

**ИССЛЕДОВАНИЕ GROUP-IB:
АКТУАЛЬНЫЕ КИБЕРУГРОЗЫ
ДЛЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ
БРЕНДОВ В 2019 ГОДУ**

СОДЕРЖАНИЕ

Цели исследования	2
Методика исследования	3
Общие тенденции фармрынка	4
Классификация мошеннических ресурсов	5
Определение уровня киберугрозы	6
Самые часто подделываемые препараты	9
Привлечение трафика и методы распространения лекарств	10
Потенциальный ущерб	11
Рекомендации Group-IB	12

01

ЦЕЛИ ИССЛЕДОВАНИЯ

ЗАДАЧИ ДАННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ:



изучить способы
мошеннического использования
брендов фармацевтических
компаний и их популярных
препаратов



определить уровень угрозы
для указанных каналов
продвижения лекарственных
средств



оценить объемы продаваемых
фальсифицированных
препаратов в денежном
эквиваленте

Фальсифицированная продукция ставит бренды производителей под угрозу «размытия» и потери премиальности, что в итоге приводит к снижению интереса со стороны покупателей. Низкокачественные подделки лекарственных препаратов могут нанести вред здоровью потребителя и негативно отразиться на репутации бренда.

Массовая миграция продавцов всех видов продукции в онлайн-сектор поднимает на новый уровень проблему обеспечения информационной безопасности брендов. Угрозы проведения кибератак и учащения случаев цифрового мошенничества являются ключевыми проблемами любого перехода на e-commerce. А в сфере фармацевтики распространение некачественной продукции под официальными брендами может грозить не только потерей лояльности клиентов, но и нанесением ущерба здоровью людей.

Принимая во внимание важность описанной проблемы, команда Group-IB Brand Protection проанализировала каналы продвижения и объемы фальсифицированной фармпродукции, распространяемой через интернет. В ходе исследования эксперты Group-IB Brand Protection суммарно проверили сотни тысяч таких ресурсов как:

- доменные имена,
- мобильные приложения,
- страницы в социальных сетях,
- ресурсы, направленные на продажу продукции под именами известных брендов.

Проведя подробный сбор данных, мы сфокусировались только на тех ресурсах, которые предположительно осуществляли торговлю контрафактной продукцией.

В данном отчете приведены результаты исследования онлайн-рынка фальсифицированных препаратов и онлайн-мошенничества, ассоциированного с известными фармацевтическими брендами. По итогам анализа мы составили список рекомендаций по борьбе с контрафактом в отрасли, которыми хотим поделиться.

02

МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

ОБЪЕКТЫ АНАЛИЗА

7 препаратов от 5 крупнейших фармацевтических компаний, приносящих наибольший доход или имеющих наибольший спрос.

Данные для исследования были получены в ходе анализа открытых источников в интернете и сети Deep Web.

Исследование проводилось летом 2019 года.

Для исследования были выбраны «бренды-гиганты» крупнейших производителей фармацевтических препаратов в следующих категориях: **жаропонижающие и болеутоляющие средства, препараты для лечения никотиновой зависимости, для потенции, для лечения сахарного диабета.**

Целевая аудитория исследованных брендов — весь международный рынок.

Что мы анализировали:

- методы распространения и привлечения трафика,
- наиболее часто атакуемые категории препаратов,
- площадки для сбыта фальсифицированной продукции.

Специалисты Group-IB Brand Protection установили взаимосвязи между регистрационными и контактными данными, IP-адресами и доменными именами, а также вычислили аффилированность рассматриваемых ресурсов.

Также были рассмотрены и проанализированы упоминания и объявления о продаже препаратов, размещенные на следующих ресурсах в русском и англоязычном интернет-сегменте:

- поисковые системы Yandex и Google,
- социальные сети,
- интернет-магазины,
- тематические форумы,
- доски объявлений,
- теневой интернет.

Ограничения

Важно отметить, что достоверность объявлений имеет ряд ограничений, которые влияют на конечные результаты исследования. Невозможно проверить:

- наличие препарата у продавца и правдивость сведений, указанных в объявлении;
- происхождение препарата, выставленного на продажу;
- наличие документов, подтверждающих оригинальность препарата и легитимность его продажи.

Количественные оценки реального оборота контрафактных лекарств носят приблизительный характер. Отсутствие точной информации не дает полного представления о теневых процессах и объемах.

03

ОБЩИЕ ТЕНДЕНЦИИ ФАРМРЫНКА

10%

мирового рынка —
фальсифицированные
лекарственные препараты²

Фальсифицированная продукция, реализуемая в онлайн-аптеках, наносит вред здоровью покупателей: прием таких лекарств не гарантирует результата лечения и может ухудшить состояние здоровья потребителя. А негативная репутация о недействующих лекарствах повлияет на спрос оригинальной продукции фармацевтического бренда.

9 из 10

российских интернет-аптек
распространяют подделки

Мошенники активно используют различные ресурсы, с помощью которых распространяют поддельные препараты или привлекают дешевый трафик. Пока производители конкурируют между собой, разрабатывая новые препараты, и отвечают за качество готовой продукции — мошенники просто паразитируют и зарабатывают на чужом имени и популярности.

