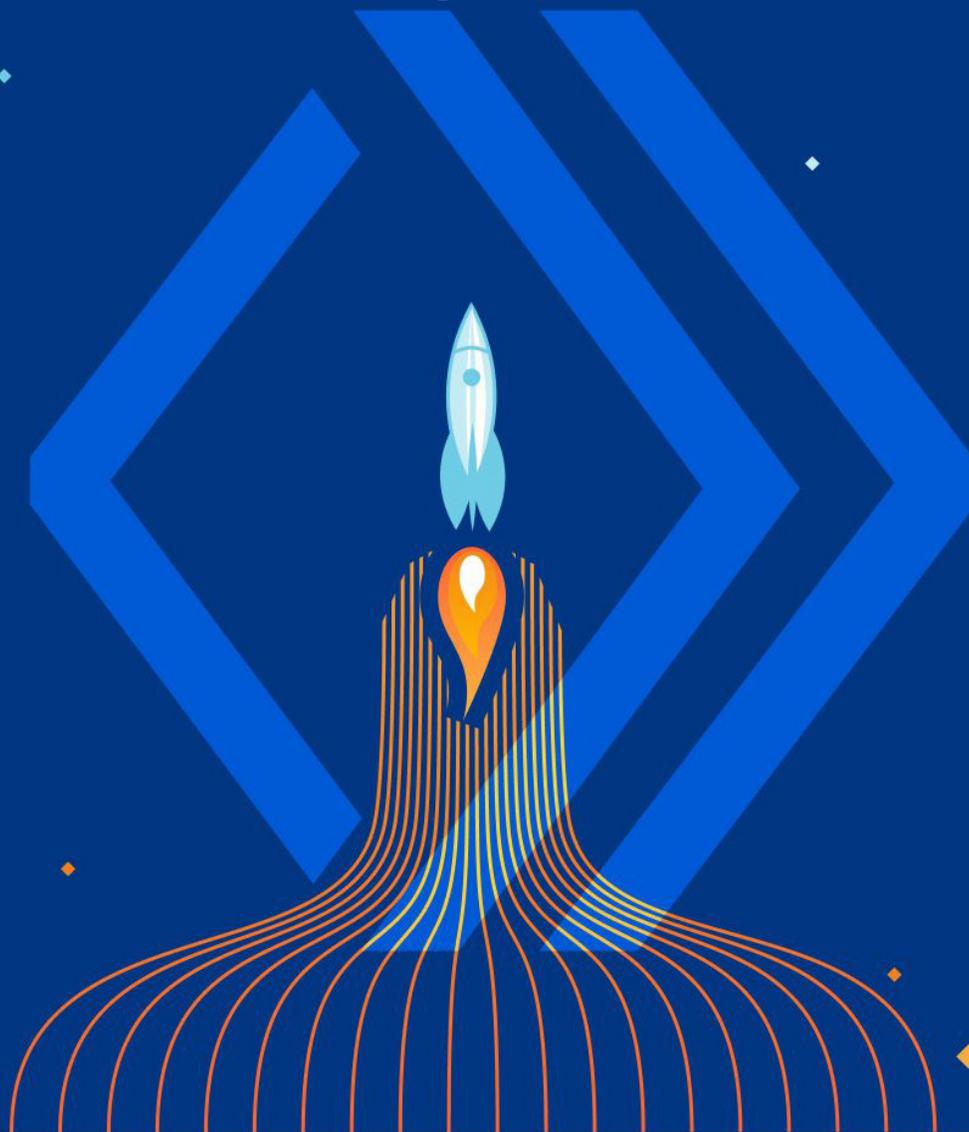


Expérience client & E-commerce

Améliorer la cybersécurité
sans sacrifier les performances



Sommaire

**Sécurité & performance
au service de l'expérience client** _____ P.2

**Optimiser & sécuriser
la gestion des outils-tiers** _____ P.5

**Sécurité & performance :
deux notions pas si irréconciliables...** _____ P.7

Sécurité & performance au service de l'expérience client



Une croissance soutenue, un rayonnement international et une promesse : une expérience client fondée sur la performance ! Vestiaire Collective, la licorne française du luxe de seconde main cherche en permanence à améliorer sa marketplace. Pour y parvenir, l'entreprise collabore avec Cloudflare.

