

Sensibilisation cybersécurité

Votre plan d'actions 2026

Par Audrey BOUSSICAUD, Responsable pédagogique Conscio Technologies



RSSI, votre plan de sensibilisation 2026 sous le sapin !

Si je devais résumer l'année 2026 en un mot pour les RSSI, ce serait :
transformation.
Pas technologique – culturelle.

Car soyons lucides :

Les outils se multiplient, les menaces aussi, mais l'humain reste la dernière ligne de défense... et parfois la moins outillée. Pas par manque de bonne volonté, mais parce qu'on a longtemps confondu former et transformer.

Former, c'est transmettre.

Transformer, c'est provoquer un changement réel, observable, durable.

Ce white paper est un cadeau que nous remettons à nos clients. Il ne s'agit pas d'un gadget mais d'un plan d'actions 2026 clé en main, aligné sur les mécanismes du cerveau, la réalité des organisations, et les enjeux du RSSI d'aujourd'hui.

Mon ambition :

- › **que vous y trouviez au moins 3 idées immédiatement actionnables,**
- › **et peut-être même un nouveau regard sur ce qu'est véritablement la sensibilisation aujourd'hui.**



[Audrey BOUSSICAUD](#)
Responsable pédagogique Conscio Technologies





Sommaire

> PARTIE 1 : 2026 : l'année où la sensibilisation doit franchir un cap	04
> PARTIE 2 : Les lois de l'apprentissage qui doivent guider toute stratégie de sensibilisation	05
> PARTIE 3 : Les 4 piliers pédagogiques 2026 : Interpeller → Expliquer → Appliquer → Réactiver	07
> PARTIE 4 : 2026 : fin du one-shot, début de la maturité par niveaux	09
> PARTIE 5 : Le Plan d'Actions 2026 : 12 mois pour installer une vraie culture cyber	10
> PARTIE 6 : Les formats différenciants à intégrer absolument	13
> PARTIE 7 : Quelques campagnes de tests phishing	14
> PARTIE 6 : Le tableau de bord 2026 du RSSI	15
> PARTIE 7 : Conclusion : 2026 doit être l'année du réflexe	16



PARTIE 1

2026 : l'année où la sensibilisation doit franchir un cap

Pendant des années, les RSSI ont dû répondre à une équation impossible dans le contexte de la sensibilisation cybersécurité :

- ✓ faire venir les collaborateurs,
- ✓ les garder jusqu'au bout,
- ✓ leur faire retenir,
- ✓ les amener à appliquer.



Mais en 2026, l'enjeu évolue : l'attention est devenue la ressource la plus rare.

Le collaborateur jongle entre notifications, réorganisations, projets IA, changements métier... et un module e-learning classique atteint difficilement sa cible face à autant de stimuli concurrents.

La question n'est donc plus : "**Comment informer ?**", mais :

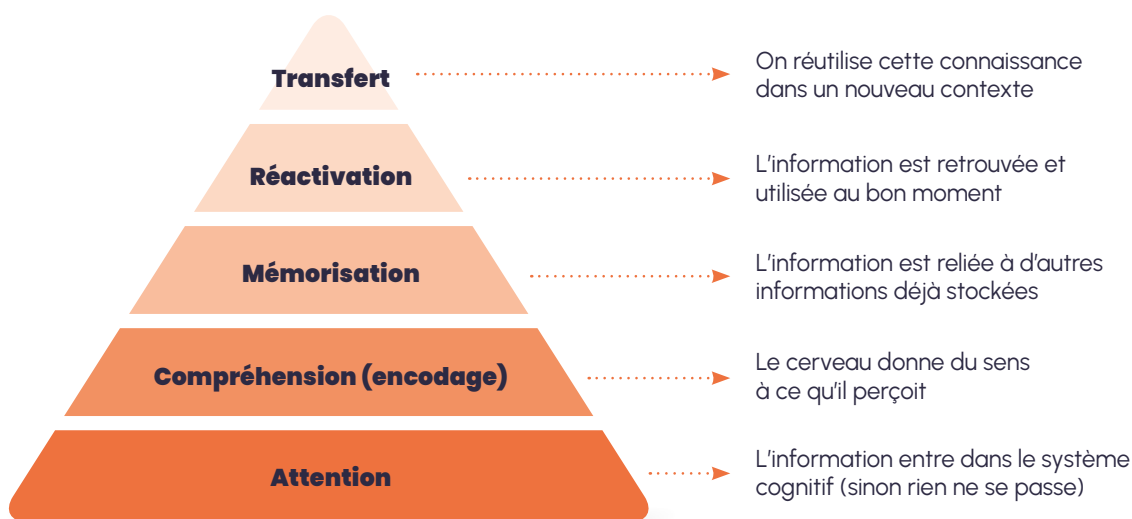
" Comment captiver, ancrer et déclencher un passage à l'action en situation réelle ? "



