

2ème année Cycle Supérieur (2CS)

Systèmes d'Information et Technologies (ST)

Audit et Gouvernance des systèmes d'Information

AU-04

Rapport d'Audit des pages Facebook et Twitter

Volet : Admin & Sécurité & Usage

Réalisé par :

- | | |
|---------------------|-----------------------------|
| - RADJI Maria | - BOUZIDI Nibras Norelislam |
| - BELLATRECHE Nihad | - LOURGUIOUI Zohir |
| - ELKORICHI Ahlem | |
| - BOUNOUGHHAZ Maria | |
| - Nedjam walaa | |

Encadré par : Mr.Ghomari

Promotion : 2024 - 2025

Table de matières

1. Introduction.....	3
3. Recommandations :.....	6
4. Mention des limitations:.....	7
5. Annexe :.....	7
Démarche suivi:.....	7
Questionnaire:.....	7
Recommandation détaillées:.....	12
Preuves :.....	14
Ressources:.....	15
6. Conclusion:.....	16

1. Introduction

Ce rapport présente une évaluation approfondie de la présence et des pratiques de l'École Nationale Supérieure d'Informatique (ESI) sur les réseaux sociaux, incluant non seulement Facebook et Twitter, mais aussi d'autres plateformes pertinentes.

L'objectif est d'analyser la stratégie numérique globale de l'école, son alignement avec les meilleures pratiques en matière de communication institutionnelle, et son adéquation avec les attentes des différentes parties prenantes (étudiants, enseignants, partenaires).

Notre démarche s'appuie sur une revue critique du rapport d'audit existant, enrichie par une analyse comparative avec les normes internationales (ISO, NIST..) et les tendances actuelles en gestion des médias sociaux. En évaluant la cohérence des publications, l'engagement du public, la sécurité des comptes et la conformité légale, ce travail vise à proposer des recommandations concrètes pour renforcer l'impact et la crédibilité de l'ESI dans l'espace numérique.

2. Constats d'audit précédent

Dans cette section, nous présenterons les principaux constats issus de l'audit, en mettant en évidence à la fois les points forts et les axes d'amélioration relatifs à la sécurité et à l'administration des réseaux sociaux de l'École Supérieure d'Informatique (ESI). Cette analyse vise à éclairer les défis actuels ainsi qu'à identifier les leviers d'action permettant de renforcer durablement la présence et la sécurité en ligne de l'ESI.

Volet	Points forts	Points d'amélioration
Sécurité	Respect de la loi 18-07 de la protection des données personnelles	L'absence de certification avec le badge de page bleue sur la page Facebook officielle de l'établissement universitaire constitue une preuve directe du non-respect des directives du plan numérique du secteur Programme 3.6 .
	////	L'absence d'un protocole en cas de compromission de compte et l'insuffisance des mesures actuelles telles que l'authentification à deux facteurs et l'authentification Microsoft .
	////	Le non-respect des politiques de sécurité de l'école, qui stipulent que la page de l'école ne doit pas être ouverte à partir de dispositifs personnels des administrateurs afin d'éviter l'accès non autorisé aux informations sensibles ou la compromission de comptes.
Admin	Le respect de l'image de l'ESI dans la politique de gestion des commentaires négatifs ou critiques.	L'insuffisance des membres d'équipe d'édition dédiée pour créer du contenu attrayant et cohérent pour les pages Facebook et Twitter de l'établissement représente une lacune significative dans sa stratégie.
		Aucun protocole clair n'existe pour faire face à des situations critiques telles que : piratage de compte, diffusion de fausses informations, ou afflux massif de commentaires négatifs.