Décryptage

Vestiaire Collective a vu le jour en 2009. Si le marché de la seconde main connaît aujourd'hui un développement exponentiel, à l'époque le pari est audacieux. **En se positionnant comme un pure player spécialisé dans les produits de luxe de seconde main, Vestiaire Collective a su agréger une communauté de près de 23 millions d'utilisateurs.** En 2021, l'entreprise a enregistré un chiffre d'affaires d'un milliard d'euros. Si le marché européen représente près de 60 % de l'activité de Vestiaire Collective, les États-Unis (30 %) et l'Asie (10 %) sont également conquis par le concept. **La plateforme du marché de seconde main est désormais présente à l'échelle mondiale.** L'esprit, l'expérience, le positionnement fondés à la fois sur la fluidité de la navigation Web, la richesse des images et la sécurité sont autant d'atouts qui permettent à Vestiaire Collective d'élargir son

audience et de développer son volume d'affaires. Proposant chaque jour près de 25 000 produits sur son site, l'entreprise compte parmi les 25 licornes françaises, ces startups non cotées mais valorisées au moins un milliard de dollars. *« Vestiaire Collective est une entreprise mondiale, et nous devons faire en sorte que nos clients soient satisfaits dans le monde entier. C'est l'un des défis auxquels nous avons été confrontés avec notre plateforme »,* indique Sardorbek Pulatov, VP Engineering Platform. C'est l'une des raisons qui ont amené le pure player à collaborer avec Cloudflare. *« Nous recherchions un service de redimensionnement d'image et un équilibreur de charge global pour notre service de recherche », précise-t-il. Cloudflare nous a fourni la réponse la plus prometteuse sur le plan des coûts mais surtout, énormément de richesse au niveau des fonctionnalités ».*



23 millions d'utilisateurs
On été acquis par leur positionnement dans les produits de luxe de seconde main



C'est l'activité de vestiaire Collective sur le marché Européen



Aux États-Unis



en Asie
Sont également conquis par le concept



Vestiaire Collective propose chaque jour près de **25 000 produits sur son site**



L'entreprise compte parmi les **25 Licornes françaises**

Sécurité & performance au service de l'expérience client



“

La stratégie de Vestiaire Collective repose sur une expérience utilisateur rapide, fluide et sécurisée, confirme Virginie Guinand, Account Executive chez Cloudflare. ”

Sécurité, performance, expérience...

Pour Sardorbek Pulatov, le constat est clair : « notre activité nous confronte à des enjeux majeurs de sécurité et de performance. Cloudflare dispose de tous les outils nécessaires pour sécuriser notre plateforme ». Vestiaire Collective a ainsi fait le choix d'utiliser des solutions comme Bot Protection et Advanced WAF pour contribuer à bloquer le trafic non humain. Par ailleurs, des solutions comme Argo Smart Routing ou encore le load balancing de Cloudflare contribuent à fluidifier l'expérience des utilisateurs. « Le rayonnement de Cloudflare dans le monde entier avec son réseau anycast couvrant plus de

275 villes dans plus de 100 pays, constitue une promesse de disponibilité et de performances qui servaient les impératifs de Vestiaire Collective », précise David Layson, customer Success Manager pour Cloudflare. Réduction de la latence, réactivité maximale, la collaboration avec Cloudflare s'est ensuite progressivement élargie avec l'adoption de la plateforme Zero Trust de Cloudflare pour sécuriser les accès à distance et supplanter les VPN. « La stratégie de Vestiaire Collective repose sur une expérience utilisateur rapide, fluide et sécurisée, confirme Virginie Guinand, Account Executive pour Cloudflare. Nous mettons tout en œuvre pour que cette stratégie s'applique au quotidien ».



Une collaboration de tous les instants...