PARTIE 2

Les lois de l'apprentissage qui doivent guider toute stratégie de sensibilisation

Les neurosciences sont claires : un collaborateur n'apprend durablement que si le dispositif respecte 5 étapes cognitives essentielles.



1. Attention > le carburant de tout apprentissage

Sans attention, rien n'entre. Ce qui fonctionne :

- ✓ **formats courts,**
- ✓ **micro-surprises,**
- ✓ **storytelling,**
- ✓ **interactivité utile,**
- ✓ **contextualisation métier.**



Nos modules sont conçus pour créer des micro-surprises et des changements de rythme, ce qui relance automatiquement l'attention.

On capte l'attention avec du court, du concret et des petites surprises.



PARTIE 2

2. Compréhension > donner du sens

Le collaborateur apprend mieux :

- ✓ quand le contenu va du simple au complexe,
- ✓ quand il est segmenté,
- ✓ quand il parle de son quotidien. La surcharge cognitive tue la pédagogie.



Vos collaborateurs ne vont pas «subir» un module. Ils vont comprendre naturellement, parce qu'on respecte comment le cerveau fonctionne vraiment : du simple au complexe, par petites doses, sans surcharge, avec des exemples de leur quotidien.

3. Mémorisation > ancrer l'essentiel

Les émotions légères, l'humour, les exemples concrets, les erreurs suivies de feedback sont beaucoup plus efficaces qu'un simple message informatif.



Se tester est 50 % à 100 % plus efficace que relire.

On retient 2 à 3 fois mieux ce qui nous fait réagir : storytelling, émotion, humour, autant de leviers pour créer un souvenir utile.

4. Réactivation > maintenir dans la durée

Sans rappel : 70 % oublié en 48h.

Avec 3 rappels espacés : jusqu'à 80 % de rétention à 6 mois.



Un mois après une formation « one-shot », vos collaborateurs ont oublié 80 % du contenu. Avec 3 rappels espacés, on passe à 80 % de rétention à 6 mois.

On réactive les bonnes pratiques à des moments stratégiques : c'est ce qui change un apprentissage court en automatisme durable.

5. Transfert > automatiser en situation réelle

C'est le moment où le collaborateur applique spontanément le bon geste dans un contexte réel. C'est le vrai KPI du RSSI.



On guide progressivement les collaborateurs vers l'autonomie : ils appliquent dans la vraie vie ce qu'ils ont exercé dans le module.



PARTIE 3

Les 4 piliers pédagogiques 2026 :

Interpeller > Expliquer > Appliquer > Réactiver

Tout programme efficace repose sur une progression pédagogique structurée.



1. Interpeller :

> provoquer un déclic

Objectif : susciter l'attention, l'émotion et la prise de conscience.

Formats phares :

- ✓ Vidéos Funnys But Serious,
- ✓ chatbots "faits insolites",
- ✓ vidéos punchlines.

2. Expliquer :

> rendre simple ce qui est complexe

Objectif : éclairer, structurer, clarifier.

Formats phares :

- ✓ Vidéos interactives,
- ✓ "C'est quoi ?",
- ✓ modules explicatifs courts.



PARTIE 4

3. Appliquer :

> créer des réflexes

Objectif : entraîner, tester, simuler.

