

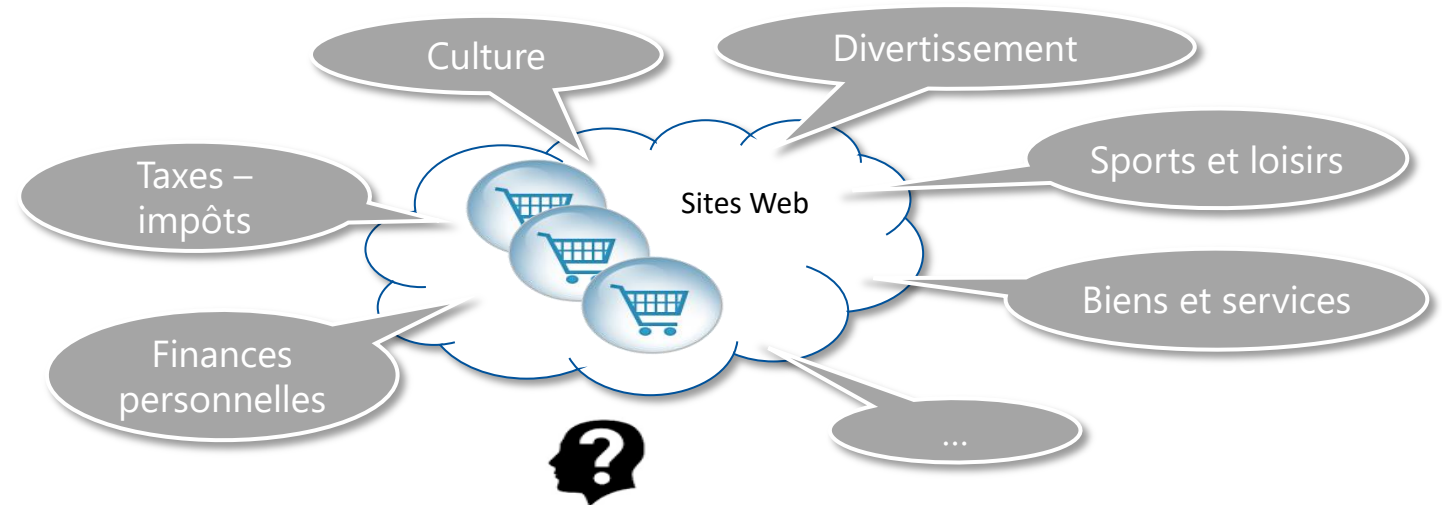
SYMPOSIUM GIA

# IDENTIFICATION SUR INTERNET – LOGIN SOCIAL

Thierry Brisset 29 septembre 2015

# Objectif

- Analyser un cas mettant en évidence les particularités d'Internet dans la gestion de l'identité



- Identités multiples, id/mdp, réseaux sociaux, profilage, vie privée/professionnelle,...

