient cependant de nombreux défauts : consommation de temps considérable en terme de préparation mais également de présence sur place, coûts engendrés assez conséquents, sessions trop espacées dans la durée etc.

Il me fallait donc trouver un autre moyen d'atteindre les gens de manière efficace et c'est la raison pour laquelle j'ai souhaité mener des campagnes de sensibilisation en ligne.

3. Comment souhaitez-vous procéder pour mener ces projets à bien ?

Pour ces opérations de sensibilisation, je souhaitais un apprentissage court, d'une durée de 15 minutes car au delà, les gens ne sont plus réceptifs aux messages qu'ils reçoivent.

Je sais par expérience que la sensibilisation est une procédure longue et complexe, difficile à ancrer dans les mœurs. Aussi, j'ai souhaité mettre en œuvre des supports ludiques et attractifs pour susciter l'intérêt des collaborateurs. J'ai également voulu évaluer les retours avec un système de quiz.

Pour plus d'impact sur la durée, je souhaitais que la campagne se fasse à raison d'une fois par an.

J'ai donc entamé une veille sur le marché de la sensibilisation et j'ai sélectionné plusieurs sociétés dont Conscio Technologies.

4. Quels ont été vos critères de choix pour sélectionner notre société et notre produit ?

Conscio technologies a su répondre à toutes mes attentes. Son logiciel Sensiwave est un outil qui s'inscrit pleinement dans une démarche de sensibilisation et de communication engageante.

Les saynètes 3D proposées par Sensiwave reprennent de nombreux décors d'entreprise qui mettent en scène une série de personnages plongés dans diverses situations d'atteinte à la sécurité. Ce type de support tout à fait ludique et visuellement très plaisant correspondait parfaitement aux exigences actuelles en termes de communication/sensibilisation avec un niveau d'immersion optimum de la part des utilisateurs.

L'enchaînement saynètes - quiz correspondait bien à l'idée que je me faisais d'une démarche de sensibilisation : confronter les collaborateurs à de réelles situations d'atteintes puis mesurer leur niveau de sensibilisation avec des questions/réponses.

Au delà de ça, Conscio Technologies m'a semblé être une société solide, fiable et dynamique, faisant régulièrement évoluer son offre.

Avec Conscio Technologies, nous avons donc lancé une campagne de sensibilisation deux années de suite, en 2007 puis en 2008. Nous allons poursuivre cette collaboration avec une nouvelle campagne de sensibilisation prévue pour l'année 2009.

5. Comment s'est passé le lancement de la campagne 2008 ?

J'ai lancé la campagne avec l'envoi en masse d'un mail destiné à informer l'ensemble du personnel du démarrage de l'opération de sensibilisation. Je leur ai transmis les principales informations sur la campagne et les ai invité à se rendre sur le portail de sensibilisation élaboré pour l'occasion.

6. Quels ont été les thèmes prédominants ?

La première année, j'avais repris les thèmes classiques de SSI : la messagerie, Internet, les gestion des mots de passe, le poste de travail, le télétravail, l'ingénierie sociale et les données personnelles.

Cette année, j'ai souhaité insister plus lourdement des thématiques plus dans l'ère du temps comme l'utilisation d'Internet, la mobilité (l'utilisation du matériel informatique à l'extérieur du bureau), l'ordinateur portable etc.

J'ai également donné quelques pistes de réflexion sur la manière de protéger les informations personnelles chez soi.

7. Pour l'année 2008, quelles ont été les étapes du déploiement du projet ? quelle a été la durée globale du projet ? la population cible ?

La première étape a été d'utiliser les nouvelles fonctionnalités de Sensiwave pour créer un nouveau portail avec de nouvelles saynètes, de nouveaux parcours etc.

J'ai remarqué que Sensiwave avait beaucoup évolué en deux ans et proposait maintenant une interface administrateur complète qui me permettrait de créer ma campagne de A à Z.

J'ai mis à disposition sur le portail de sensibilisation le parcours de saynètes, que j'ai rendu obligatoire pour tous, et un quiz facultatif. J'ai rajouté un module « statistiques » pour que chacun puisse voir son score à tout moment.

La deuxième étape a été ensuite, de sélectionner les personnes ciblées. La aussi, la nouvelle version de Sensiwave m'a permis d'entrer directement dans l'outil les adresses mails de l'ensemble du personnel pour les associer automatiquement à la campagne.

La campagne a été lancée au même instant pour tous les sites français : un mail d'information envoyé depuis la plateforme Sensiwave à l'ensemble du personnel.

Le message a été le même pour tout le monde à l'exception de la population informatique que nous avons sensibilisée au moyen de session plénière spécialisée plutôt qu'en ligne.

La campagne 2008 a duré environ 6 mois.

