

**45 % des consommateurs ont été victimes de cybercriminalité. Doit-on s'inquiéter ?**

<input type="checkbox"/>	<b>45 % des consommateurs ont été victimes de cybercriminalité. Doit-on s'inquiéter ?</b>
--------------------------	---

---

**Une nouvelle enquête de MarkMonitor® révèle que 45 % des consommateurs ont été victimes d'une forme quelconque de cybercriminalité, 65 % d'entre eux ayant choisi de ne pas signaler l'incident aux autorités. L'enquête montre également que, parmi ces consommateurs, un sur six a subi des pertes financières consécutives à la fraude en ligne, d'un montant supérieur à 1 100 € pour 20 % des victimes.**

Les fausses demandes de réinitialisation des mots de passe des comptes de réseaux sociaux représentent le type de fraude le plus courant (20 % du sous-échantillon), suivies de près par les e-mails qui usurpent l'identité de sociétés légitimes pour solliciter des informations personnelles (17 %).

L'enquête indique que les victimes de cybercriminalité redoutent dorénavant de recourir à des services en ligne. De plus, 21 % d'entre elles se sont déclarées insatisfaites de la marque impliquée. Concernant l'impact des récentes cyberattaques de grande ampleur sur la réputation, 71 % des consommateurs interrogés ont estimé que ces événements nuisaient à la réputation de l'entreprise, 65 % qu'ils entamaient la confiance dans la marque et 53 % que les clients se détourneraient à l'avenir de la marque. Ces résultats soulignent à quel point il est important pour les entreprises de mettre en place une stratégie de protection de la marque.

Opinium, cabinet de recherche marketing, a mené cette enquête auprès de 3 457 consommateurs dans différents pays (Royaume-Uni, États-Unis, Allemagne, France, Italie, Danemark, Espagne, Suède et Pays-Bas) pour évaluer les opinions, les attitudes et les expériences en matière de fraude en ligne, de sécurité et de cybercriminalité.

D'après l'enquête, le consommateur fait davantage confiance aux transactions en ligne lorsqu'elles passent par des canaux bien établis, comme des applications de services bancaires mobiles ou des sites Web de commerce en ligne, respectivement crédités d'un taux de confiance de 52 % et 50 %. Les médias sociaux (16 %) et la publicité sur les réseaux sociaux (14 %) occupent le bas du classement, avec des scores témoignant des doutes des consommateurs sur la capacité de ces canaux à protéger leurs informations personnelles.

L'enquête révèle en outre une nette sensibilisation des consommateurs (87 %) aux dangers des transactions en ligne et aux tactiques employées par les cybercriminels, ce qui les conduit à prendre un certain nombre de précautions sur Internet. Parmi elles, la divulgation d'une quantité limitée d'informations personnelles sur les sites Web de marques connues arrive en tête des réponses (54 %), suivie par la vérification de la présence de la mention https ou du symbole de cadenas dans la barre d'adresse du navigateur (50 %). En revanche, certains concepts échappent encore aux consommateurs, comme le « Dark Web », 37 % admettant ne pas savoir à quoi il sert...[lire la suite]

---

Notre métier : Sensibiliser les décideurs et les utilisateurs aux risques liés à la **Cybercriminalité** et à la **Protection des Données Personnelles** (Autorisation de la Direction du travail de l'Emploi et de la Formation Professionnelle n°93 84 03041 84).

Denis JACOPINI anime dans toute la France et à l'étranger des conférences, des tables rondes et des formations pour sensibiliser les décideurs et les utilisateurs aux risques liés à la Cybercriminalité et à la protection de leurs données personnelles (Mise en Place d'un Correspondant Informatique et Libertés (CIL) dans votre établissement.

Plus d'informations sur : <https://www.lenetexpert.fr/formations-cybercriminalite-protection-des-donnees-personnelles>



Réagissez à cet article

Original de l'article mis en page : MarkMonitor : 45 % des

consommateurs ont été victimes de cybercriminalité – Global  
Security Mag Online