

Des monstres dans l'espace ? La Mare du Gof

A l'initiative de l'ENISA, l'Agence Européenne chargée de la sécurité des réseaux et de l'information, le mois d'octobre accueille le 1^{er} Mois européen de la cybersécurité (ESCM). Consacré théoriquement à travers toute l'Europe, au travers de diverses initiatives et de nombreux partenaires, ce la se traduit notamment par des campagnes de sensibilisation intensives.

C'est dans ce cadre que l'ISSA France, chapitre francophone européen de l'Information Systems Security Association (ISSA), avait appelé dès juillet à l'aide à la production d'un spot de sensibilisation à la SSI, via la plateforme de financement participatif KissKissBankBank. Le budget était estimé à 9500 € qu'ils ont pu finalement réunir. Le projet se destinait visuellement à une narration sous la forme d'une 'animation WhiteBoard', ou 'Animation Tableau Blanc'. C'est une tendance de fond du moment. Le résultat est le suivant, relayé par divers acteurs partenaires de l'initiative.

Le résultat est sympathique, bien fait, et le message porte bien. J'ignore si le budget alloué est à la hauteur de la prestation, je ne m'y connais pas. Je m'interroge juste encore une fois sur les destinataires visés du message. On est là encore manifestement orienté en direction d'un jeune public, ou d'un public plus âgé n'y connaissant rien et vivant sous grotte depuis quelques dizaines d'années. Ce genre de spots est nécessaire, comme la petite lame d'un couteau suisse dont on a besoin de temps en temps, qui ne sert pas tout le temps mais dont l'absence le jour 'j' serait problématique. Un ami me disait que ce genre de spots aurait du sortir il y a plus de 10 ou 15 ans. Ce n'est sans doute pas faux.

En revanche ne passe-ton pas à côté des pseudo-geek qui mettent en péril leur entreprise ou administration avec leurs mauvaises habitudes ; ces derniers, acquis aux mauvaises habitudes en raison de l'incompétence de leurs RSSI (cf les derniers billets, [Un souci dans l'énoncé ?](#) et [Echec des discours de sensibilisation à la SSI ?](#)) et des moyens alloués par leurs autorités. Eux se contenteront de quelques posters à télécharger, que leurs référents s'empresseront de télécharger et d'imprimer (voire de commander, ne soyons pas mauvaise langue).

En mettant en relation cette initiative -qu'il convient de saluer tout de même, ce genre de supports est toujours bon à prendre et saura certainement trouver un usage au quotidien dans des actions de sensibilisation- avec la dernière création télévisuelle d'Arte, BITS, « *le magazine des cultures geek* », évoquée par le Blog du Modérateur, dont le premier numéro s'appelle [BITS #1 : Philosophie du bac à sable](#).

Là aussi le rendu est plutôt sympathique, plutôt bienveillant et bien fait. Mais on a là encore le sentiment que l'émission s'adresse à des gens vivant sous cloche ne percevant rien de leur environnement, pour leur expliquer des évidences qui leur échappent. Un peu le même constat que pour le spot ISSA France. Une initiative intéressante, exploitable dans certains cas particuliers, mais un peu décalée face au quotidien, d'une dizaine voire d'une quinzaine d'années. Pour le joueur d'hier, aujourd'hui parent et actif et toujours grand joueur, l'émission ne lui parlera pas, il n'y trouvera pas son compte.

Pour résumer mon sentiment, nous avons des discours et des initiatives adaptées aux jeunes publics, ou aux publics beaucoup plus hermétiques, pour qui la perception de ces problématiques est vierge -par ignorance donc ou par manque d'appétence générationnelle ou culturelle. Il y a des initiatives beaucoup plus pointues s'adressant à des publics hyperspécialisés, difficiles à relayer et commenter pour le quidam, en raison de l'expertise requise pour en apprécier la pertinence. Mais pour le public sensibilisé, croyant -à tort ou à raison- en connaître un bout, rien. Ce dernier reste sur sa faim sous réserve qu'il soit demandeur d'informations. Ou les sujets ne sont abordés que sous un angle généraliste, « noob » et infantilisant rebutant leurs meilleures volontés, parfois discriminant (vous êtes vilains!), ou trop pointus pour remporter l'intérêt de l'auditoire si particulier.

Cet auditoire, rappelons le, utilise un ou des Smartphone au quotidien, dans son entreprise ou administration et à domicile, utilise le « cloud » pour ses documents personnels et professionnels, sa musique, parfois ses mails, ses appareils sont synchronisés, il utilise sans complexe les réseaux sociaux pour commenter, débattre et partager, il se pense conscient des données qu'il délivre mais ne s'en offusque pas plus, il possède plusieurs identités numériques en fonction des services qu'il utilise. C'est un quidam ordinaire oublié des initiatives de sensibilisation, à qui on rappellera des évidences et s'en détournera, persuadé que ses responsables sont déphasés... Un peu comme nos jeunes ministres qui rigolent à la

sortie d'un conseil des ministres où les journalistes les [interpellent](#) sur la note leur rappelant quelques évidences SSI en matière d'usage des Smartphone, là où pourtant leurs [décisions](#) sont primordiales pour l'intégrité de l'Etat.

Entendons nous bien, l'initiative ISSA France est intéressante et se doit d'être relayée, encouragée et exploitée, qu'elle en suscite d'autres, via d'autres vecteurs et d'autres acteurs, qu'une émulation entraîne une production croissante d'outils pédagogiques pour tous les publics. Toutes les initiatives dans le domaine sont bonnes à prendre, et nul ne pourrait s'offrir le luxe de s'en passer, la situation générale est trop grave. Pour autant, et comme j'avais voulu l'illustrer avec la dernière production Arte, il convient aussi de s'interroger sur l'angle d'approche de ces thématiques : les discours sont-ils adaptés à la population la plus vulnérable qu'il convient de sensibiliser, aujourd'hui ? Je ne crois pas. Est-ce que je possède la recette magique à proposer ? Non, bien sûr que non, comme me le rappelle avec taquinerie mais avec raison Stanislas via [Twitter](#). J'aurais aimé lire qu'une institution crédible ou une personne en vue se permette, avec modération, d'apporter quelques bémols aux concerts de louanges saluant l'initiative du spot ISSA France. Je ne l'ai pas lu/vu, et je devrai être sans le doute le dernier à pouvoir se le permettre, blogueur sous pseudonymat loin des responsabilités et des comptes à rendre.

« La critique est aisée mais l'art est difficile ». Rien n'est plus vrai. Il y a encore tellement à faire.

[Illustration du billet issue d'un poster ENISA.](#)

Le [billet en ligne](#).

Le titre du billet est un [clin d'œil](#) à la remarque d'une jeune fille de 4 ans.