	La page officielle des réseaux sociaux sera associée à l'adresse e-mail institutionnelle de l'ESI, garantissant ainsi une propriété institutionnelle et une continuité même en cas de changement de personnel.	Manque de communication et planification entre les responsables Facebook / Twitter
Usagers	La prohibition de la publication des posts par les entreprises sur la page de l'ESI, ce qui préserve l'identité et la cohérence de la communication de l'école, renforçant ainsi l'image institutionnelle	Absence d'une équipe dédiée à la gestion des réseaux sociaux et le recours à des administrateurs bénévoles pour les pages Facebook et Twitter de l'école
	////	Les informations relatives à l'école sont trouvées sur d'autres pages, telles que les pages des clubs, avant d'être publiées sur la page officielle de l'école.
		Présence d'informations erronées ou incomplètes : → Lien LinkedIn de l'ESI non fonctionnel. → Numéros de téléphone différents selon les supports. → Biographie Facebook incomplète et peu professionnelle ("formation en graduati...").
		Le même type de contenu est posté sur les deux plateformes sans adaptation aux spécificités : → Aucun usage optimisé des formats (ex : threads sur Twitter, albums photo sur Facebook). → Absence d'optimisation des hashtags et des heures de publication.
		L'aspect visuel des publications est peu soigné (qualité des visuels, absence de design cohérent, faiblesse esthétique générale), ce qui nuit à l'image de l'institution.
		L'ESI n'a pas de présence active sur Instagram, YouTube, ni LinkedIn, ce qui limite fortement sa visibilité auprès de sa cible principale (étudiants actuels et futurs).

Cet audit des réseaux sociaux de l'ESI révèle une base institutionnelle solide, notamment en matière de respect de la protection des données et de gestion sécurisée des comptes. Toutefois, des lacunes stratégiques persistent : absence de protocole de crise, faible différenciation des contenus entre plateformes, qualité visuelle insuffisante, et manque de présence sur des réseaux populaires comme Instagram et LinkedIn.

En réponse, nous avons formulé des recommandations concrètes visant à renforcer la structure de communication, à diversifier les canaux utilisés, et à améliorer la qualité et l'impact du contenu diffusé.

La mise en œuvre de ces mesures permettra à l'ESI d'assurer une présence numérique plus cohérente, plus attractive et alignée avec ses ambitions d'excellence académique.

3. Recommandations :

Dans cette section, nous proposons une série de recommandations visant à renforcer la présence en ligne de l'École Supérieure d'Informatique (ESI) et à garantir une gestion efficace et cohérente de ses plateformes numériques. Ces recommandations s'inscrivent dans le cadre d'une amélioration des propositions issues du rapport d'audit précédemment réalisé, et ont été proposées pour assurer une mise en œuvre optimale des actions suivantes :

- Solliciter la tutelle de penser à la certification de la page twitter .
- Demande d'acquisition du badge bleu auprès du ministère drdn-secret@mesrs.dz.
- Adoption d'une charte graphique et respect d'un planning de partage de contenu.
- Mettre en place une plateforme de gestion des publications web, incluant la gestion des publieurs, des contenus et des opérations de publication.
- Former le service communication en marketing et en design pour améliorer la gestion de la page Facebook et augmenter la qualité des publications.
- Utiliser Instagram en complément de Facebook pour toucher un public étudiant, qui utilise principalement cette plateforme, et suivre les tendances actuelles.
- Intégrer les responsables des clubs comme acteurs de la plateforme, afin qu'ils puissent proposer des publications mettant en avant leurs événements, compétitions, collaborations et autres activités pour renforcer la visibilité de leurs actions.
- Impliquer les présidents de clubs comme contributeurs officiels au contenu publié sur les réseaux sociaux de l'ESI, en collaboration avec le service communication, pour assurer une coordination harmonieuse et respecter la priorité de diffusion via les canaux officiels de l'École.

4. Mention des limitations:

- L'absence d'entretiens avec les responsables des clubs et le service chargé de la gestion des pages Facebook et Twitter de l'ESI empêche d'évaluer leur degré d'engagement actuel et complique l'anticipation de leur niveau de collaboration pour les actions futures.

- L'absence d'une vision détaillée du processus actuel de gestion des publications.
- Des questions trop générales ont conduit à un manque d'informations précises et à des réponses peu claires

5. Annexe :

Démarche suivie:

La démarche suivie par l'équipe a consisté en une analyse approfondie du rapport précédent, suivie d'une étude globale sur la faisabilité des recommandations proposées. Cette étude a permis d'évaluer la qualité des questions soulevées, en vérifiant si elles étaient suffisantes ou si des éléments supplémentaires étaient nécessaires pour garantir la pertinence et l'efficacité des actions suggérées. En outre, l'équipe a veillé à prioriser les recommandations de manière à faciliter une mise en œuvre progressive et optimale.