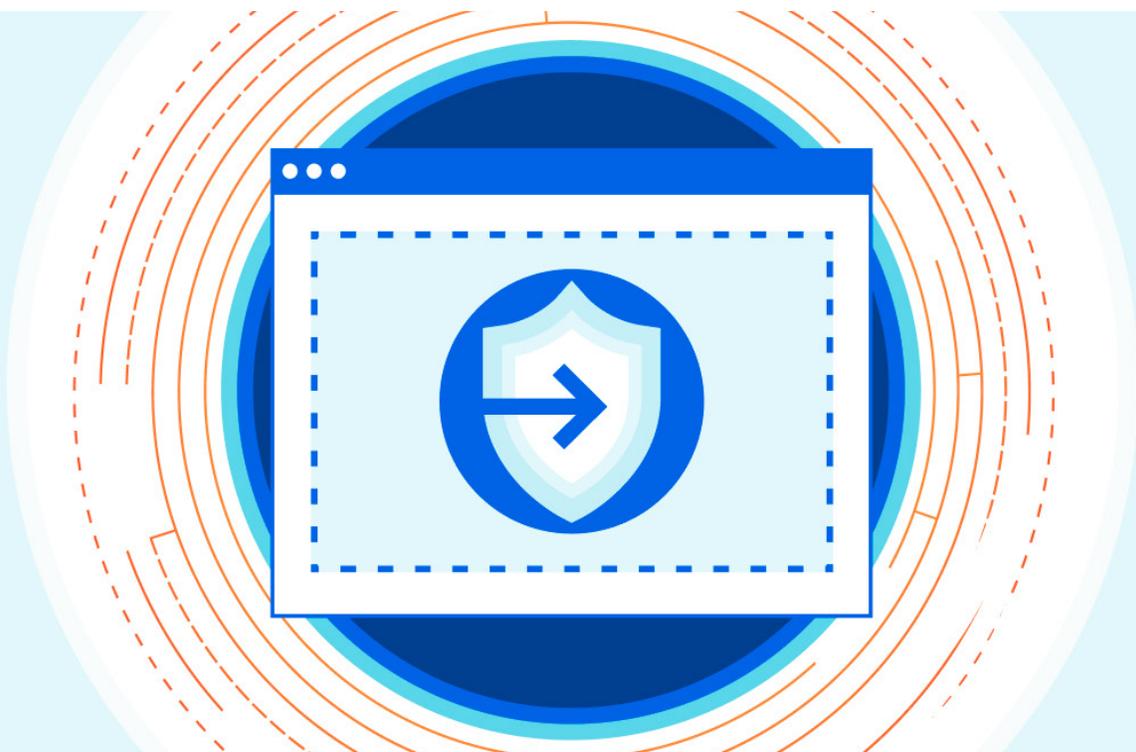
« Nous avons beaucoup de difficultés à utiliser le service de notre précédent fournisseur de CDN, confie Sardorbek Pulatov. Par exemple, les limitations de l'infrastructure as code (IAC) qui réunit l'ensemble des mécanismes permettant de gérer, par des fichiers descripteurs ou des scripts

Sécurité & performance au service de l'expérience client



une infrastructure virtuelle, ne proposait qu'un tableau de bord complexe. Nous devions par ailleurs nous montrer très prudents à chaque nouvelle configuration car les spécifications manquaient souvent de clarté ». **Au-delà des choix et améliorations techniques, il y a la méthode.** « Dès le premier jour, les équipes de Cloudflare nous ont aidés à choisir les outils appropriés et les limites à définir, commente Sardorbek Pulatov. Elles nous ont accompagnés sur le projet de migration de notre précédent fournisseur de CDN ». **Progressivement, la collaboration entre Cloudflare et Vestiaire Collective s'est enrichie et du besoin initial d'automatiser le redimensionnement des images, le périmètre s'est élargi.** En cause, « la méthodologie d'accompagnement que nous avons déployée qui permet de prendre les

bons arbitrages et de ne rien renier entre maîtrise des coûts, sécurité et performance », observe David Layson. Engagé depuis deux ans, le partenariat entre Cloudflare et Vestiaire Collective se nourrit d'interactions fréquentes pour ajuster en continu les stratégies et les moyens à déployer. « Ce que nous apprécions le plus, c'est non seulement le soutien permanent des experts, mais aussi leur proactivité et leur capacité à nous apporter des réponses sur-mesure. », précise Sardorbek Pulatov. Animés du même désir d'innovation et d'un même goût pour l'agilité, « nous parlons le même langage que Vestiaire Collective, conclut Virginie Guinand. **Nous avons les mêmes aspirations et nous nous nourrissons mutuellement pour avancer ensemble sur le chemin du succès ».**