Formats phares :

- ✓ Game maps,
- ✓ vidéos situationnelles,
- ✓ guides du nouvel arrivant,
- ✓ CyberHéros.



4. Réactiver :

> transformer en automatisme durable

Objectif : consolider, rappeler, renforcer.

Formats phares :

- ✓ Cyber Flash,
- ✓ chatbots,
- ✓ micro-snacks.

Cette mécanique est ce qui sépare la "formation" d'un programme de transformation culturelle.



PARTIE 4

2026 : fin du one-shot, début de la maturité par niveau

Sur un même module, certains collaborateurs disent "trop simple", d'autres " je suis perdu".

La réponse pédagogique moderne :

**3 niveaux de maturité,
chacun avec 7 campagnes clés en main :**

Niveau 1 :

> acquérir les fondamentaux

Objectif : éviter les erreurs de base.

Contenus : protection de l'information, mot de passe, codes malveillants, phishing, ingénierie sociale, mobilité.

Niveau 2 :

> automatiser les bonnes pratiques

Objectif : devenir fiable dans des situations variées.

Contenus : fuite de données, authentification à double facteur, phishing par PJ, fraudes ingénierie sociale, Shadow IT, IA Generative.

Niveau 3 :

> penser comme un cyber-pro

Objectif : anticiper, diagnostiquer, comprendre les attaques.

Contenus : cybercriminalités : qui, quoi comment ?, anatomie d'une attaque, empreinte numérique, pratiques phishing avancées, IA, DDOS.

**" En 2026, un programme uniforme pour
10 000 collaborateurs n'a plus aucun sens.**

**Le RSSI gagne en efficacité quand
il personnalise sans complexifier."**



PARTIE 5

Le Plan d'Actions 2026 : 12 mois pour installer une vraie culture cyber

Voici un plan complet, utilisable immédiatement. Il s'appuie sur vos formats, vos progressions pédagogiques et vos trois niveaux de maturité.

Niveau 1 :

Objectif global : Comprendre l'essentiel pour éviter les erreurs de base

> En amont :

Campagnes d'information et teasing (Qu'est-ce qu'une cyberattaque ? Chatbot)

> 7 campagnes de sensibilisation

1 campagne = 1 thème cyber = 1 progression pédagogique

interpellation > **explication** > **application** > **réactivation**

Dernière campagne : un récap' final

		M-O	JAN - FÉV	MARS - AVR	MAI - JUIN	JUIL - AOÛT	SEPT - OCT	NOV	DÉC	M+2
THÉMATIQUES		COMMUNICATION	PROTECTION DE L'INFORMATION	MOT DE PASSE	CODES MALVEILLANTS	PHISHING	INGÉNIERIE SOCIALE	MOBILITÉ	RECAP	ÉVALUATION
MODULES	PRÉ CAMPAGNE DE COMMUNICATION: CHATBOT QU'EST-CE QU'UNE CYBERATTACHE ?	FBS - Bureau rangé, informations protégée (1) Comportements de base (4) Cherche & Trouve - Au bureau (5)	FBS - Mot de passe secret, pas de regret (1) Mot de passe: bonnes pratiques (4) Cyber Spécial Agent - Mot de passe (10)	FBS - 1 feuille pour bloquer votre entreprise (1) Ransomware (4) Cyber Spécial Agent - Codes malveillants (10)	FBS - Râblé/chi avant de cliquer (un clic, un risque) (1) Bonnes pratiques (4) Cherche et Trouve - Dans un e-mail (5)	FBS - Soyez sûr de l'identité de vos interlocuteurs ! (1) Bonnes Pratiques (7) Cyber Spécial Agent - Ingénierie sociale (10)	FBS - Voyagez léger, Soyez discret (1) Mobilité (3) Cherche et Trouve - Dans le train (5)	Une journée au travail: Matin (5) Mid (5) Après-midi (5)	ÉVALUATION À FROID BADGE "JE SUIS CYBER IMPLIQUÉ.E"	
FORMAT	E-mail	VIDÉO HUMORISTIQUE, VIDEO INTERACTIVE, CHERCHE & TROUVE	VIDÉO HUMORISTIQUE, VIDEO INTERACTIVE, GAME MAP	VIDÉO HUMORISTIQUE, VIDEO INTERACTIVE, GAME MAP	VIDÉO HUMORISTIQUE, VIDEO INTERACTIVE, CHERCHE & TROUVE	VIDÉO HUMORISTIQUE, VIDEO INTERACTIVE, GAME MAP	VIDÉO HUMORISTIQUE, VIDEO INTERACTIVE, CHERCHE & TROUVE	PARCOURS À EMBRANCHEMENT	Questionnaire en ligne	
DURÉE	3 min	10 min	15 min	15 min	10 min	18 min	9 min	15 min	5 min	
REACTIVATION (+ 2 SEMAINES)		MAIL CYBER FLASH	MAIL CYBER FLASH	MAIL CYBER FLASH	MAIL CYBER FLASH	MAIL CYBER FLASH	MAIL CYBER FLASH	MAIL CYBER FLASH		
KIT DE COM		FICHE THÉMATIQUE AFFICHE	FICHE THÉMATIQUE AFFICHE	FICHE THÉMATIQUE AFFICHE	FICHE THÉMATIQUE AFFICHE	FICHE THÉMATIQUE AFFICHE	FICHE THÉMATIQUE AFFICHE	FICHE THÉMATIQUE AFFICHE		

