



## News Release

For Immediate Release

### **Les consommateurs ne font pas de lien entre les infections par des bots et les comportements à risque et continuent de cliquer par millions sur les pourriels**

SAN FRANCISCO, 25 mars 2010/PRNewswire/ -- L'étude sur la sécurité des messageries des consommateurs de MAAWG 2010 s'étend à l'Amérique du Nord et à l'Europe de l'Ouest

Un pourcentage important de consommateurs continuent d'interagir avec les pourriels malgré leur connaissance du fait que les bots et virus se répandent principalement à cause des comportements à risque sur messagerie, selon une récente étude du Messaging Anti-Abuse Working Group (MAAWG) parue aujourd'hui et couvrant l'Amérique du Nord et l'Europe de l'Ouest. Bien que quatre-vingt pour cent des utilisateurs de messageries soient au courant de l'existence des bots et des virus, des dizaines de millions d'entre eux continuent de répondre aux pourriels et se rendent ainsi vulnérables à des infections par des programmes malveillants, selon l'étude 2010 MAAWG sur l'usage et la prise de conscience en termes de sécurité des messageries.

Au cours de cette nouvelle étude, la moitié des utilisateurs ont déclaré avoir ouvert un pourriel, cliqué sur un lien dans un pourriel, ouvert une pièce jointe à un pourriel, répondu ou transféré un pourriel. Ce sont des comportements qui les exposent à des fraudes, de l'hameçonnage, de l'usurpation d'identité et des infections. Bien que la plupart des consommateurs aient déclaré être informés de l'existence des bots, seul un tiers se pensait vulnérable face à une éventuelle infection.

"Les consommateurs doivent comprendre qu'ils ne sont pas des spectateurs impuissants. Ils peuvent jouer un rôle crucial en luttant contre les polluposteurs et donc en ne se livrant pas aux pourriels et en envoyant les pourriels à la poubelle", a déclaré Michael O'Reirdan, président de MAAWG.

"Lorsque les consommateurs répondent aux pourriels ou cliquent sur des liens dans des pourriels, ils s'exposent délibérément à des fraudes ou au risque de voir leurs ordinateurs infiltrés par des criminels, qui les utilisent pour répandre encore plus de pourriel, déployer des virus ou lancer des cyber-attaques", a ajouté M. O'Reirdan.

Les résultats de la recherche sur la conscience de l'existence de bots, les pratiques sécuritaires sur messageries et les attitudes visant à contrôler le pourriel étaient généralement en phase avec les résultats de la première étude de consommateurs MAAWG de 2009 qui couvrait l'Amérique du Nord. La nouvelle étude 2010 a été étendue à l'Europe de l'Ouest et à l'observation des comportements des consommateurs au Canada, en France, en Allemagne, en Espagne, au Royaume-Uni et aux États-Unis.

#### **Le syndrome Cela ne m'arrivera pas à moi**

Moins de la moitié des consommateurs interrogés se considéraient comme les acteurs en charge de la lutte contre l'expansion des virus. D'ailleurs, seuls 36 % d'entre eux pensaient pouvoir être infectés par un virus et 46 % de ceux qui avaient ouvert un pourriel l'avaient fait intentionnellement.

---

**MAAWG**

Messaging Anti-Abuse Working Group

P.O. Box 29920 ■ San Francisco, CA 94129-0920 ■ [www.MAAWG.org](http://www.MAAWG.org) ■ [info@MAAWG.org](mailto:info@MAAWG.org)

Ceci est un problème car le pourriel constitue l'un des vecteurs les plus courants d'expansion des bots et des virus. Le programme malveillant s'installe en général sur l'ordinateur du consommateur à son insu lorsqu'il ouvre une pièce jointe contenue dans un pourriel ou lorsqu'il clique sur un lien qui le conduit vers un site web infecté, d'après M. O'Reirdan.

Les plus jeunes utilisateurs ont tendance à se considérer comme plus en sécurité contre ces attaques, peut être du fait qu'ils ont grandi avec Internet et ont l'habitude de prendre plus de risques. Parmi les conclusions majeures de cette étude figurent les suivantes :

