

Les clics frauduleux progressent chez Yahoo et Google

Les efforts des garnements de la toile pour profiter de l'arnaque dite de la fraude au clic se poursuivent.

Preuve en est, les chiffres d'une étude de Forensics montre que le phénomène progresse chez les mastodontes de la recherche en ligne, Yahoo et Google. Et cela, malgré les efforts de ces derniers pour contrer le phénomène. La fraude au clic est relativement simple à comprendre, mais plus complexe à mettre en place. Elle doit permettre à son auteur de générer automatiquement des clics illégitimes sur des publicités en ligne afin de générer des revenus. Généralement, l'on considère que ces clics peuvent avoir plusieurs sources : la concurrence qui peut souhaiter voir un groupe s'embourber dans des budgets marketing intenable, ou bien par les annonceurs qui veulent voir leurs publicités aux meilleures places du classement des moteurs de recherche. Selon le document publié par le service en charge de la fraude au clic de Forensics ; Click Forensics, pour les moteurs de recherche Google et Yahoo la fraude a progressé de **12,1%** au premier trimestre de l'année et de **12,8%** au second. Pour les termes les plus coûteux, ceux qui génèrent des clics de 2 dollars minimum, et qui représentent la majorité des dépenses d'un annonceur, le taux de fraude au clic est de **20,2%**, un chiffre très inquiétant qui devrait faire réfléchir les groupes cherchant à s'afficher à prix d'or sur le Net. L'étude a été menée auprès de **1.300** annonceurs et agences. La moyenne de la fraude au clic pour l'ensemble des industries présentes sur le Web est de **14,1%** au second trimestre. Le plus haut niveau de fraude est en Amérique du Nord avec plus **88%** des clics frauduleux.