> En aval :

- Évaluation à froid (enquête de satisfaction et d'impact) avec rapport statistiques fourni
- Badge «Je suis cyber Impliqué.e»



PARTIE 5

Voici un plan complet, utilisable immédiatement. Il s'appuie sur vos formats, vos progressions pédagogiques et vos trois niveaux de maturité.

Niveau 2 :

Objectif global : faire des bonnes pratiques un automatisme, même dans des situations moins évidentes.

> En amont :

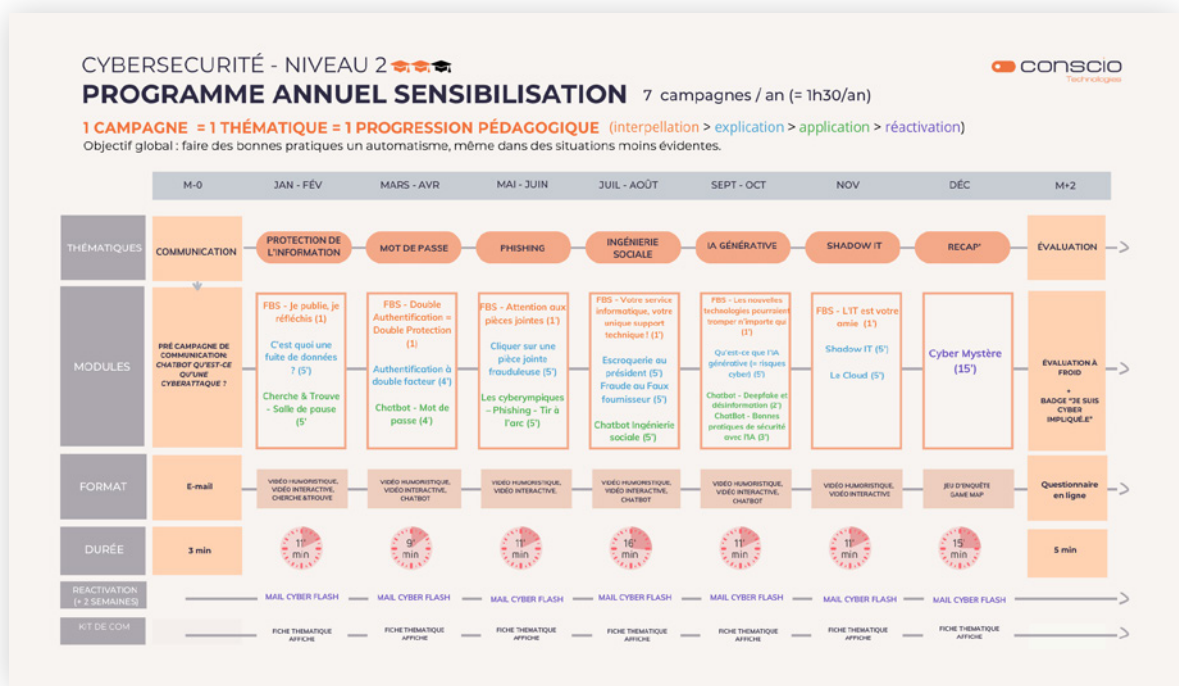
Campagnes d'information et teasing (Pourquoi se sensibiliser à la cybersécurité ? Chatbot)