- Quasiment la moitié de ceux qui ont ouvert un pourriel l'ont fait intentionnellement. Nombreux souhaitent se désinscrire ou se plaindre auprès de l'expéditeur (25 %), pour voir ce qui se produirait (18 %) ou étaient intéressés par le produit (15 %).
- De façon globale, 11 % des consommateurs ont cliqué sur un lien dans un pourriel, 8 % ont ouvert des pièces jointes, 4 % ont transféré un pourriel et 4 % ont répondu à un pourriel.
- En moyenne, 44 % des utilisateurs se considèrent comme "plutôt expérimentés" par rapport à la sécurité des messageries. En Allemagne, 33 % des utilisateurs se considèrent comme "experts" ou "très expérimentés", suivis par environ 20 % en Espagne, au Royaume-Uni et aux États-Unis, 16 % au Canada et seulement 8 % en France.
- Les hommes et utilisateurs de messageries de moins de 35 ans, les mêmes groupes démographiques qui ont tendance à se considérer comme les plus expérimentés en ce qui a trait à la sécurité des messageries, sont les plus enclins à ouvrir ou cliquer ou transférer des pourriels. Parmi les utilisateurs de messageries de moins de 35 ans, 50 % déclarent avoir ouvert un pourriel contre 38 % chez les plus de 35 ans. Les plus jeunes utilisateurs sont également les plus enclins à avoir déjà cliqué sur un lien dans un pourriel (13 %) contre moins de 10 % chez les utilisateurs plus âgés.
- Les consommateurs considèrent qu'il incombe davantage aux fournisseurs de service Internet ou de courrier électronique de lutter contre les virus et les programmes malveillants. Seuls 48 % se considèrent comme responsables de cette lutte, bien que ce chiffre chute à 30 % en France et 37 % en Espagne.
- En ce qui concerne l'efficacité de la lutte contre les virus, les consommateurs se sont placés d'office en tête, sauf pour les programmes antivirus commerciaux : 56 % des consommateurs ont mis en avant leur capacité propre à lutter contre les programmes malveillants et 67 % ont décrété que les programmes commerciaux antivirus étaient plutôt ou très efficaces. Les organismes publics, les associations de défense des consommateurs et les sites de réseaux sociaux sont ceux qui ont reçu la plus mauvaise note.

L'étude a été réalisée en ligne entre le 8 et le 21 janvier 2010 auprès d'un peu plus de mille utilisateurs de courrier électronique aux États-Unis et plus de 500 utilisateurs de courrier électronique dans chacun des cinq autres pays. Les participants étaient des consommateurs ordinaires responsables de la gestion de la sécurité de leur propre adresse électronique personnelle.

Les résultats clés de l'étude ainsi que le rapport complet sont disponibles sur le site web de MAAWG à l'adresse suivante : <http://www.MAAWG.org>. L'étude de 2010 a été conduite par Ipsos Public Affairs et le rapport complet comprend des comparaisons entre pays sur un grand nombre de questions ainsi que des tableaux détaillés.

### **À propos du Messaging Anti-Abuse Working Group (MAAWG)**

---

Le Messaging Anti-Abuse Working Group (MAAWG) est un forum qui rassemble l'industrie de la messagerie pour lutter contre la prolifération de pourriel, les virus, les attaques entraînant un refus de service et d'autres exploitations en ligne. Le MAAWG (<http://www.MAAWG.org>) représente près d'un milliard de boîtes de messagerie utilisées par quelques-uns des plus grands opérateurs de réseaux au monde. Le MAAWG est la seule organisation qui s'attaque aux problèmes d'abus dans le domaine de la messagerie de façon holistique en prêtant attention à tous les aspects de ces problèmes, y compris la technologie, la collaboration au sein de l'industrie et les politiques publiques. Le MAAWG mise sur l'importance et l'expérience de ses membres internationaux pour combattre l'abus sur les réseaux existants et les nouveaux services émergents. Basé à San Francisco, en Californie, le MAAWG est un forum ouvert axé sur les besoins du marché et financé par les plus grands opérateurs de réseaux et fournisseurs de messagerie au monde.

**Contact Médias :** Linda Marcus, APR, +1-714-974-6356, [lmarcus@astra.cc](mailto:lmarcus@astra.cc), Astra Communications

**Conseil d'administration du MAAWG :** AOL; AT&T (NYSE : T); Cloudmark, Inc.; Comcast (Nasdaq : CMCSA); Cox Communications; Eloqua; France Telecom (NYSE et Euronext : FTE); Goodmail Systems; Openwave Systems (Nasdaq : OPWV); Time Warner Cable; Verizon Communications; et Yahoo! Inc.

**Membres à part entière du MAAWG :** 1&1 Internet AG; Apple Inc.; Bizanga LTD; Cisco Systems, Inc.; Constant Contact (CTCT); e-Dialog; Experian CheetahMail; Genius.com; Internet Initiative Japan, (IIJ Nasdaq : IIJI); McAfee Inc.; NeuStar, Inc.; PayPal; Return Path, Inc.; Spamhaus; Sprint; et Symantec

Une liste complète des membres est disponible sur : <http://www.maawg.org/about/roster>.

---