

Un nuovo studio rileva che le fughe di contenuti visivi comportano rischi e costi significativi per le aziende

Le fughe di contenuti visivi possono causare gravi danni a brand e agenzie, con conseguenti danni alla reputazione e perdite finanziarie. Un recente studio condotto da Imatag, fornitore leader di soluzioni di digital watermarking, evidenzia i rischi e i costi associati alle fughe di contenuti visivi.

Lo studio è stato condotto intervistando 150 dirigenti di vari settori industriali negli Stati Uniti e in Europa.

Risultati principali

Uno dei principali risultati dello studio è che **il costo medio di una perdita di risorse visive è di 8 milioni di dollari**. Questo dimostra che i visual che rivelano informazioni su un nuovo prodotto o svelano una nuova campagna hanno un grande valore per i brand.

Tuttavia, l'impatto finanziario delle fughe di contenuti visivi non è affatto l'unica conseguenza subita dalle aziende, che citano la **perdita di vantaggio competitivo, problemi contrattuali, contraffazione e danni alla reputazione del marchio** come i loro principali punti dolenti. Questi incidenti possono anche portare a una perdita di fiducia da parte di clienti, stakeholder e dipendenti.

Le fonti principali delle perdite di risorse digitali sono i subappaltatori delle agenzie e le piattaforme di vendita al dettaglio. Altre fonti sono la mancanza di protezione sui dispositivi mobili e sulle attrezzature d'ufficio, lo smarrimento di telefoni/laptop con immagini non protette e la condivisione di contenuti da parte dei dipendenti con terzi al di fuori dell'azienda (ignari della riservatezza del materiale).

Lo studio copre una serie di argomenti, tra cui l'impatto delle fughe di contenuti visivi su vari settori, i tipi comuni di fughe e i costi associati a questi incidenti. Inoltre, lo studio presenta diversi esempi di fughe di contenuti reali e fornisce le migliori pratiche per prevenirle.

Perché è importante?

Oggi, proteggere i contenuti aziendali sensibili dalla diffusione non autorizzata è divenuta una priorità assoluta per le aziende di tutto il mondo.

Secondo Mathieu Desoubeaux, CEO di Imatag, *"sentiamo spesso parlare di fughe di notizie in seguito ad attacchi informatici, e i dati sensibili si riferiscono solitamente a dati che hanno un impatto sulla continuità aziendale. Tuttavia, spesso si dimenticano altre perdite "strategiche". Le immagini non sono incluse nelle strategie di protezione standard, eppure svolgono un ruolo fondamentale per il successo di molte aziende."*

Le aziende tendono a proteggere i propri dati con l'informatica e le proprie immagini con misure legali. Quando si verificano delle perdite, una delle sfide è quella di scoprirne l'origine. Pertanto, le aziende hanno bisogno di strumenti forensi per svolgere le loro indagini e ottenere prove a fini legali.

Il [rapporto completo è disponibile per il download](#), insieme ad altre risorse e informazioni su come le aziende possono proteggersi dalle fughe di contenuti visivi.

Scarica il rapporto completo: <https://hubs.la/Q01MWhBt0>

CHI È IMATAG

Creata nel 2015 per sfruttare la sua filigrana invisibile brevettata, IMATAG è specializzata nella protezione e nell'identificazione delle immagini. In pochi anni, Imatag ha convinto le grandi aziende del mercato della stampa, nonché i brand, del valore del controllo dell'uso delle loro immagini. Sia che si tratti di proteggere i propri diritti d'autore, di combattere le fughe di notizie o di comprendere meglio il proprio mercato, decine di referenze utilizzano il tracker invisibile di Imatag per identificare i propri contenuti, in tutto il mondo. Per saperne di più www.imatag.com.

INFORMAZIONI DI CONTATTO

Christine Deschaseaux, Chief Marketing Officer, christine.deschaseaux@imatag.com.