Optimiser & sécuriser la gestion des outils-tiers

Performance, sécurité, confidentialité. Et si c'était le triptyque du succès pour un site de e-commerce ? C'est en tout cas l'analyse qu'en fait Yair Drovat, Product Manager de Cloudflare Zaraz, alors que la concurrence qui oppose les acteurs du e-commerce est farouche ! Explications.



Zaraz est un gestionnaire qui se charge des outils-tiers sur le cloud et non dans les navigateurs

des visiteurs. La promesse : une amélioration considérable de la vitesse de chargement du site (et donc l'expérience utilisateur), **mais aussi la sécurité et la confidentialité des données.** « Il existe fondamentalement trois risques majeurs liés à l'utilisation d'outils-tiers sur un site de e-commerce, explique Yair Drovat, Product Manager pour Cloudflare. Le premier, c'est l'impact sur la performance. Plus vous utilisez d'outils-tiers, plus le site risque d'être lent ». Alors qu'en moyenne un site marchand héberge entre 30 et 40 outils-tiers, **la perspective de voir le site ralentir est réelle et la menace d'un**

impact sur le référencement forte !

« Cette réalité est d'autant plus forte depuis que Google a introduit Core Web Vital qui mesure la vitesse de chargement et l'UX d'un site. La performance a donc une incidence sur le SEO d'un site », précise Yair Drovat. Avec Zaraz, l'effet sur le temps de chargement est immédiat. « Le gain de performance issu de l'action de Zaraz peut être estimé à environ 60 % et, dans le cadre d'une activité e-commerce cela se traduit très clairement par davantage de chiffre d'affaires ! », souligne Yair Drovat.

Relever le défi de la sécurité

Le deuxième grand enjeu adressé par Zaraz, c'est celui de la sécurité. « La plupart des attaques qui ont affecté les sites de e-commerce récemment ou qui ont donné lieu à des compromissions de données sont directement liées à l'usage d'outils-tiers », affirme Yair Drovat qui rappelle

que dans la plupart des cas, le code lié à ces scripts n'est pas vraiment connu et maîtrisé par les sites de e-commerce qui les utilisent. « Avec Zaraz, le navigateur ne gère aucun script directement. Ces derniers sont isolés et exécutés sur nos serveurs, si bien que l'utilisateur final, le visiteur du site de e-commerce n'est pas directement exposé à la menace ».

La méthode ? **S'éloigner du browser et intégrer tous les scripts des outils-tiers au sein d'un environnement clos, protégé, maîtrisé, l'ensemble des scripts, lignes de code et outils-tiers qui composent un site Web pour réduire la surface d'exposition à la menace du client.** Le troisième grand enjeu, pour un site marchand, est celui de la confidentialité. « La conformité au RGPD est une problématique stratégique pour les sites de e-commerce européens. Avec Zaraz, il est beaucoup plus facile de faire respecter les normes en matière de protection de la vie privée », note Yair Drovat.