> 7 campagnes de sensibilisation

1 campagne = 1 thème cyber = 1 progression pédagogique

interpellation > explication > application > réactivation

Dernière campagne : un récap' final



> En aval :

- Évaluation à froid (enquête de satisfaction et d'impact) avec rapport statistiques fourni
- Badge «Je suis cyber Impliqué.e»



PARTIE 5

Voici un plan complet, utilisable immédiatement. Il s'appuie sur vos formats, vos progressions pédagogiques et vos trois niveaux de maturité.

Niveau 3 :

Objectif global : développer une culture cyber solide, capable d'anticiper les risques et de comprendre les enjeux.

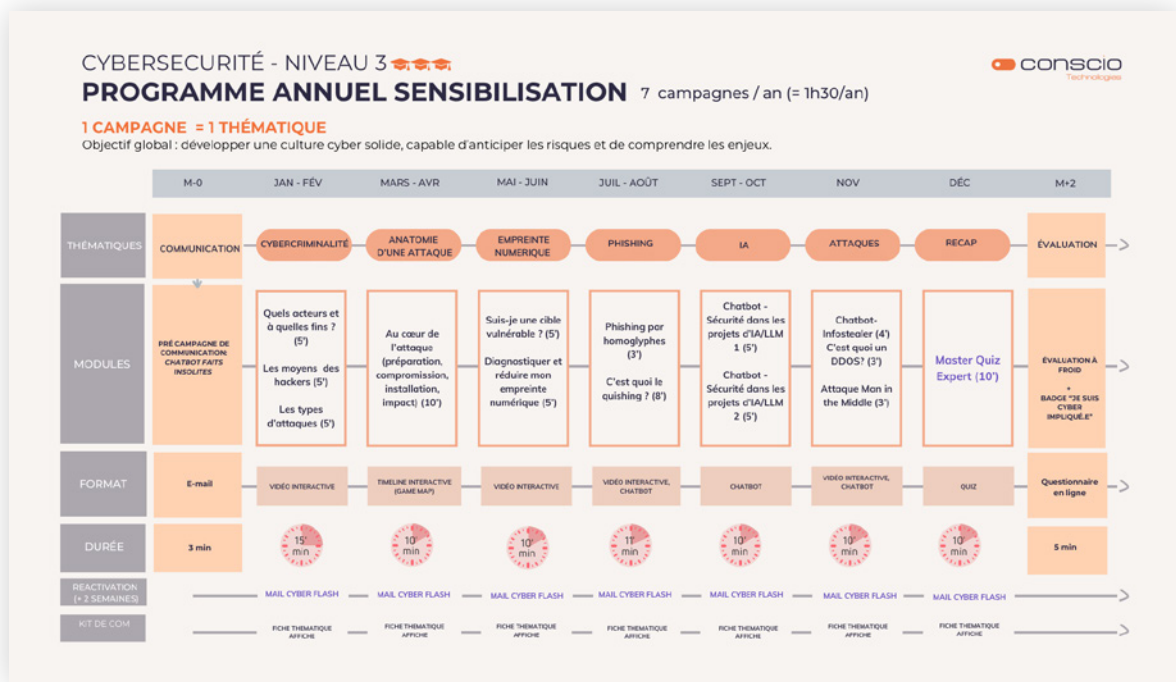
> En amont :

Campagnes d'information et teasing (Faits insolites Cyber 2 - Chatbot)

> 7 campagnes de sensibilisation

1 campagne = 1 thème cyber = 1 progression pédagogique

Dernière campagne : un récap' final



> En aval :

