

Question 2	Les évolutions technologiques sont-elles exemptes de risques pour l'organisation ?	
Chapitre 2.3	<i>Identité numérique</i>	Bac STMG SIG
Cours		Lycée J. Feyder

Chapitre 2.3

Identité numérique

Question 2	Les évolutions technologiques sont-elles exemptes de risques pour l'organisation ?	
Chapitre 2.3	<i>Identité numérique</i>	Bac STMG SIG
Cours		Lycée J. Feyder

1° Identité numérique : définition

L'identité numérique est un lien technologique entre :

- une entité réelle (personne, organisation)
- et une entité virtuelle : un compte d'utilisateur sur une application (intranet, forum, réseau social,...) donnant lieu à un profil, une adresse de messagerie, un pseudonyme, un avatar,...

Un internaute français posséderait une douzaine d'identités numériques dont certaines lui garantissent l'anonymat par rapport à son identité réelle.

Cela favorise la liberté d'expression (sur les forums,...) et le droit à l'oubli.

Une identité numérique unique, publique et associée à l'identité réelle (par la biométrie) est prônée par certains :

- des autorités politiques qui ont jusqu'ici suscité la défiance des défenseurs des libertés publiques,
- des entreprises privées dont des réseaux sociaux qui tentent de devenir des services d'identité en ligne (Google+ avait dans un premier temps interdit l'utilisation de pseudonymes pour ses membres), diffusant ainsi de façon plus insidieuse des technologies contestées (reconnaissance faciale,...).

2° Sécurisation de l'identité numérique

L'accès à une identité numérique doit être sécurisé face à l'usurpation d'identité numérique. Cette infraction est un délit pénal.

Les modes de sécurisation sont :

- l'authentification simple, avec le couple identifiant-mot de passe,
- l'authentification forte comporte deux facteurs d'authentification en ajoutant par exemple un facteur biométrique, un certificat numérique, un mot de passe à usage unique,...

Question 2	Les évolutions technologiques sont-elles exemptes de risques pour l'organisation ?	
Chapitre 2.3	<i>Identité numérique</i>	Bac STMG SIG
Cours		Lycée J. Feyder

3° Traces numériques

Il existe des traces déclaratives (formulaires remplis,...) et des traces comportementales.

Ces traces numériques laissées par l'utilisateur sont localisées en trois types de lieux :

- l'équipement client d'accès au réseau
Le navigateur conserve un historique (des sites visités, des téléchargements,...) ; les sites peuvent implanter des cookies sur le disque dur de cet équipement (fichier texte pouvant mémoriser l'identité de l'utilisateur, sa navigation sur un site...). la navigation privée permet de supprimer automatiquement les cookies générés.
- les serveurs des fournisseurs d'accès et d'hébergement conservent un an les traces des connexions pour répondre à toute demande judiciaire,
- les serveurs des sites consultés (par exemple Google conserve 9 mois les requêtes effectuées sur son moteur de recherche, Facebook conserve des données censées être effacées par l'utilisateur,...).

Il est souhaitable que ces traces soient conservées de façon sûre (cryptées par exemple) afin de limiter les risques d'atteinte à la vie privée en cas d'accès extérieur.

Toute connexion à un réseau (notamment internet) nécessite une adresse IP, élément d'identification. Or cette adresse, liée à l'équipement qui se connecte, peut être reliée à plusieurs personnes physiques (dans une famille, une organisation,...). De plus, le passage par des serveurs proxy peut permettre l'anonymat.

Des traces numériques concernant une personne peuvent aussi être laissées par d'autres personnes (articles, commentaires de blog, photos taguées,...). Les maîtriser et exercer son droit à l'oubli est alors encore plus difficile.

4° E-reputation

L'e-reputation d'une organisation ou d'une personne est un avis du public qui se forme en fonction des informations disponibles sur le Web.

Lorsqu'une e-reputation est jugée négative, le droit permet des actions pour retirer les informations du web.

Question 2	Les évolutions technologiques sont-elles exemptes de risques pour l'organisation ?	
Chapitre 2.3	<i>Identité numérique</i>	Bac STMG SIG
Cours		Lycée J. Feyder

5° Gestion de l'e-reputation

Le web participatif (web 2.0) permet à chacun de diffuser des informations (éventuellement subjectives) qui seront visibles de tous. Cela permet un retour direct mais démultiplie l'impact de ces retours.

La gestion de l'e-reputation consiste à :

- surveiller les contenus diffusés (sur les réseaux sociaux, les blogs, les forums, la presse électronique,...) et réagir si nécessaire,
- diffuser du contenu positif, bien référencé (anticiper : agir plutôt que réagir).

D'un point de vue défensif ou préventif, on peut « occuper l'espace » : ouvrir un compte à son nom sur un réseau social, réserver un nom de domaine de site.

La multiplicité et la quantité des sources imposent de recourir à des outils logiciels de collecte et de traitement automatique des informations (non structurées et hétérogènes).

6° Le gestionnaire de communauté (community manager)

L'émergence des réseaux sociaux, blogs, forums,... est celle d'une communication non institutionnelle c'est-à-dire d'informations non maîtrisées par l'organisation.

Cette dernière a cependant intérêt à assurer sa présence en créant son propre réseau ou grâce à un gestionnaire de communautés, un nouveau poste au sein de l'organisation.

Le gestionnaire de communautés se place entre les internautes et l'organisation ; il y joue des rôles de :

- conseil (public) et d'interlocuteur, porteur de l'image de l'organisation,
- collecteur d'informations relayées dans l'organisation afin de mieux comprendre les besoins et innover en conséquence.