Questionnaire:

Volet sécurité :

1. Questions supprimé

"Y a-t-il des audits réguliers des pratiques de sécurité sur les réseaux sociaux ?"

Critique : La réponse évoque un audit externe avorté pour des raisons budgétaires, mais ne mentionne pas d'auto-évaluations internes (ex : cadres comme NIST SP 800-53 ou ISO 27001). La question devrait cibler les processus internes.

2. Questions existantes reformulées

- **Gestion des mots de passe :**
 - « Comment les mots de passe des comptes administrateurs sont-ils gérés et stockés ? »
 - **Amélioration** « Quelle est votre politique de gestion des mots de passe administrateurs (complexité, renouvellement, stockage chiffré, etc.) et sont-ils protégés conformément aux bonnes pratiques (hashage, coffre-fort de mots de passe) ? »
- **Protocole en cas de compromission :**

- « Y a-t-il des protocoles en place pour les situations de compromission de compte ? »
- **Amélioration** « Existe-t-il une procédure de gestion des incidents spécifiquement prévue pour la compromission d'un compte administrateur (désactivation rapide, changement de mots de passe, notification, etc.) ? »

Outils de surveillance :

- « Quels outils ou services de surveillance sont utilisés pour la détection des activités suspectes ? »
- **Amélioration** « Quelles solutions (moniteurs, alertes de sécurité, journaux d'audit) sont en place pour détecter et analyser les activités anormales ou malveillantes sur les comptes de réseaux sociaux ? »

Questions proposés :

Gestion des Accès et RBAC (Rôle-Based Access Control)

- "Les comptes administrateurs sont-ils configurés selon le principe du moindre privilège (ISO 27001, A.9.2.3) ? Détaillez les rôles (éditeur, modérateur, etc.) et leurs permissions spécifiques."
- "Existe-t-il une procédure de révocation immédiate des accès pour les administrateurs quittant l'ESI (ex : conformité à l'ISO 27035 pour la gestion des incidents) ?"

Sécurité Technique

- "Quels outils de détection d'intrusion (IDS) ou de surveillance (ex : SIEM) sont utilisés pour identifier les activités suspectes (ex : connexions anormales) ? Référence : NIST SP 800-61."
- "La page Facebook utilise-t-elle des certificats SSL/TLS pour les liens intégrés (site web de l'ESI) ? (ISO 27001, A.14.1.2)."

Formation et Sensibilisation

- "Les administrateurs suivent-ils des formations annuelles sur les risques liés aux réseaux sociaux (ex : phishing, ingénierie sociale) ? Source : ISO 27001, A.7.2.2."

Continuité d'Activité

"Un plan de reprise d'activité (PRA) est-il prévu en cas de piratage des comptes (ex : restauration des pages, communication de crise) ? Alignement sur l'ISO 22301."

Authentification multifacteur (MFA) :

« Les comptes administrateurs des pages sociales sont-ils protégés par une authentification multifacteur (MFA) ? » – La recommandation NIST SP 800-63B spécifie que pour des données personnelles en ligne, le niveau d'authentification minimal doit être AAL2 (authentification multifacteur)

Fermeture de session et mémorisation des mots de passe :

« Les administrateurs ferment-ils systématiquement leur session après utilisation et désactivent-ils l'option de mémorisation automatique des mots de passe ? » – Conformément aux bonnes pratiques d'ENISA, il est recommandé de se déconnecter systématiquement après chaque session et de ne pas laisser la fonction "se souvenir du mot de passe" activée

Volet admins:

1. Quels sont les critères de sélection pour les comptes administrateurs ?

- **Critique :** Question trop générale.
- **Amélioration :** Ajouter un mot pour forcer une réponse plus claire :
→ "Existe-t-il des critères officiels ou documentés pour la sélection des comptes administrateurs ?"

2. Comment envisagez-vous de faire en sorte que le public soit rassuré que la page accédée est officielle ?

- **Critique :** Bonne question, claire et pertinente.
- **Amélioration :** Aucune.

3. Les niveaux d'accès des administrateurs sont-ils définis de manière appropriée en fonction de leurs responsabilités ?

- **Critique :** Bonne question.
- **Amélioration :** Aucune.

