

## Швейцарские компании защищают свои веб-сайты, меняя их названия | Des compagnies suisses protègent leurs sites web, en changeant leurs noms

Auteur: Лейла Бабаева, [Женева](#) , 12.09.2016.



Развитие «именного» интернета (letemps.ch)

Одно из мощных средств защиты – приобрести собственное расширение имени: так поступил банк Pictet (.pictet), его примеру следуют другие фирмы. По мнению экспертов, нововведение очень усложняет задачу пиратам, которые стремятся украсть ценную информацию.

|

Une des mesures efficaces pour entraver les efforts des pirates qui tâchent de voler des informations sensibles est l'acquisition de sa propre extension, comme a fait la banque suisse Pictet & Cie (.pictet). Swatch, CERN ou Richemont suivent son exemple.

Des compagnies suisses protègent leurs sites web, en changeant leurs noms

В мировом масштабе на этот шаг решились около 500 компаний, в том числе и Swatch. Все страницы банка Pictet теперь объединены по адресу group.pictet, суффикс «.com» ушел в небытие, предоставляя кредитно-финансовому учреждению больше возможностей защитить себя от поползновений мошенников.

Расположенная в Лос-Анджелесе «Корпорация по управлению доменными именами и IP-адресами» (ICANN) еще в 2012 году запустила программу New gTLD (Новые общие домены верхнего уровня), цель которой – дать фирмам или городам возможность иметь собственные адреса. Представитель группы Pictet Стивен Барбер отметил в интервью газете Le Temps, что для больших предприятий такая операция имеет стратегическое значение. Его слова подтверждает то, что в мире на такой шаг решились 17 из 20 наиболее признанных (по версии консалтингового агентства Interbrand) марок. «По нашим данным, мы – единственное финансовое учреждение в Швейцарии, которое применило эту стратегию».

Представитель банка добавил, что до настоящего времени учреждению приходилось отражать кибер-атаки (в среднем один раз в неделю), авторы которых стремились не только нанести вред имиджу компании, но и покушались на безопасность ее клиентов. Опасные сетевые акулы создавали адреса вроде «pictet.xyz» с целью завладеть конфиденциальной информацией.

По уверению банка, его клиенты не пострадали от таких «нападений», хотя некоторые схватки с пиратами в суде длились около двух лет. Собственный суффикс в адресе сайта компании крайне усложняет пиратам задачу создания поддельного сайта, тем более что никто не мешает фирме запустить столько сайтов, сколько она пожелает, ставя в конец адреса собственное название. «Домен .pictet позволит подтвердить подлинность наших сайтов», - подчеркивается в коммюнике швейцарского банка.

Стивен Барбер указал на то, что с использованием собственного расширения стало сложнее осуществить атаки (в форме клонирования сайта и т.д.). Банк не исключает возможности, что именно домен сильно подорвал боевой дух пиратов.

Со своей стороны, группа Swatch объяснила заинтересованность в собственном расширении не только желанием лучше защитить свои марки и предприятия, но и желанием полностью использовать новые возможности коммуникации.

Легко заметить, что именно домен несет в себе также большой маркетинговый потенциал. Когда адрес оканчивается не на «com» и подобные суффиксы, а на имя марки, то последняя становится «виднее». Директор специализированной швейцарской компании Dotstories Гийом Паю подчеркнул, что именно домены дают возможность создавать микросайты. Например, американская фирма Abbott запустила сайт [www.lifetothe fullest.abbott](http://www.lifetothe fullest.abbott), на котором популяризируется здоровый образ жизни.

На сегодня из 326 миллионов доменных имен в мире 142 миллиона оканчиваются на «.com» и «.net», а на долю новых расширений – таких как «.win», «.club» или «.science» приходится 4,9% из 326 миллионов купленных имен.

Торговля доменными именами – занятие весьма прибыльное, о чем говорят конкретные цифры. Расширение «.web», выставленное на аукцион в августе этого года, купила американская компания Verisign через свою дочернюю фирму Nu Dot Co LLC, не пожалев на это 135 миллионов долларов (полтора года назад Google заплатил за расширение «.app» 25 миллионов). По мнению экспертов, Verisign сможет вывести свое приобретение на стадию окупаемости через три года, продавая по три миллиона адресов с окончанием «.web» в год.

Всего ICANN получила 1930 запросов на регистрацию именных доменов, больше всего – из Северной Америки (911) и Европы (675), в том числе около 50 заявок из Швейцарии. Среди прочих, попробовать новую возможность хочет авиакомпания SWISS, банк UBS, компания Richemont, ЦЕРН и кантон Цюрих.

[интернет](#)

[швейцарский сайт](#)

Статьи по теме

[Швейцарцы все больше привязываются к интернету](#)

[CH - не всегда значит швейцарский](#)

[ЦЕРН празднует 20-летие общедоступного использования технологии WWW](#)

---

**Source URL:**

<http://www.nashgazeta.ch/news/economie/shveycarskie-kompanii-zashchishchayut-svoi-ve-b-sayty-menyaya-ih-nazvaniya>