8. Comment avez-vous géré la communication autour de ce projet ?

La communication était principalement basée sur une relance très régulière de ma part, qui a permis d'atteindre un taux de participation très intéressant.

Contrairement aux saynètes, le quiz était facultatif mais prévoyait une récompense pour les 40 meilleurs participants. Les cadeaux ont été gardés secret durant toute la durée de la campagne pour en renforcer l'intérêt. La participation au quiz a pu ainsi atteindre un très bon niveau.

En fin de campagne, j'ai tenu à communiquer sur le rendu de l'opération. Dans mon dernier message, j'ai ainsi transmis quelques chiffres : nombre de personnes venues sur le portail, nombre de participants aux saynètes et au quiz, taux de bonnes réponses, statistiques de participation par région etc.

J'ai également donné les noms des 40 meilleurs participants au quiz et leur ai adressé leur cadeau.

9. Pouvez-vous nous fournir quelques données sur votre campagne 2008 ? taille de la population, taux de fréquentation, taux de participation etc.

La campagne a été lancée pour 2200 personnes et a duré environ 6 mois. Sur cette base, 1800 personnes ont participé et $\frac{3}{4}$ des personnes ont répondu au quiz. Le taux de participation a donc été excellent.

En terme de bons résultats, j'estime que 83% de la population ciblée a été bien sensibilisé.

10. Quels ont été les handicaps, les freins à la réussite du projet ?

Il n'y a pas eu de freins majeurs à la réussite du projet mais seulement deux constats :

Premier constat, ma démarche de relance régulière m'a permis d'atteindre le maximum de personnes mais il reste toujours un lot d'irréductibles réfractaires au projet. Le problème, c'est que ceux-ci ont souvent tendance à communiquer leur avis et peuvent en amener d'autres à penser de la même façon. Ceci peut constituer un frein.

Deuxième constat, les managers ne sont jamais les premiers à accéder au portail or l'exemple du management à son importance dans notre structure. Si le manager ne montre pas l'exemple, son personnel ne suit pas.

J'ai aussi dû faire quelques demandes d'évolution de l'outil mais celles-ci ont été rapidement traitées.

11. Au final, avez-vous obtenu des résultats satisfaisants ? lesquels ?

Oui, le projet de sensibilisation a globalement été bien perçu. Les échanges informels avec mes collaborateurs m'ont permis de me rendre compte que la présentation du portail, la durée ainsi que le mode d'apprentissage ont été bien appréciés.

La sécurité est un sujet difficile à faire passer dans les mœurs, souvent considéré comme rébarbatif et non productif. Or avec ce type de campagne, on finit par en parler. La sécurité est reconnue et les gens sont plus attentifs à la SSI. J'ai remarqué par exemple qu'on me contactait plus souvent pour traiter de ces sujets. Ce qui est une très bonne chose pour l'ensemble des directions et pour la fonction Sécurité.

Je rajouterais que, pour consolider ces résultats, certaines thématiques (l'utilisation d'Internet par exemple), doivent être sujets à une sensibilisation poussée et régulière.

12. Qu'avez-vous retenu de cette campagne ?

Plusieurs choses sont à retenir :

Tout d'abord, la sensibilisation en ligne est assez facile à utiliser, touche un nombre considérable de personnes et coûte moins cher qu'une série de réunions plénières.

Ensuite, le mode de sensibilisation et la communication associée sont fondamentaux pour espérer atteindre réellement le maximum de personnes avec le résultat escompté.

Les supports ludiques ont fait leur preuve dans ce domaine et m'ont permis ici de capter l'attention des gens d'une manière plaisante et innovante.

Le but est donc atteint : les messages sont bien passés et la campagne a été globalement appréciée.

Les gens m'ont rapporté un fait cependant : ils ont regretté de ne pouvoir s'exprimer comme c'était le cas lors de mes sessions plénières. C'est pour cela que je pense que l'avenir de la sensibilisation en ligne repose sur un système collaboratif d'échange plus direct entre la fonction RSSI et les collaborateurs.

Note de l'éditeur : il est prévu dans la version 2009 de Sensiwave d'intégrer un espace collaboratif où utilisateurs et administrateurs pourront échanger sur les sujets traités.

13. Pour finir, avez-vous le sentiment que l'entreprise a modifié sa perception de la Sécurité des Systèmes d'Information ?

Oui.

Dans toutes les directions, on pense plus à la sécurité informatique en matière de définition des expressions de besoins, de déclaration CNIL, de protection Internet, de confidentialité etc.

Aujourd'hui, la sécurité suscite une certaine attention de la part des collaborateurs.

Il reste encore beaucoup d'efforts à mener pour passer de la prise de conscience à l'adoption effective de nouveaux comportements.

Le but de la campagne 2009 sera justement d'accentuer la sensibilisation sur des thèmes jugés encore délicats dans l'esprit des gens.