4. Que représentent les administrateurs dans l'organisation ? Existe-t-il une cellule dédiée à la gestion des réseaux sociaux ?

- **Critique :** Bonne question.
- **Amélioration :** Aucune.

5. Quelle est la fréquence de publication actuelle sur les pages Facebook et Twitter ? Est-elle cohérente avec les activités de l'école ?

- **Critique** : Légèrement lourde (deux sujets dans une question).
- **Amélioration** : Découper en deux questions :
 - a) "Quelle est la fréquence de publication actuelle ?"
 - b) "Est-elle cohérente avec les activités principales de l'école ?"

6. Quelle est la couverture maximale d'une publication sur la page Facebook ?

- **Critique** : Question un peu faible seule (chiffre brut sans analyse).
- **Amélioration** : Aucune.

7. Quel est le nombre d'impressions sur la meilleure publication de la page Facebook ?

- **Critique** : Trop technique sans contexte.
- **Amélioration** : Fusionner avec la question précédente sur la couverture maximale pour former une question globale sur la performance.

8. Depuis quelles villes vos abonnés proviennent-ils principalement ?

- **Critique** : Bonne question, exploitable.
- **Amélioration** : Aucune.

9. Y a-t-il des restrictions sur la prise de photos/vidéos lors des événements ?

- **Critique** : Très bonne question, surtout liée aux lois locales.
- **Amélioration** : Ajouter :
→ "Y a-t-il une politique officielle affichée lors des événements pour prévenir les participants ?"

10. Quelle est la politique de gestion des commentaires négatifs ou critiques ?

- **Critique** : Bonne question.
- **Amélioration** : Aucune.

11. Quels sont les pics d'activités sur la page (heures/jours où l'engagement est le plus élevé) ?

- **Critique** : Très bonne question pour l'optimisation des publications.
- **Amélioration** : Ajouter :
→ "Les pics d'activité sont-ils pris en compte pour planifier les publications ?"

Questions Ajoutés

- **Contenu / Planification**
 - Existe-t-il un planning éditorial annuel ou semestriel pour la gestion des publications ?
 - Les publications sont-elles validées par un responsable avant publication sur les pages officielles ?
- **Visibilité et Stratégie**
 - Un lien vers la page Facebook officielle est-il présent sur le site web officiel de l'école pour renforcer la visibilité et l'authenticité ?
- **Interaction avec les utilisateurs**
 - Analysez-vous les statistiques d'engagement pour ajuster vos stratégies de communication périodiquement (ex : chaque trimestre) ?

volet usagers

1. Quel est le taux d'engagement sur les publications et la page récemment ?

- **Critique** : Bonne question. Directe et utile pour évaluer la vitalité de la page.
- **Amélioration** : Aucune.

2. Comment la page utilise-t-elle ces informations pour personnaliser son contenu et ses interactions ?

- **Critique** : Excellente question.
- **Amélioration** : Aucune.

3. Comment analysez-vous les performances de vos publications ? (outils d'analyse, tableaux de bord)

- **Critique** : Bonne question, claire.
- **Amélioration** : Aucune.

4. Utilisez-vous les données d'analyse pour identifier les tendances et améliorer vos stratégies ?

- **Critique** : Très bonne question.
- **Amélioration** : Aucune.

Questions Ajoutés

- **Engagement & Audience**
 - Analysez-vous la répartition de votre audience (tranche d'âge, sexe, localisation) pour cibler davantage vos publications ?

- **Personnalisation / Interaction**

- Avez-vous mis en place une politique de réponse rapide aux commentaires et aux messages privés des abonnés ?
- Existe-t-il une stratégie pour encourager les interactions des abonnés (ex : questions ouvertes, concours, sondages) ?

- **Utilisation des outils**

- Utilisez-vous des outils externes (ex : Hootsuite, Buffer, Meta Business Suite) pour planifier et analyser les publications ?
- Avez-vous défini des objectifs de performance chiffrés pour votre page (ex : taux d'engagement cible, croissance du nombre d'abonnés) ?

