

Articles du 28 mars 2003

Dans cette édition :

1. Plus sécuritaires, les réseaux locaux sans fil?
2. Campagne électorale : comment s'attirer les faveurs des électeurs branchés?
3. Le responsable des TI a une nouvelle flèche à son arc : le commerce électronique

1. Plus sécuritaires, les réseaux locaux sans fil? – Facilement piratés avec une simple boîte de croustilles Pringles¹, les réseaux locaux sans fil n'ont pas de quoi rassurer leurs utilisateurs. Voici maintenant qu'un nouveau protocole de sécurité, le Wi-Fi protected access (WPA) pourrait bien mettre un terme à cette lacune.

Le protocole WEP (Wired Equivalent Privacy), utilisé jusqu'à maintenant pour sécuriser les réseaux Ethernet sans fil (Wi-Fi), utilise une technique statique de chiffrement à l'intérieur duquel chaque utilisateur du réseau d'une aire de travail possède la même clé. L'algorithme WEP chiffre les données qui circulent par ondes radio, de sorte qu'elles sont en principe inutilisables si elles sont interceptées.

Or, dans les faits, une personne malintentionnée peut facilement intercepter les échanges ou se brancher au réseau. WEP laisserait en effet ouvertes des portes qui permettent de passer outre les systèmes de sécurité (pare-feu). Équipés d'un terminal mobile et d'une antenne, les pirates ou *wardrivers* se baladent en voiture pour capter les réseaux sans fil existants dans les parages et les cartographier. Ils peuvent alors écouter ce qui se passe sur le réseau pour voler de l'information ou encore détourner une connexion réseau à leur avantage, et éventuellement pouvoir surfer sur Internet aux frais de l'entreprise ciblée. À l'instar de plusieurs spécialistes et usagers de ces réseaux, Jérôme Poggi, consultant en sécurité informatique chez HSC, conclut : « Lancé à la hâte, le protocole WEP est aujourd'hui inefficace. Nous attendons avec impatience de nouvelles normes qui, grâce à une rotation des clés de chiffrement, offriront une authentification forte et un chiffrement de meilleure qualité ».

Le protocole WPA (Wi-Fi protected access) pourrait bien s'avérer la solution aux lacunes de WEP, puisqu'il offre une technique de chiffrement beaucoup plus complexe que ce dernier. La norme WPA emploie le protocole TKIP (Temporal Key Integrity Protocol), qui consiste à fournir de nouvelles clés pour chaque paquet de 10 Ko de données transmises sur le réseau. WEP, quant à lui, n'employait que des clés fixes. En plus d'améliorer le chiffrement des échanges, WPA nécessite l'utilisation d'un serveur central pour authentifier chaque individu souhaitant se joindre au réseau. Wi-Fi Alliance, le consortium chargé des évolutions de la norme de diffusion sans fil et de l'interopérabilité des produits liés aux réseaux sans fil, commencera dès avril prochain à certifier les produits avec le protocole WPA. À partir d'août, toutes les certifications nécessiteront le protocole WPA.

Si le WPA constitue un pas vers la sécurité des réseaux sans fil, il n'est pas sans failles. Comme il a conservé le même algorithme que le WEP, il reste possible, une fois sur le réseau sans fil, d'écouter le trafic. Toutefois, la mise en place des clés dynamiques rend beaucoup plus ardues les attaques de grande envergure.

Note :

1. Voir à ce sujet l'article SISTech « Attention, la nouvelle arme des pirates informatiques pourrait bien se retrouver dans votre garde-manger! », paru le 12 mars 2002.

<http://www.infometre.cefrio.qc.ca/loupe/sistech/0302.asp> - 1503

Rédactrice : Isabelle Vachon, analyste-conseil en veille stratégique, CEFRIO

Sources :

Fabrice Deblock, 17 mars 2003, « Échanges sans fil: la sécurité déconnectée », *JDNet*.

http://solutions.journaldunet.com/fils/sommaire_securite.shtml

Vincent Ryan, 25 mars 2003, NewsFactor special report: « Are Wireless Networks Secure Yet? », *NewsFactor Network*.

