



Orange lance une campagne inédite de sensibilisation aux cyber-attaques

En 2018, des millions de Français ont été touchés par la cybercriminalité, dans leur vie personnelle comme sur leur lieu de travail, avec une perte estimée à plusieurs dizaines de millions d'euros. Pourtant, « 123456 » ou « password » font encore partie des mots de passe les plus utilisés. C'est le « cyber paradoxe » : les menaces sont là mais les comportements digitaux changent peu.

C'est pourquoi Orange lance, du 2 au 9 juillet 2019, une opération citoyenne de sensibilisation au phishing, cyberattaque la plus répandue auprès des particuliers comme des entreprises. Cette technique frauduleuse, diffusée essentiellement par mail, est utilisée par des tiers malveillants usurpant l'identité d'une entreprise, d'un organisme financier ou d'une administration en se faisant passer pour eux dans le but de recueillir données personnelles et informations confidentielles.



Pendant 48 heures les 2 et 3 juillet, une fausse publicité, empruntant l'identité d'Orange, prétendra offrir un incroyable « FORFAIT ILLIMITÉ 6G PENDANT 100 ANS » en échange des prénoms, noms et dates de naissance des clients potentiels. Tous les ingrédients du phishing seront réunis : imitation de logo, fautes d'orthographe, offre ultra-attractive à caractère urgent et, surtout, demande de données personnelles.

Cette publicité frauduleuse, comme il en existe des millions sur Internet, sera diffusée en digital mais aussi en affichage à Paris, Lyon et Marseille. Les affiches permettront de souscrire à la fausse offre par un QR Code et un lien web 6g100ans.fr. Celles et ceux qui se seront laissé tenter seront immédiatement renseignés sur l'aspect factice de la proposition commerciale, et le sens de l'opération : adopter les bons réflexes de vigilance avant de répondre à des sollicitations commerciales douteuses.

Aucune donnée personnelle ne sera collectée ni conservée sur cette page intermédiaire 6g100ans.fr qui renverra directement vers la page de réassurance d'orange.com révélant l'objectif réel de la campagne.

À partir du 4 juillet, les affiches et bannières seront remplacées par des messages signés cette fois de la « vraie » marque Orange et pointeront directement les indices qui démontrent le caractère frauduleux de la publicité diffusée précédemment. Les réseaux sociaux et médias propriétaires de la marque partageront également des contenus didactiques et informatifs sur la nature des risques et les bons gestes à adopter pour les éviter. Des parutions en PQN et PQR compléteront le dispositif pour expliquer la nature et les enjeux de cette opération de sensibilisation.

Hugues Foulon, Directeur exécutif Stratégie et des activités de cyber-sécurité : *« Dans le monde physique, tout le monde a l'habitude de fermer sa porte à clé ou de regarder avant de traverser la route. Alors que 95% des attaques informatiques sont permises par une erreur humaine, nous devons collectivement acquérir ces mêmes réflexes dans le monde numérique. Orange, opérateur de confiance et leader de la cybersécurité, s'engage pour développer un usage numérique averti, plus sûr, qui nous protège. »*

Pour Béatrice Mandine, Directrice exécutive Communication et Marque : *« Si le monde numérique offre de formidables opportunités, notre responsabilité d'opérateur de confiance et leader sur nos marchés nous engage aussi à en limiter les risques éventuels pour tous. Et parce que les prises de conscience sont toujours plus fortes lorsque l'on a été exposé au risque, nous avons fait le choix de cette campagne choc, originale et interactive s'appuyant sur une expérience directe des cybermenaces. »*

Cette opération est un des volets d'une stratégie de long terme dédiée à aider chacun à bien vivre le digital. La campagne « La bonne conduite », autour des usages responsables du mobile au volant, était par exemple un des aspects de cette stratégie de communication responsable.

En savoir plus : <https://oran.ge/abuse2>

A propos d'Orange

Orange est l'un des principaux opérateurs de télécommunications dans le monde, avec un chiffre d'affaires de 41 milliards d'euros en 2018 et 149 000 salariés au 31 mars 2019, dont 90 000 en France. Le Groupe servait 264 millions de clients dans le monde au 31 mars 2019, dont 204 millions de clients mobile et 20 millions de clients haut débit fixe. Le Groupe est présent dans 27 pays. Orange est également l'un des leaders mondiaux des services de télécommunications aux entreprises multinationales sous la marque Orange Business Services. En mars 2015, le Groupe a présenté son nouveau plan stratégique « Essentiels2020 » qui place l'expérience de ses clients au cœur de sa stratégie, afin que ceux-ci puissent bénéficier pleinement du monde numérique et de la puissance de ses réseaux très haut débit.

Orange est coté sur Euronext Paris (symbole ORA) et sur le New York Stock Exchange (symbole ORAN).

Pour plus d'informations (sur le web et votre mobile) : www.orange.com, www.orange-business.com ou pour nous suivre sur Twitter : [@presseorange](https://twitter.com/presseorange).

Orange et tout autre produit ou service d'Orange cités dans ce communiqué sont des marques détenues par Orange ou Orange Brand Services Limited.

Contacts presse :

Emmanuel Gauthier ; 01 44 44 91 29 emmanuel2.gauthier@orange.com