

# Une récente étude révèle que les fuites de contenu visuel présentent des risques et des coûts importants pour les entreprises

En effet, les fuites de contenu visuel peuvent causer de graves préjudices aux marques et aux agences, entraînant une atteinte à leur réputation et des pertes financières. Une étude récente menée par Imatag, l'un des principaux fournisseurs de solutions de tatouage numérique, met en évidence les risques et les coûts associés aux fuites de contenu visuel.

L'étude a porté sur 150 cadres de différents secteurs d'activité aux États-Unis et en Europe.

## Principales conclusions

L'une des principales conclusions de l'étude est que le **coût moyen d'une fuite d'actifs visuels s'élève à 8 millions de dollars**. Cela montre que les visuels révélant des informations sur un nouveau produit ou dévoilant une nouvelle campagne ont une grande valeur pour les marques.

Cependant, l'impact financier des fuites de contenu visuel est loin d'être la seule conséquence subie par les entreprises, qui mentionnent également la **perte d'avantage concurrentiel, les problèmes contractuels, la contrefaçon et l'atteinte à la réputation de la marque** comme leurs principales sources de préoccupation. Ces incidents peuvent également entraîner une perte de confiance de la part des clients, des parties prenantes et des employés.

**Les principales sources de fuites de ressources numériques sont les sous-traitants des agences et les plateformes de vente au détail.** D'autres sources sont l'absence de protection sur les appareils mobiles et les équipements de bureau, la perte de téléphones ou d'ordinateurs portables contenant des images non protégées, et le fait que des membres du personnel partagent des contenus avec des tiers extérieurs à l'entreprise (sans se rendre compte qu'il s'agit de documents confidentiels).

L'étude couvre une série de sujets, notamment l'impact des fuites de contenu visuel sur diverses industries, les types de fuites les plus courants et les coûts associés à ces incidents. Il partage également des exemples de fuites de contenu réelles et fournit les meilleures pratiques pour les éviter.

## Pourquoi est-ce important ?

Aujourd'hui, la protection des contenus commerciaux sensibles contre toute diffusion non autorisée est devenue une priorité absolue pour les entreprises du monde entier.

Selon Mathieu Desoubeaux, PDG d'Imatag : « *On entend beaucoup parler de fuites suite à des cyberattaques, et les données sensibles font généralement référence à des données qui ont un impact sur la continuité de l'activité. Cependant, d'autres fuites « stratégiques » sont souvent oubliées. Les visuels ne sont pas inclus dans les stratégies de protection standard, alors qu'ils jouent un rôle central dans le succès de nombreuses entreprises* ».

Les entreprises ont tendance à protéger leurs données avec l'informatique et leurs images avec des mesures légales. Lorsque des fuites se produisent, l'un des défis consiste à en trouver la source. C'est pourquoi les entreprises ont besoin d'outils de criminalistique pour mener à bien leurs enquêtes et obtenir des preuves à des fins juridiques.

**Le rapport [est disponible en téléchargement](#) ainsi que des ressources et des informations supplémentaires sur la manière dont les entreprises peuvent se protéger contre les fuites de contenu visuel.**

**Télécharger le rapport complet : <https://hubs.la/Q01MWhBt0>**

---

### **À PROPOS D'IMATAG**

Créée en 2015 pour valoriser son filigrane invisible breveté, IMATAG est spécialisée dans la protection et l'identification des images. En quelques années, Imatag a convaincu les grandes entreprises du marché de la presse, ainsi que des marques, de l'intérêt de maîtriser l'utilisation de leurs images. Que ce soit pour protéger leurs droits d'auteur, lutter contre les fuites ou mieux comprendre leur marché, des dizaines de références utilisent le tracker invisible d'Imatag pour identifier leurs contenus partout dans le monde. Plus d'informations sur [www.imatag.com](http://www.imatag.com).

### **CONTACT :**

**Christine Deschaseaux**, directrice marketing, [christine.deschaseaux@imatag.com](mailto:christine.deschaseaux@imatag.com).