<http://www.newsfactor.com/perl/story/21081.html>

Teamlog, 5 novembre 2002, *Le Wardriving*.

<http://www.securite.teamlog.com/publication/6/10/220/index.html>

2. Campagne électorale : comment s'attirer les faveurs des électeurs branchés? -

Dans leur course aux électeurs, les stratèges politiques ne peuvent certainement plus éviter de se préoccuper de l'image de leur parti sur le Net, devenu un média d'information privilégié par de nombreux citoyens. Une bonne proportion des internautes en âge de voter risquent en effet de se tourner vers la toile pour se faire une tête sur les principaux enjeux de la campagne en cours. Mais de façon plus spécifique, que recherchent les citoyens branchés en ligne? Et quelles stratégies les organisateurs électoraux doivent-ils mettre en place pour s'attirer leur allégeance?

Puisqu'il y a bien des chances que les électeurs québécois ressemblent à leurs pendants américains, les stratèges Web des partis en lice peuvent rendre grâce à Pew Internet & American Project et à l'Institute for Politics Democracy & the Internet qui viennent de dévoiler les résultats d'une enquête menée en 2002 auprès d'organismes de campagnes électorales et de citoyens américains. Parfois surprenantes, les conclusions de l'étude s'avèrent en effet très riches d'enseignement.

Premier constat : les citoyens américains branchés sont nombreux à avoir eu recours à la toile pour y rechercher des nouvelles et de l'information politiques. Près de la moitié de la sous-population internaute de l'échantillon a en effet indiqué s'être tournée vers Internet, d'abord parce que c'était pratique pour eux, mais aussi parce que les autres médias ne leur donnaient pas toute l'information souhaitée.

Second constat moins réjouissant cette fois : n'ayant pu trouver l'information souhaitée, ces internautes sont souvent revenus bredouilles de leurs expéditions sur la toile. À noter qu'ils y recherchaient surtout de nouveaux arguments pour établir ou raffermir leur propre position, soit de l'information additionnelle sur les candidats, leur classement dans la course, etc.

Mais en clair et de façon concrète, comment donc répondre aux besoins des électeurs branchés? Issues de l'analyse des données recueillies, voici certaines grandes recommandations susceptibles de s'avérer gagnantes :

- les sites reliés aux campagnes électorales doivent présenter de l'information sous forme de bases de données facilement interrogeables et qui se distinguent bien des traditionnels communiqués de presse et brochures trop associés au domaine publicitaire;
- une attention toute particulière doit être portée au vocabulaire employé dans les outils de recherche proposés pour qu'il soit compréhensible par tout être humain normalement constitué;
- les sites doivent proposer des consultations en ligne : l'enquête a en effet démontré que les électeurs branchés en sont particulièrement friands;
- les organisateurs électoraux ont intérêt à développer du matériel humoristique de bon goût, qui supporte les grands enjeux défendus par leur parti et qui soit facilement transmissible par courriel (repenser l'humour comme une tactique politique). L'envoi de blagues à teneur politique au sujet de la campagne et des élections elles-mêmes étant un usage très prisé des internautes, il vaut certainement mieux être proactif et proposer des plaisanteries - sur des candidats adversaires par exemple - que d'en être soi-même l'objet!
- les sites reliés aux campagnes doivent enfin offrir un journal Web public (blog), mis à jour de façon régulière et qui témoigne des aléas de la campagne avec liens et photos à l'appui. De tels journaux sont en effet incroyablement populaires sur le Net et n'ont souvent pas leurs pareils pour s'assurer la loyauté des supporters.