- Évaluation à froid (enquête de satisfaction et d'impact) avec rapport statistiques fourni
- Badge «Je suis cyber Impliqué.e»

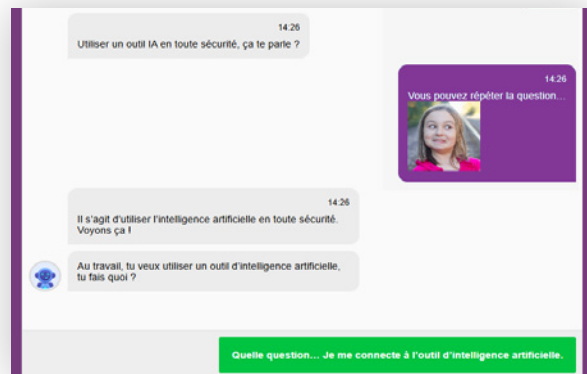


PARTIE 6

Les formats différenciants à intégrer absolument

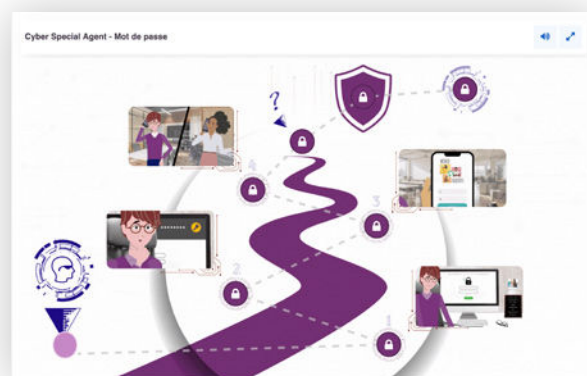
> Les chatbots

- ✓ Ultra adaptés au mobile,
- ✓ conversationnels,
- ✓ parfaits pour les populations difficiles,
- ✓ format court = taux d'ouverture élevé.



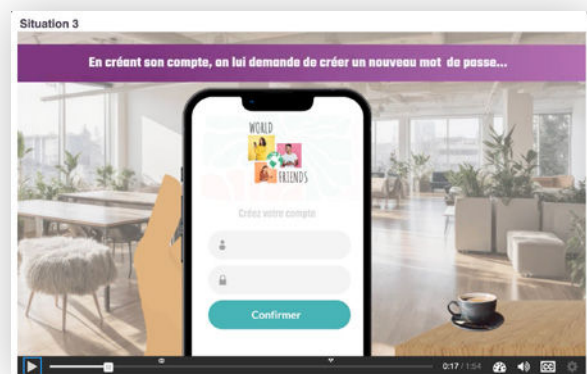
> Les game maps

- ✓ Exploration + autonomie,
- ✓ gamification légère,
- ✓ très forte rétention,
- ✓ excellente acceptation chez les métiers.



> Les missions immersives

Elles déclenchent un engagement émotionnel fort.
**On ne joue plus :
on vit une situation cyber.**



PARTIE 7

Quelques campagnes de tests phishing

- Le premier but recherché par les cybercriminels dans la composition de leurs e-mails de phishing est de **provoquer un stress ou une émotion** chez ceux qui le reçoivent. On sait que le stress provoque une chute immédiate et importante des capacités cognitives. La personne ainsi placée en situation de stress ne peut donc plus réfléchir correctement et analyser sereinement ce qui lui est demandé dans l'e-mail. De cette façon elle tombe plus facilement dans le piège qui lui est tendu.
 - En revanche, si elle attend une trentaine de secondes avant de faire quoi que ce soit, ses facultés cognitives se rétablissent, le stress généré commençant à se dissiper. Elle peut ainsi **prendre un recul nécessaire sur la légitimité et la crédibilité du message reçu**, et pourquoi pas, passer en revue les consignes qui lui auront été communiquées lors d'une sensibilisation préalable, ou encore demander son avis à un tiers. Il s'agit en quelque sorte d'appliquer la version numérique du « tourner 7 fois la langue dans sa bouche avant de parler ».
 - Cette capacité à prendre ce temps de retenue se cultive. Et c'est là tout l'intérêt d'un entraînement préalable au travers de campagnes de tests phishing. En combinant une simulation de phishing avec le rappel de la consigne qui est d'attendre au moins 30 secondes avant toute action, de façon suffisamment répétée, on finit par développer ce **réflexe d'attente et de prise de réflexion**.
- De cette façon on diminue considérablement le risque de se faire piéger.