Recommandation détaillées:

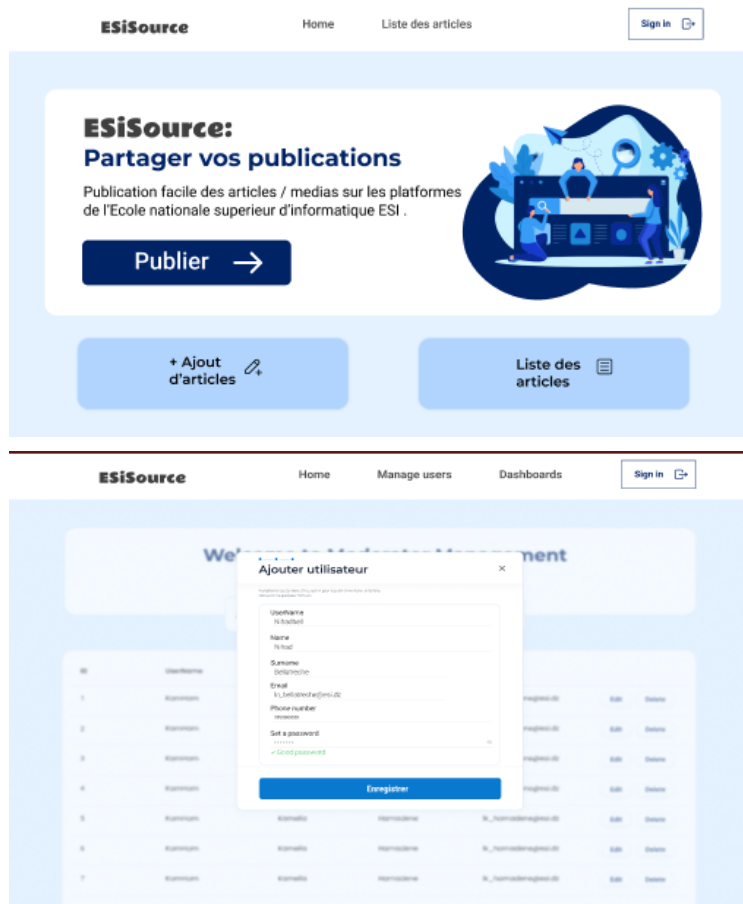
Type de modification			
Modifiée	Avant	Après	Raison
	<ul style="list-style-type: none"> ● Instaurer des mesures de sanction à l'encontre des présidents de clubs en cas de non respect de la priorité de la page de l'ESI concernant la diffusion d'actualités des événements. <ul style="list-style-type: none"> ○ Prévoir des sanctions claires et appropriées en cas de non-respect de la priorité de publication sur la page de l'ESI. Ces sanctions peuvent inclure des avertissements formels, des amendes financières ou des restrictions de participation à des événements futurs. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Impliquer les présidents de clubs comme acteurs de la stratégie de communication et de publication de contenu. <ul style="list-style-type: none"> ○ Les présidents de clubs seront intégrés en tant que contributeurs officiels au contenu publié sur les réseaux sociaux de l'ESI. Ils travaillent en collaboration avec le service communication pour assurer une coordination harmonieuse et respecter la priorité de diffusion via les canaux officiels de l'École. Cette approche vise à renforcer l'implication des clubs tout en garantissant une communication cohérente et conforme aux objectifs institutionnels. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Les clubs, composés de jeunes créatifs et à jour sur les tendances numériques, apportent dynamisme et innovation à la communication de l'ESI, renforçant ainsi son image en ligne.