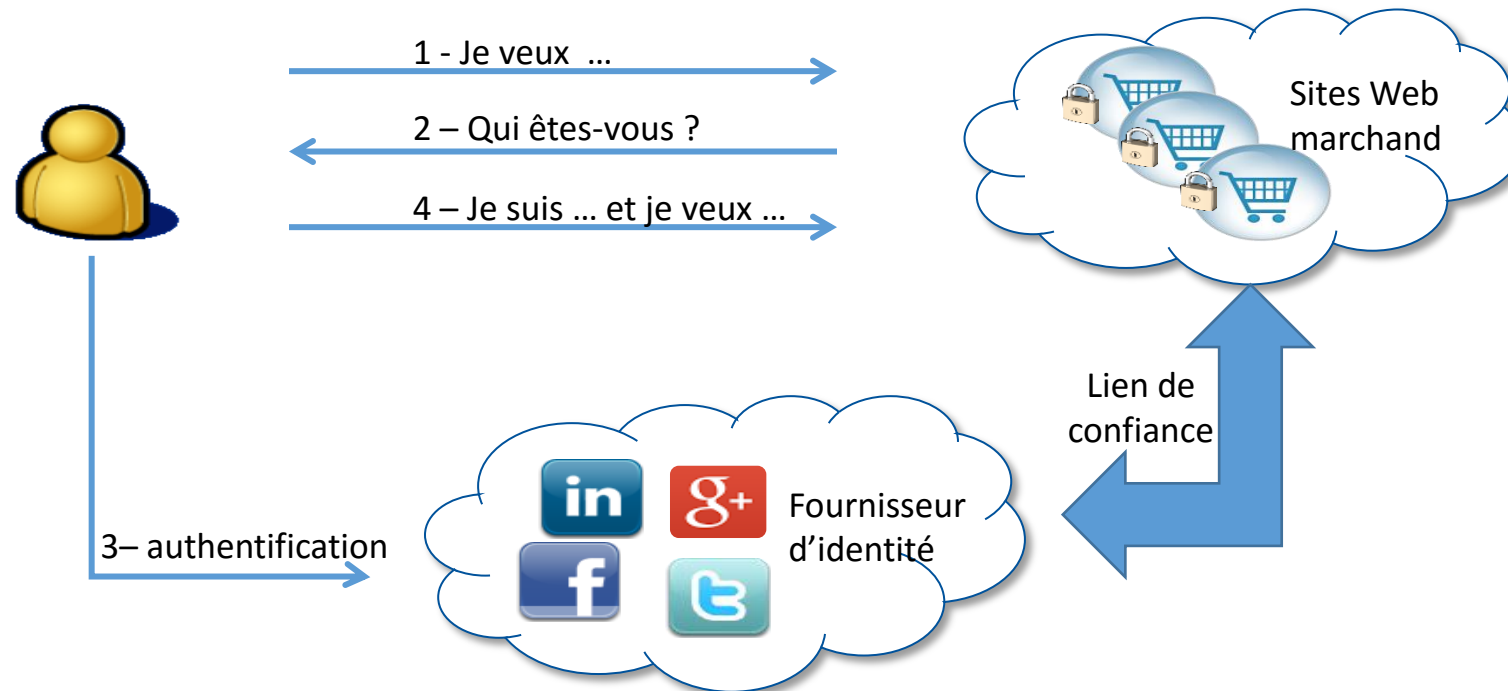


# Agenda

- Le contexte du login social
- Les risques
- Les mesures de contrôle

# Définition du login social

Forme d'authentification utilisant les informations de connexion existantes d'un réseau social pour connecter l'utilisateur à un site web Internet



Source : [https://en.wikipedia.org/wiki/Social\\_login](https://en.wikipedia.org/wiki/Social_login)



## Log in to the NASDAQ Community

Don't have an account? [Join Now!](#)

Welcome back! Log in below.

Email Address:

Password:

[Log In](#)

[Forgot Password?](#)

Or log in with one of these services...

Sign in using your account with



Google



Twitter



Microsoft Account



Aol. AOL



LinkedIn



Yahoo!



Facebook

[Social Login by Janrain](#)



[What's This?](#)

Having an issue? Please [e-mail us](#) to let us know.

# Les motivations

## La multiplication des identifiants

- Les utilisateurs ont en moyenne 26 identifiants sur Internet pour seulement 5 mots de passe

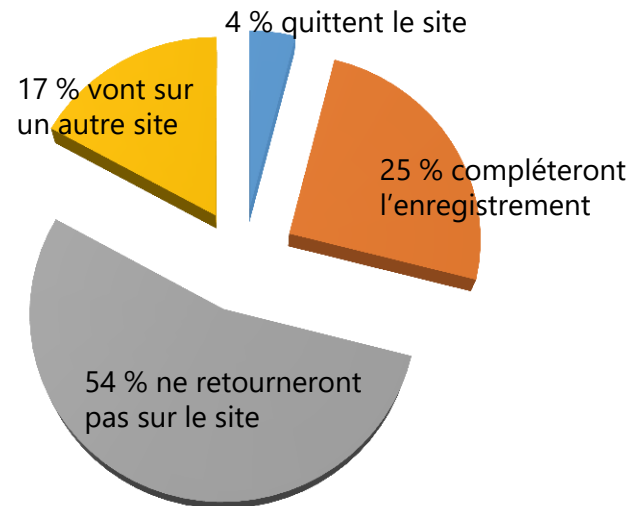
## Les mots de passe sont trop vulnérables

- 90 % des mots de passe Internet peuvent être craqués
  - « 123456 » ou « password » sont encore les plus populaires !

