

Les médias ont besoin d'un moyen sûr et automatisé de gérer les accès utilisateur



Les médias, ou l'industrie de la communication de masse, comprend le numérique, les réseaux sociaux, la presse papier ou encore la télévision. Les médias travaillent avec de nombreux consultants externes pour mettre en œuvre ses programmes, ce qui se traduit par un vaste éventail d'utilisateurs, tant internes qu'externes, qui accèdent à des ressources professionnelles, compliquant d'autant l'IAM.



De nombreuses améliorations sont nécessaires dans le comportement de mes employés en matière de sécurité.



52 % Médias



40 % Moyenne générale



Notre avis : Les médias estiment qu'un renforcement de la sécurité est nécessaire, sans doute parce qu'ils travaillent avec de nombreux consultants et peuvent observer les pratiques de partage peu sûres au quotidien. Sans compter que 51 % des entreprises de médias ont bravé au moins 3 cyberattaques en 1 an¹.

Gérer les accès des utilisateurs est important pour mon organisation.



34 % Médias



9 % Moyenne générale



Notre avis : La gestion des accès est extrêmement importante pour les médias. S'ils étaient dans l'incapacité de gérer les accès, les consultants externes ne pourraient pas accéder à leur travail et leur productivité serait affectée.

La mise en œuvre d'une meilleure approche de l'IAM pourrait améliorer l'efficacité des employés.



60 % Médias



53 % Moyenne générale

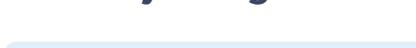


Notre avis : Ce qui explique que **le facteur productivité de l'IAM est plus important sur le secteur des médias.** Si une entreprise de médias travaille régulièrement avec des consultants, tout retard dans la délégation des accès diminue la productivité, qu'il ne la réduit pas à néant.

Obtenir une meilleure visibilité sur mes utilisateurs finaux est une priorité.



44 % Médias



41 % Moyenne générale



Notre avis : Les médias privilégient également une plus grande visibilité sur les utilisateurs finaux, qui s'avère difficile étant donnée la diversité des consultants et des solutions utilisés pour gérer un personnel disparate.

La demande d'une solution simple à utiliser représente un défi.



44 % Médias



37 % Moyenne générale



Notre avis : Les utilisateurs finaux des entreprises de médias demandent une solution plus simple à utiliser, qui permet par exemple le partage sécurisé, comme le partage d'identifiants sur les réseaux sociaux, et des moyens de collaborer en toute sécurité pour les équipes distantes.

L'automatisation des processus d'IAM est un domaine à améliorer.



49 % Médias



40 % Moyenne générale



Notre avis : L'automatisation est perçue comme un domaine à améliorer sur le secteur des médias. Lorsque l'on travaille avec des consultants, il est essentiel de pouvoir inscrire et radier rapidement. Un retard dans l'inscription interrompt la productivité et un retard dans la radiation crée un risque d'exposition.

Le manque de budget est un défi pour l'IAM.



37 % Médias



24 % Moyenne générale



Notre avis : Toutefois, les médias ont du mal à financer toutes les initiatives nécessaires pour relever les défis en matière d'IAM, et 40 % d'entre eux ne sont pas couverts pour les cyberincidents dans le cadre de leur assurance existante¹, ce qui peut expliquer pourquoi les médias rencontrent des difficultés en matière d'IAM.

NOS RECOMMANDATIONS POUR LES MÉDIAS :



Envisager l'authentification unique et la gestion des mots de passe.

Pour répondre à ces besoins, évaluez des solutions qui intègrent à la fois l'authentification unique et la gestion des mots de passe, car elles sont plus faciles à adopter par les employés et moins onéreuses.



Améliorer l'efficacité grâce à l'automatisation.

Les médias ont intérêt à automatiser les processus d'IAM, afin que les employés puissent accéder rapidement à leurs tâches.



Obtenir une vue unifiée des comportements des utilisateurs finaux.

Une visibilité unifiée des comportements des utilisateurs finaux permettra de mieux comprendre le partage d'identifiants et favorisera des comportements moins risqués parmi les employés.

En savoir plus : <https://www.lastpass.com/fr/products/identity>

Sources :
1. <https://www.securitymagazine.com/articles/89404-media-and-entertainment-industry-unprepared-for-cyber-risks>
2. Données d'enquête LastPass