Supprimer	Recommandation	raison
	<ul style="list-style-type: none"> • créer une cellule organisationnelle formelle chargée de la gestion des réseaux sociaux, avec des membres formés et compétents pour assurer une présence en ligne cohérente, professionnelle et sécurisée . <ul style="list-style-type: none"> ○ L'École Supérieure d'Informatique (ESI) devrait créer une cellule organisationnelle spécifique dédiée à la gestion des réseaux sociaux. Cette cellule peut être composée de membres du personnel désignés ayant des compétences en communication, en marketing digital et en gestion de contenu en ligne. 	<ul style="list-style-type: none"> • L'École Supérieure d'Informatique (ESI), en tant qu'établissement public, est soumise à un cadre réglementaire strict qui ne permet pas la création autonome de nouvelles structures organisationnelles, telles qu'une cellule dédiée exclusivement à la gestion des réseaux sociaux. La mise en place d'une telle cellule nécessiterait une approbation administrative formelle et ne relève pas de la simple initiative interne.
	<ul style="list-style-type: none"> • Définir clairement les responsabilités et créer une ressource dédiée, chargé de rédiger, filmer et veiller au respect de la charte de l'école . <ul style="list-style-type: none"> ○ Il est essentiel de définir clairement les rôles et responsabilités de chaque membre impliqué dans la gestion des réseaux sociaux de l'École Supérieure d'Informatique (ESI). Cela inclut la désignation d'une équipe spécifique chargée de la création, de la rédaction et de la publication de contenu sur les plateformes numériques. 	<ul style="list-style-type: none"> • En l'absence d'une équipe spécifiquement dédiée à la communication numérique ou à la gestion des réseaux sociaux, il n'est pas pertinent de proposer une définition claire des responsabilités, celles-ci ne pouvant être attribuées de manière formelle à des agents spécifiquement formés et désignés pour cette mission.
Ajoutée	Recommandation	raison
	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre en place une plateforme de gestion des publications web, incluant la gestion des publieurs, des contenus et des opérations de publication 	<ul style="list-style-type: none"> • Étant donné que l'ESI est un établissement public et ne peut pas créer une cellule dédiée aux médias,

	<ul style="list-style-type: none"> • Former le service communication en marketing et en design afin d'améliorer la gestion de la page Facebook et d'augmenter la qualité des publications 	<ul style="list-style-type: none"> • En tant qu'établissement public, ESI ne dispose pas des prérogatives nécessaires pour recruter un spécialiste en marketing digital ou en communication
	<ul style="list-style-type: none"> • Utiliser Instagram en complément de Facebook, afin de suivre les tendances actuelles et toucher un public étudiant qui utilise majoritairement cette plateforme. 	<ul style="list-style-type: none"> • Une présence dynamique sur Instagram modernise l'image de l'ESI et la rend plus attractive auprès des nouveaux étudiants.
	<ul style="list-style-type: none"> • Intégrer les responsables des clubs comme acteurs de la plateforme, afin qu'ils puissent proposer des publications mettant en avant leurs différents événements, participations à des compétitions, collaborations et autres activités, pour renforcer la visibilité de leurs actions 	<ul style="list-style-type: none"> • Diversifier le contenu publié, assurer une couverture plus complète des activités étudiantes, et valoriser l'engagement associatif au sein de l'école, tout en allégeant la charge de travail du service communication

Preuves :

- Plateforme de gestion des publications pour le webmaster



Ressources:

- ISO/IEC 27001:2022 (sécurité de l'information),
- ISO/IEC 27701:2019 (protection de la vie privée),
- Recommandations ENISA (sécurité des réseaux sociaux)
- NIST SP 800-53 – Contrôles de sécurité pour les médias sociaux.
- Loi algérienne 18-07 – Protection des données personnelles.
- Projet MPSI encadré par Mr. Harkat (Plateforme de gestion des publications pour le webmaster)
- Guide IFACI, Guide du rapport d'audit, Lien : [Guide-Rapport-Audit.pdf \(ifaci.com\)](#)
- Woo Paris, Comment faire un audit Social Media ?, Lien : [Woo - Comment faire un audit social media](#)

6. Conclusion:

L'analyse de la présence et des pratiques de l'ESI sur les réseaux sociaux révèle une opportunité significative d'optimisation, au-delà des plateformes traditionnelles comme Facebook et Twitter. Bien que l'école dispose d'une base d'abonnés solide et d'un contenu institutionnel, des lacunes persistent en matière de stratégie unifiée, de diversification des plateformes (ex : LinkedIn pour le réseau professionnel, Instagram pour la visibilité étudiante) et de mesure d'impact.

En modernisant son approche des réseaux sociaux, l'ESI pourra non seulement améliorer sa communication, mais aussi renforcer son attractivité et son rayonnement à l'échelle nationale et internationale. Ce rapport sert ainsi de feuille de route pour transformer les médias sociaux en leviers stratégiques, alignés sur la mission éducative et l'image innovante de l'école.