Source : [http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Technology-Media-Telecommunications/dttl\\_TMT\\_Predictions2013\\_Password.pdf](http://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Technology-Media-Telecommunications/dttl_TMT_Predictions2013_Password.pdf)

# Les motivations

Processus d'enregistrement sur les sites Web est perçu comme un obstacle

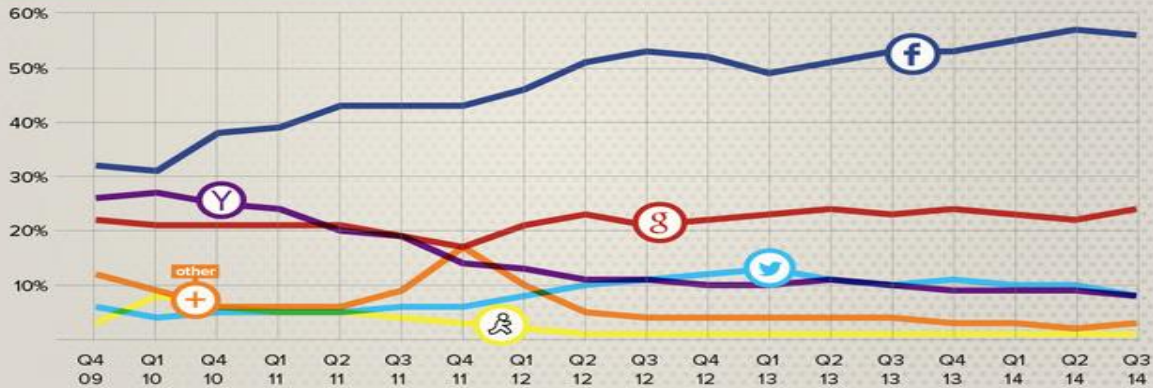


Le login social représente un potentiel d'affaires pour les sites marchand

- Le réseau social est un vecteur d'influence positive
- L'information accessible est à jour (permet un meilleur ciblage de la clientèle)

# Les principaux acteurs

## Media Social Login Trends



D'ici 2018, 40% des identités électroniques qui interagiront avec les entreprises viendront d'un fournisseur d'identité externe

Source : Future Proofing Consumer Identity (Gartner)

