

MarkMonitor, dans son étude annuelle, montre comment les abus contre les marques sur Internet servent à monétiser le trafic Web

Le Brandjacking Index™ révèle que la fraude en ligne affiche la plus forte progression dans les secteurs de la mode et du luxe

Paris, le 15 mars 2010 – MarkMonitor®, leader mondial de la [protection des marques](#) d'entreprise, publie aujourd'hui son dernier [Brandjacking Index®](#), lequel constate une progression en 2009 des abus de marque sur Internet dans tous les grands secteurs d'activité. L'étude révèle également que le nombre total d'attaques de phishing a atteint un record historique, avec une recrudescence des attaques ciblant les sites des réseaux sociaux, qui ont représenté une proportion de 2 % du total l'an dernier. L'étude met en lumière les techniques et les stratagèmes employés par les escrocs et autres cybercriminels pour monétiser le trafic Web en se servant de marques réputées comme appât.

Les abus contre les marques se sont multipliés dans tous les secteurs mesurés par l'Index, au premier chef dans l'automobile et les médias. La plus forte augmentation touche les marques de luxe (+ 23 % d'une année sur l'autre), suivi du secteur de la mode (+ 14 % en un an). Pour la troisième année consécutive, le [cybersquatting](#) – utilisation abusive d'une marque comme nom de domaine sur Internet – demeure la principale forme d'abus. En outre, les attaques de phishing ont atteint un nouveau record avec un total de 565 502 en 2009, en hausse de 62 % par rapport à 2008.

Le rapport « *MarkMonitor Brandjacking Index: 2009 – The Year in Review* » évalue l'impact des menaces Internet sur les marques, trimestre par trimestre, tout au long de l'année 2009. Il étudie les tendances, fournissant notamment une analyse approfondie de la manière dont les marques les plus renommées sont victimes d'abus sur Internet, et présente les secteurs qui souffrent le plus de ces abus. L'étude examine l'évolution l'an passé des techniques de « brandjacking » (détournement de marque), telles que le cybersquatting, les fausses associations, les escroqueries en matière de paiement au clic, les contenus choquants et le phishing.

« Alors que les escrocs sont constamment à la recherche de nouveaux moyens de monétiser le trafic, les marques sont confrontées à un problème croissant et universel d'abus sur Internet », observe Sébastien Darnault, directeur des ventes et du marketing France-Belgique-Luxembourg-Suisse de MarkMonitor. « Avec des milliards d'euros en jeu en termes de vente en ligne, de propriété intellectuelle et d'investissement marketing, les marques doivent plus que jamais lutter activement contre ces abus. »

Les brandjackers ratissent large

- Le secteur du luxe a enregistré la plus forte progression des abus de marque (+ 23 % en un an) ;
- Les marques dans les domaines des médias et de l'automobile attirent le plus grand volume d'abus ;
- Les abus ciblant les marques du secteur de la mode ont augmenté de 14 % d'une année sur l'autre ;
- Les abus contre les marques ayant une dimension de commerce en ligne ont progressé de 39 % dans le secteur des biens de consommation et de 60 % dans le secteur du luxe.

Le cybersquatting en hausse

- Le cybersquatting demeure la principale technique d'abus de marque, en progression de 8 % par rapport à 2008 ;
- Les abus publicitaires en ligne sont plus ciblés et plus difficiles à identifier ;
- Les escrocs pratiquent une utilisation conjointe et coordonnée de plusieurs méthodes d'abus de marque.

Les Etats-Unis en tête pour l'hébergement de sites de brandjacking

- Si les abus à l'encontre des marques se retrouvent partout dans le monde, pour la troisième année consécutive, les Etats-Unis, l'Allemagne et le Royaume-Uni hébergent la majorité des sites de brandjacking ;
- 69 % des sites où sont relevés des abus de marque se trouvent aux Etats-Unis. L'Allemagne en héberge 7 %, suivie par le Royaume-Uni (5 %).

Un record historique pour les attaques de phishing

- Le nombre d'entreprises victimes pour la première fois de phishing a reculé, les nouvelles cibles n'ayant représenté que 33% du total. Toutefois, le nombre d'attaques de phishing a atteint un record historique, à hauteur de 598 par entreprise, le signe d'attaques plus ciblées.
- Le nombre total d'attaques a atteint un nouveau record : 565 502 en 2009, un chiffre en hausse de 62 % par rapport à 2008.
- Les attaques contre les marques de services de paiement ont augmenté de 154 % en 2009, atteignant ainsi 37 % du total par secteur en 2009 contre 24 % en 2008.
- Les attaques contre les marques d'établissements financiers ont progressé de 36 % en 2009, mais reculé à 40 % du total par secteur en 2009 contre 48 % en 2008.
- En 2009, les attaques de phishing ciblant les réseaux sociaux se sont chiffrées à 11 240, soit une augmentation de 376 % par rapport à 2008.
- Les attaques contre les réseaux sociaux ont représenté 2 % du volume total de phishing en 2009.
- Les Etats-Unis restent en tête pour l'hébergement du plus grand nombre d'attaques, portant leur part dans le phishing de 36,5 % en 2008 à 44,7 % en 2009.
- Le Canada, l'Allemagne et la Corée ont également vu leur taux progresser entre 2008 et 2009. L'Amérique du Nord est la source numéro un de phishing (51,2 % en 2009 contre 40,3 % en 2008).

Méthodologie

Le Brandjacking Index est un rapport indépendant produit par MarkMonitor, qui suit et analyse les abus subis par les grandes marques sur Internet. Le point fort de ce rapport est le volume de données publiques analysées par MarkMonitor à l'aide des algorithmes développés par la société ; aucune donnée client ni information confidentielle n'est utilisée pour élaborer le Brandjacking Index. Cette année, MarkMonitor a introduit un nouvel indicateur pour le cybersquatting, mesurant la persistance des sites en question pendant la durée de l'étude.

Sur la période considérée, MarkMonitor a étudié environ 134 millions d'enregistrements publics quotidiens afin de repérer les abus de marque dans les données de domaine. En outre, MarkMonitor analyse les flux de spam provenant des principaux fournisseurs d'accès Internet (FAI) internationaux, fournisseurs de messagerie électronique et autres partenaires associés afin d'y détecter les tentatives de phishing et autres fraudes. La société a analysé des milliards de pages Web depuis 2004 et traite quotidiennement jusqu'à 30 millions d'URL suspects.

A propos de MarkMonitor

MarkMonitor, leader mondial de la protection des marques d'entreprise, fournit des solutions et services complets pour protéger les marques, leur réputation et leur chiffre d'affaires contre les risques en ligne. MarkMonitor sécurise Internet pour les entreprises et leurs clients grâce à des solutions complètes qui contrent les menaces croissantes liées à la fraude en ligne, à l'abus de marque et au recours à des canaux illicites de distribution. L'entreprise, qui bénéficie d'un accès exclusif aux données et exploite des outils brevetés de prévention, de détection et de réaction en temps réel, est en mesure de fournir une protection à grande échelle contre les risques en ligne croissants auxquels sont actuellement confrontées les marques. Pour plus d'informations, consultez le site www.markmonitor.com.

###

Notes

Pour obtenir les résultats complets de l'étude Brandjacking Index ou de plus amples informations sur sa méthodologie, prière de contacter Te Smith au +1-831-818-1267/te.smith@markmonitor.com ou Monica Walsh au +1-650-762-2894/mwalsh@ar-edelman.com