Optimiser & sécuriser la gestion des outils-tiers

Cloudflare Zaraz : mode d'emploi

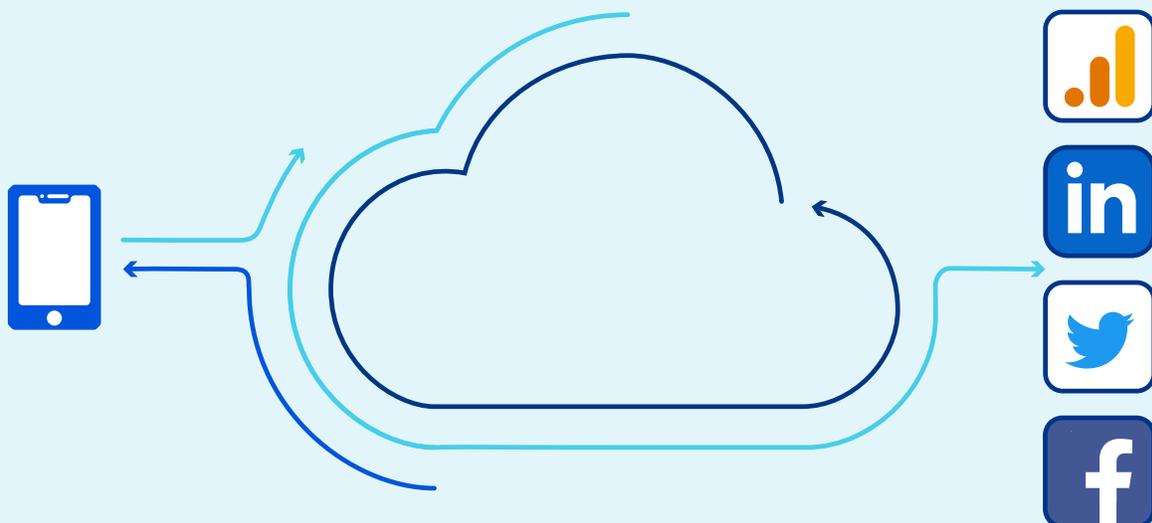
Alors que la réglementation et les usages qui régissent par ailleurs les cookies tiers, de nombreuses entreprises s'orientent d'ores et déjà vers Zaraz pour se projeter dans les 4 à 5 ans à venir et s'assurer de suivre et de gérer l'efficacité de leurs campagnes sur Internet. Sur le papier, c'est assez simple. **Zaraz fonctionne comme une bibliothèque qui identifie et référence l'ensemble des outils-tiers utilisés par un site web**, puis se charge de les collecter et de les réunir sur sa propre infrastructure cloud. Dans les faits, il s'agit de remplacer par une unique requête les multiples requêtes réseau émanant de chaque outil-tiers utilisé par un site. **Le gain en performance est colossal mais le bénéfice sur le plan de la sécurité est non négligeable** car le navigateur de l'utilisateur final n'a plus à exécuter de scripts externes multiples qui



(...) Zaraz et se projettent, d'une certaine façon, de 4 à 5 ans dans l'avenir pour suivre et gérer l'efficacité de leurs campagnes sur Internet. Sur le papier, c'est assez simple ”

peuvent ralentir l'expérience. De leur côté, les entreprises ont la possibilité d'exécuter autant de composants que nécessaires sans compromettre la sécurité !

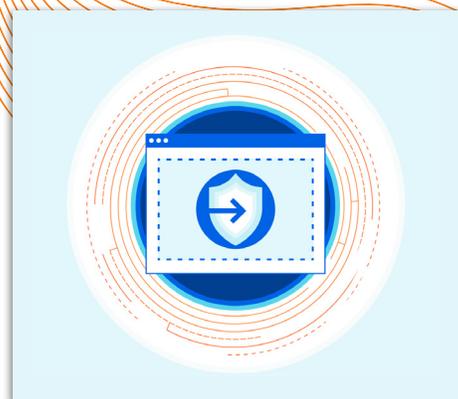
Entre performance et sécurité, pourquoi choisir ?



Sécurité & performance : deux notions pas si irréconciliables...



Le développement considérable du e-commerce depuis 2020 confronte le secteur d'activité à de nouveaux enjeux qui placent l'expérience utilisateurs, la performance et la sécurité au centre d'un échiquier technologique exigeant. Boris Lecoeur analyse la méthode et la promesse de Cloudflare.