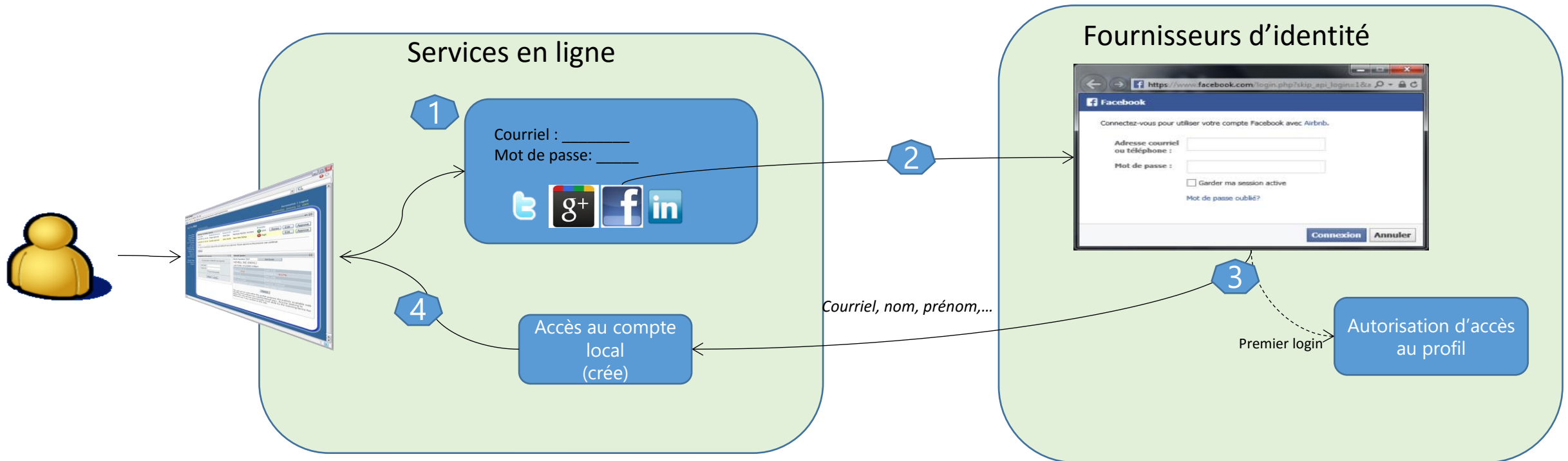
## B2B Social Login Trends



Source : <http://janrain.com/blog/social-login-trends-q3-2014/>



# Comment ça fonctionne ?



1. L'utilisateur désire consommer un des services offerts par le site Web qui nécessite d'avoir un compte local
2. L'utilisateur choisit d'utiliser son identification sociale
3. Le site Web utilise l'adresse courriel pour associer la personne au compte local
  1. Lors du premier login : L'utilisateur autorise le transfert des informations de son profil au site Web
4. L'utilisateur profite d'une expérience de navigation personnalisée

[Démonstration >>](#)

Quels sont les  
risques?

# Risque #1 – Identification non validée

## Vulnérabilités

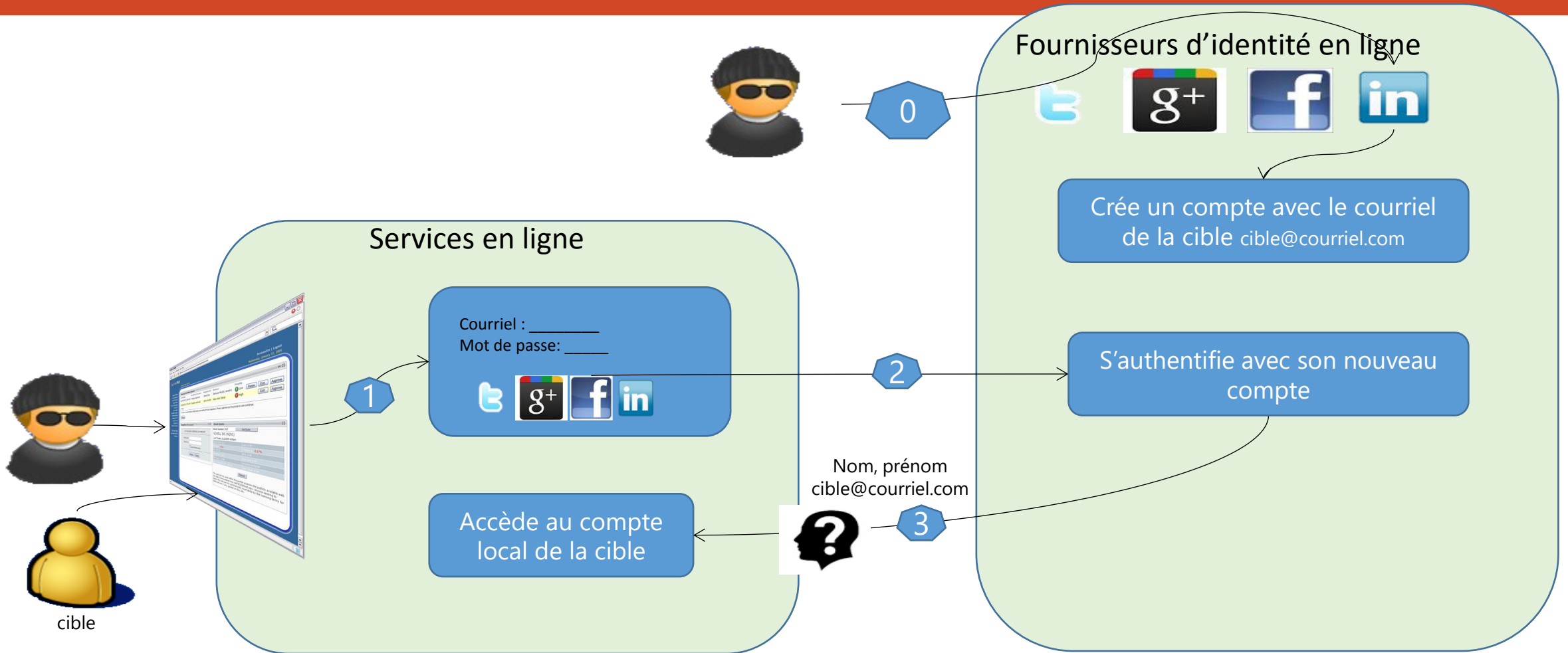
- Fournisseur d'identité : identifiant (courriel) non vérifié
- Site Web : méthode d'appariement avec le compte local