Rédactrice : Catherine Lamy, analyste-conseil en veille stratégique, CEFRIO

Source : Pew Internet & American Life Project, Institute for Politics, Democracy & The Internet, « Untuned Keyboards : Online Campaigners, Citizens, and Portals in the 2002 Elections », 21 mars 2003

<http://www.pewinternet.org/reports/toc.asp?Report=85>

3. Le responsable des TI a une nouvelle flèche à son arc : le commerce

électronique - À la base de tout projet de commerce électronique figure un défenseur invétéré qui en fait la promotion. Une fois le stade d'expérimentation dépassé et la décision prise de s'engager formellement dans les affaires électroniques, bon nombre de gestionnaires réalisent l'importance d'intégrer leurs processus pour obtenir du succès en ligne. Ainsi, progressivement, le responsable du service du commerce électronique laisse sa place au responsable des technologies de l'information (TI) (CIO). Le rôle et les responsabilités du directeur des TI se transforment et évoluent considérablement au sein de ces entreprises. Il doit, de plus en plus, chercher à se définir comme un tacticien en ligne, un stratège en commerce électronique ainsi que le porte-drapeau des affaires électroniques dans l'entreprise.

Le « nouveau » rôle du responsable des TI en matière de commerce électronique comprend une forte composante opérationnelle. Il doit voir au bon fonctionnement des applications de commerce électronique et en déployer de nouvelles afin de répondre aux besoins de l'entreprise; tout en gérant correctement le budget. Aujourd'hui, la plupart des organisations possèdent une stratégie d'affaires électroniques. L'accent est dorénavant porté sur l'exécution. Toutefois, les responsabilités relativement à la gestion des applications vont au-delà du simple support. Ceux qui se contentent d'attendre des ordres provenant des divers services de l'entreprise – comme cela ce faisait au début de l'ère du commerce électronique - sont susceptibles de laisser passer des occasions intéressantes d'utiliser la technologie d'une façon stratégique. Auparavant, les directeurs des TI étaient

confinés à l'arrière-guichet. George Colony, président et chef de la direction chez Forrester Research, prévoit qu'au cours de la période postrécession, ils deviendront un partenaire égal – relativement au commerce électronique –, avec plus de responsabilités.

Par ailleurs, les structures proposées et développées par les directeurs des TI leur permettront de conserver leur influence sur la stratégie et les investissements en commerce électronique en période économique plus florissante. Gene Alvarez, vice-président en stratégie d'affaires électroniques chez Meta Group, croit que les directeurs des TI deviendront la porte d'entrée en tout ce qui concerne le commerce électronique. Pour ce faire, ils doivent cependant être en mesure de relever le défi de gérer de main de fer un budget à la hausse, en prévision de la prochaine phase de commerce électronique. En effet, il existe plus d'un modèle organisationnel de gestion de la prochaine phase du commerce électronique, et tous n'accordent pas nécessairement le premier rôle au directeur des TI. Selon G. Colony, la gestion du commerce électronique incombera dans l'avenir à un cadre sensible et dédié aux besoins de la clientèle. Malheureusement, il y a de forte chance que ne soit pas le directeur des TI dans la plupart des sociétés puisque qu'ils ne sont généralement pas assez proches des clients. Donc, ceux qui veulent conserver leur influence ont tout intérêt à développer des relations de partenariat avec le côté affaires de l'entreprise. On leur suggère également, pendant qu'ils occupent la place principale, de tenir des sessions de stratégie de commerce électronique et d'initier des conversations avec les gestionnaires d'affaires sur la place stratégique des TI dans l'organisation.

Gérer les activités de commerce électronique et partager le pouvoir décisionnel au sein de l'organisation, voilà deux mandats majeurs que les responsables des TI devront être prêts à remplir.

Rédactrice : Isabelle Poulin, documentaliste, responsable du service SISTech, CEFRIO
Source : « The new lords of e-biz » dans E-Business Newsletter, IT World Canada, 25 mars 2003, <http://www.pewinternet.org/reports/toc.asp?Report=85>

Ce bulletin est préparé par le CEFRIO :

Pour consulter les archives du bulletin : http://www.cefrio.qc.ca/pub_bul.cfm

Reproduction: les nouvelles du bulletin SISTech peuvent être reproduites à des fins non commerciales à la condition expresse d'indiquer la mention suivante: Bulletin SISTech, CEFRIO et de créer un hyperlien à l'adresse : <http://www.infometre.cefrio.qc.ca>