Selon l'étude PrestaShop Million Club, 46 % des sites marchands dans le monde ont été victimes d'une cyberattaque depuis le lancement de leur activité. Cette étude révèle ainsi que si les attaques sont variées, elles émanent surtout de bots malveillants (43 %), d'attaques DDoS (33 %) et d'injections SQL (30 %). Le constat de Boris Lecoeur, Directeur général France de Cloudflare est sans appel : **« le défi de la sécurité pour un site de e-commerce, c'est celui de la transparence pour l'utilisateur final »**. En d'autres termes, les initiatives prises pour favoriser la sécurisation d'un site marchand ne doivent jamais impacter l'expérience proposée par ce site. *« On considère que chaque seconde de chargement supplémentaire d'une page Web se traduit par une perte de 10 % de son audience, continue Boris Lecoeur et 50 %*

des utilisateurs s'attendent à ce qu'une page s'affiche en moins d'une seconde. » Malheureusement, alors que la sécurité est au cœur de tous les enjeux sur internet, chaque composant de cybersécurité intégré à un site présente un risque de friction dégradant l'expérience utilisateur. *« Le captcha est l'un des exemples les plus criants. Ils constituent un irritant majeur pour le consommateur ».*

Une quête d'optimisation continue

Des failles de sécurité toujours plus complexes, une cybercriminalité toujours plus organisée, un contexte concurrentiel toujours plus tendu, les acteurs du e-commerce sont à la croisée des chemins. Pour les accompagner sur cet enjeu de réconciliation de la sécurité et de la performance dans un site marchand, Cloudflare optimise l'analyse de chaque requête pour fluidifier l'expérience des internautes. *« Notre méthodologie consiste à identifier les requêtes avec une grande précision afin d'isoler les actions légitimes d'un humain des requêtes automatisées lancées par des robots. Et même dans les flux attribués à des robots, nous repérons ceux qui sont utiles au site marchand (pour son référencement naturel) et ceux qui présentent un risque »,*

les attaques sont variées, elle émanent surtout de bots malveillants | **attaques DDoS** | **injection SQL**



Sécurité & performance : deux notions pas si irréconciliables...



confie Boris Lecoer. Mais, pour se livrer à ces analyses de flux en temps réel sans ajouter de latence dégradant l'expérience des clients, il faut pouvoir s'adosser sur des technologies et des infrastructures spécifiques. « *Cloudflare a par exemple développé Turnstile, une technologie unique qui se substitue au Captcha en analysant le comportement du navigateur, avec un niveau de fiabilité supérieur à 99 %* ». **La nature même d'un site marchand peut parfois générer de la latence ou l'exposer à des risques spécifiques.** « Entre 30 et 50 scripts tiers coexistent sur un site de

e-commerce, indique Boris Lecoer. Cette accumulation peut ralentir le site et une solution comme Zaraz de Cloudflare apporte là encore une réponse pertinente ».

Un maillage resserré au service de la performance

Faire que la sécurité soit garantie sans jamais ralentir le site marchand repose sur une approche holistique de l'enjeu, mais cela ne suffit pas. « *L'ensemble des solutions développées par Cloudflare embrassent le double défi de performance et de sécurité, mais elles le font aussi en misant sur*

la proximité géographique avec le visiteur du site », précise Boris Lecoer. **Le réseau de Cloudflare a été développé sur la base de 275 points de présence partout dans le monde.**

« *À terme, nous prévoyons d'être présents dans toutes les villes de plus de 2 millions d'habitants. Mais, dès aujourd'hui, nous nous trouvons toujours quoi qu'il arrive à moins de 50 millisecondes d'un internaute où qu'il se trouve sur la planète.* ». Hyper-performance, hyper-proximité, **Cloudflare mise également sur une innovation continue portée par le volume de données traité quotidiennement par les infrastructures de Cloudflare.** « *20 % du trafic internet mondial transite sur nos plateformes. Cela nous confère une intelligence profonde pour détecter de nouvelles attaques, identifier des signaux faibles pour orienter nos efforts de recherche et de développement. Nous en tirons une réactivité et une capacité à innover indispensables pour accompagner les acteurs du e-commerce* », conclut Boris Lecoer



WHITE PAPER



CLOUDFLARE[®]

www.cloudflare.com

+33 7 57 90 52 73