## Impacts

- Une tierce personne peut accéder au compte local d'un site Web en utilisant le login de LinkedIn (IBM déc. 2014)

Source : <http://www.csoonline.com/article/2855731/social-networking-security/spoofedme-attacks-exploited-linkedin-amazon-social-login-flaws.html>

# Scénario d'attaque



Vidéo de l'attaque: <https://www.youtube.com/watch?v=kC0s3S00Dmk>

# Risque #2 – la communication d'information

Le contrôle d'accès au contenu du profil par les sites Web est-il réellement éclairé ?

- Le site Web impose ses contraintes pour l'autorisation d'accès aux données du profil
- L'autorisation d'accès aux données du profil est presque « irréversible »
- Le recours à différents fournisseurs d'identité décloisonne les univers sociaux de l'utilisateur



[Gestion des accès >>](#)

Source <http://sherpablog.marketingsherpa.com/social-networking-evangelism-community/social-login-registration/>

Quelles sont les  
mesures de contrôle  
possibles ?

# Mesures de contrôle

## Fournisseur d'identité

- Vérifier l'identité
  - Vérifier l'adresse courriel (toutes les adresses)
  - Vérifier les autres attributs (ex: âge, adresse)
- Contrôler les informations qui seront transmises au site Web
  - Empêcher le site Web de pouvoir modifier le contenu du profil (ex: publié sur le mur)

# Mesures de contrôle

## Site Web

- Utiliser uniquement des données vérifiées pour identifier l'utilisateur
- Utiliser l'information obtenue uniquement pour améliorer l'expérience utilisateur
- Offrir les deux méthodes d'identification à l'utilisateur

## Utilisateur

- Utiliser un fournisseur d'identité qui conserve peu d'information
- Gérer les liens de confiance établis avec le fournisseur d'identité
- Être rigoureux sur la gestion du mot de passe utilisé pour l'authentification chez les fournisseurs d'identité



# Qu'est-ce qu'une identification vérifiée ?

## Corroborer l'information à différentes sources

- Comparer avec d'autres profils (ex: nom, adresse, âge,..)
- Valider que la personne est bien propriétaire de l'adresse courriel ou du dispositif mobile
- Valider des pièces émises par une entité de confiance (ex: un gouvernement)

## Services disponibles en ligne

- <http://www.callcredit.co.uk/products-and-services/fraud-and-id/callvalidate>
- <https://www.infodirect.ca/Welcome>
- <http://www.idchecker.com/>
- <https://www.idology.com/id-verification/id-verification/>

Gestion de l'identité 2.0



# Enjeux pour des services sensibles

## Pour le gouvernement

- Cohérence du message à l'égard de la protection des renseignements personnels et de la vie privée

## Pour les institutions financières

- Intérêt pour l'attrait de nouveau client
- Nécessité de renforcement pour délivrer les services sensibles

# Conclusion

Le bénéfice de l'expérience utilisateur semble l'emporter sur la crainte de la communication des informations du profil utilisateur

- Les institutions délivrant des services sensibles (institution financière et gouvernement) devront faire face à cet engouement

Le choix doit être donné aux utilisateurs d'évaluer si la sensibilité de leur information est plus importante que l'inconvénient de compléter les étapes de création d'un compte

# Merci

[Thierry.Brisset@vision-information.ca](mailto:Thierry.Brisset@vision-information.ca)

<http://ca.linkedin.com/in/ThierryBrisset>