Ne cherchez pas à piéger vos utilisateurs, entraînez-les !

➤ **Prévoyez 4 à 5 campagnes de tests phishing dans votre plan d'action :**

Avantages comité d'entreprise CE/CSE
Votre comité d'entreprise vous permet de partir en vacances en soutenant votre pouvoir d'achat.
Weekend à Disneyland Paris -65% (places limitées)
Je découvre l'ensemble de mes avantages
Veuillez trouver la liste de vos avantages. Certains avantages étaient limités dans le temps ou en nombre, le comité d'entreprise ne peut être tenu responsable de l'expiration de ceux-ci.
Service RH

Alerte ! Test de Sécurité Incendie
Le 30 octobre 2024, un test d'alerte incendie sera effectué dans tous les bureaux. Ce test est une mesure préventive importante pour garantir la sécurité de tous.
Détails du Test
• Date : 30 Octobre 2024
• Heure : 10h00 - 10h30
• Durée : Environ 30 minutes
• Lieu : Tous les bureaux
Confirmer ma participation

Règles à Suivre
• Ne pas paniquer – il s'agit d'un test.
• Évacuer les lieux en suivant les indications.
• Ne rien emporter avec vous lors de l'évacuation.
• Rendez-vous au point de rassemblement pour comptabilisation.

Bonjour à toutes et à tous,
Votre CSE innove ! et Accédez à toutes nos offres de voyages, bons plans et réductions exclusives ou que vous soyez, quand vous le souhaitez !
Découvrez notre nouvelle application mobile, pensée pour vous simplifier l'accès à vos avantages.
Scannez le QR code ci-dessous pour la télécharger dès maintenant et ne rien manquer !
À très bientôt sur l'app.
L'équipe de votre CSE

PARTIE 8

Le tableau de bord 2026 du RSSI

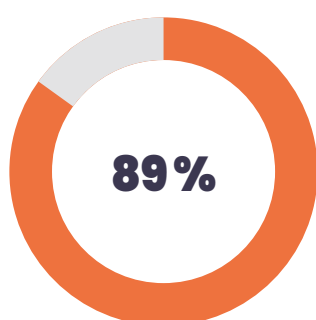
Les bons indicateurs ne sont pas uniquement des KPI d'apprentissage, mais des KPI de comportement réel.

> À suivre absolument :

- ✓ Taux de complétion vs taux de transfert réel.
- ✓ Rétention à 3 et 6 mois via Cyber Flash.
- ✓ Progression des niveaux ISAM*.
- ✓ Taux d'exposition aux rappels.
- ✓ Taux de clics des campagnes de tests phishings et taux de signalement
- ✓ Implication hiérarchique (ouverture des rapports trimestriels).
- ✓ Réduction observable des incidents humains.

Et aussi, l'étude d'impact à froid qui mesure l'impact de vos campagnes de sensibilisation.

LES CHIFFRES-CLÉS



Satisfaction
des apprenants



de progression
individuelle moyenne



Note d'impact



* Quiz baromètre permettant de mesurer le niveau de maturité cyber de vos collaborateurs



PARTIE 8

Conclusion : 2026 doit être l'année du réflexe

Je n'ai aucune certitude sur les cyberattaques que nous verrons en 2026.
En revanche, j'en ai une sur notre rôle commun :

**Nous ne protégeons pas des machines.
Nous renforçons des humains.**

Et cette mission mérite mieux que quelques modules isolés.
Elle mérite une stratégie, une trajectoire, un plan.

2026 sera l'année où la sensibilisation deviendra enfin ce qu'elle aurait toujours dû être :

“ Une démarche culturelle qui transforme durablement les comportements. ”



La sensibilisation c'est bien,
les résultats **C'EST MIEUX !**



www.conscio-technologies.com