

BLITZ SURVEY

La cybersécurité : un atout pour l’image de marque ?

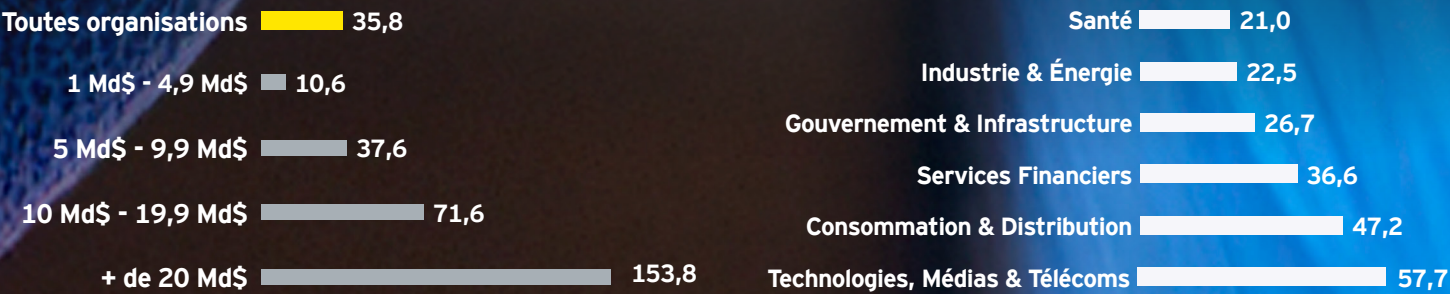
Une cyberattaque, un vol de données peut coûter des millions à une entreprise et mettre à mal la confiance qu’elle inspirait à ses clients pour de nombreuses années. Un vol de données personnelles ou bancaires ne s’oublie en effet pas facilement ! Pourtant intégrée dès les premières étapes, une politique de cybersécurité bien pilotée peut apporter de nombreux bienfaits pour l’entreprise, à commencer par une meilleure adoption technologique par les salariés et un renforcement de l’image de marque.

L’implication de la cybersécurité à travers l’organisation



Création de valeur

(valeurs médianes, millions de dollars)



AVIS D’EXPERT
Marc Ayadi, Associé Consulting, Cyber Leader, France

La cybersécurité joue un rôle déterminant dans la consolidation de la confiance des clients, tant par sa capacité à prévenir et gérer efficacement les cyberattaques que par l’image de fiabilité qu’elle renvoie sur la marque. Pour maximiser cet impact, les équipes cybersécurité, au travers de la stratégie qu’elles dessinent et mettent en œuvre, doivent être mises en première ligne dans la protection de la marque, cela, en comprenant mieux les enjeux métiers et en s’alignant pleinement avec les objectifs.

Selon l’étude, leur contribution peut représenter entre 11 % et 20 % de la valeur générée par une initiative stratégique, soit une médiane de 35 millions d’euros lorsque la cybersécurité est intégrée dès les premières étapes. Par ailleurs, dans les organisations les plus matures, 72 % des RSSI* observent une amélioration significative de la perception de la marque lorsque la cybersécurité est valorisée.

* RSSI : Responsable de la sécurité informatique

■ ■ ■
The better the question.
The better the answer.
The better the world works.



EY | Building a better working world

EY s’engage à bâtir un monde meilleur, en créant de la valeur sur le long terme pour nos clients et nos collaborateurs aussi bien que pour la société et la planète dans leur ensemble, tout en renforçant la confiance dans les marchés financiers.

En s’appuyant sur le traitement des données, l’IA et les nouvelles technologies, les équipes EY contribuent à créer la confiance nécessaire à nos clients pour façonner un futur à l’épreuve des défis les plus pressants d’aujourd’hui et demain.

À travers tout un éventail de services allant de l’audit au consulting en passant par la fiscalité, la stratégie et les transactions, les équipes d’EY sont en mesure de déployer leur expertise dans plus de 150 pays et territoires. Une connaissance approfondie du secteur, un réseau international et pluridisciplinaire ainsi qu’un écosystème de partenaires aussi vaste que diversifié sont autant d’atouts qui permettront à EY de participer à la construction d’un monde plus équilibré.

Façonner l’avenir en toute confiance.

EY désigne l’organisation mondiale et peut faire référence à l’un ou plusieurs des membres d’Ernst & Young Global Limited, dont chacun représente une entité juridique distincte. Ernst & Young Global Limited, société britannique à responsabilité limitée par garantie, ne fournit pas de prestations aux clients. Les informations sur la manière dont EY collecte et utilise les données personnelles, ainsi que sur les droits des personnes concernées au titre de la législation en matière de protection des données sont disponibles sur ey.com/privacy. Les cabinets membres d’EY ne pratiquent pas d’activité juridique lorsque les lois locales l’interdisent. Pour plus d’informations sur notre organisation, veuillez vous rendre sur notre site ey.com.

© 2025 Ernst & Young Advisory.
Tous droits réservés.
Studio BMC France - 2507BMC179.
SCORE N° 2025-064.
ED : None.

Cette publication a valeur d’information générale et ne saurait se substituer à un conseil professionnel en matière comptable, fiscale, juridique ou autre.
Pour toute question spécifique, veuillez vous adresser à vos conseillers.

ey.com/fr