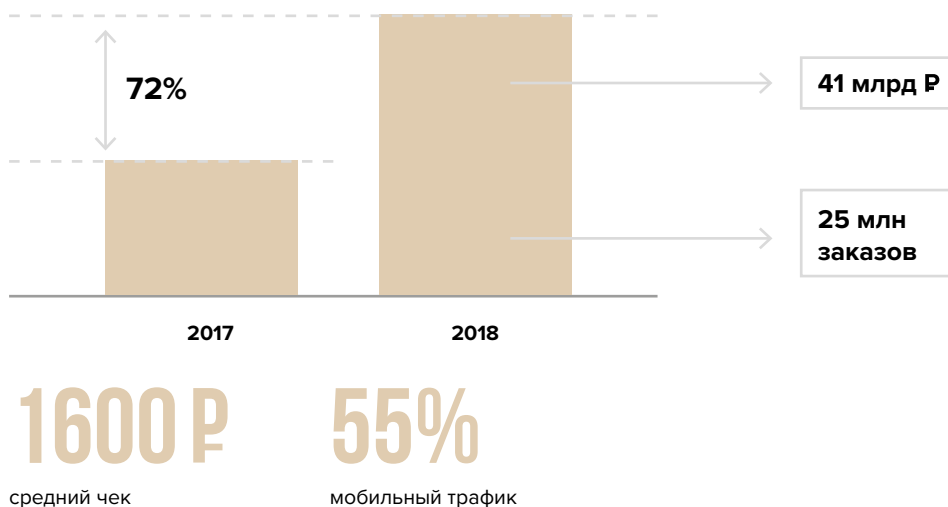


Рис.1 Характеристики заказов в интернет-аптеках¹

¹ Источник: Онлайн-рынок аптек 2018: аналитика Data Insight

² Источник: Survey of 5 European countries shows low awareness of fake medicines

04

КЛАССИФИКАЦИЯ МОШЕННИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

Мошеннические ресурсы появляются и исчезают каждый день. В большинстве своем они объединены в сети, имеют идентичный бренду дизайн и конкретные признаки.

В результате мы выделили четыре категории ресурсов, которые представляют наибольшую опасность для брендов:



1. Посвященные конкретному бренду

Полностью или частично скопированные с официальных ресурсов сайты с измененными ценами на товар и неверными контактными данными.



2. Посвященные категории товара

Ресурсы с различными товарами одного типа. Ассортимент таких сайтов – это, как правило, самые популярные модели внутри одного товарного сегмента.



3. Направленные на кражу персональных данных

Схожесть мошеннических ресурсов с официальными сайтами вводит неподготовленного пользователя в заблуждение.



4. Осуществляющие мультибрендовую продажу товаров различных категорий

Таким образом мошеннический ресурс может маскироваться под обычную интернет-аптеку, создавать иллюзию массовых продаж и тем самым получать доверие потребителя, который даже не задумается, что может стать жертвой мошенников.

Мошеннические ресурсы опасны не только распространением контрафакта, они представляют угрозу репутации и значительно влияют на размер выручки от продаж, которую недополучают бренды.

05

ОПРЕДЕЛЕНИЕ УРОВНЯ КИБЕРУГРОЗЫ

ВЫСОКИЙ

уровень угрозы

Доменные имена

Специалисты Group-IB Brand Protection зафиксировали множество схожих с официальными доменными именами, которые потенциально могут использоваться в мошеннических целях.

При этом не все ресурсы содержат противоправный контент. Так, например, все 60 доменов, обнаруженных по одной из фармацевтических компаний, оказались «чистыми», то есть на них пока не было размещено никакой информации. Впрочем, это не исключает возможного появления на них противоправного контента в любой момент.

Также в ходе исследования были выявлены ресурсы, обещавшие посетителю вознаграждение при переходе по сомнительной ссылке, либо предлагавшие скачать ПО неизвестного происхождения.

Как злоумышленники используют схожие доменные имена?



Рекламируют собственные сервисы

Мошенники мимикрируют под известные бренды для раскрутки собственных сайтов и привлечения трафика.



Представляются партнерами известного бренда

Мошенники используют чужой логотип или название компании в знак подтверждения делового партнерства, которое по факту является ложным. Некачественно или вообще не оказанные мошенниками услуги потребители начинают ассоциировать с известной компанией, что может повлечь за собой претензии, обращения в компанию, а также нанести репутационный ущерб.



Указывают недостоверную информацию

Ложные сведения могут вводить в заблуждение потенциальных клиентов или сотрудников компании.

СРЕДНИЙ

уровень угрозы

Обнаружено:

1 000

сообщений о продаже препаратов для потенции

Теневые форумы

На теневых форумах также производится продажа продукции под исследуемыми брендами и рекламируются существующие мошеннические ресурсы (в основном, в комментариях).

Всего за месяц было обнаружено более 1 000 сообщений о продаже препаратов для потенции. Часть продавцов распространяет товар сразу на нескольких форумах.

Встречаются предложения оптовой продажи, в названии которых упоминается сразу несколько брендов.

ВЫСОКИЙ

уровень угрозы

Обнаружено:

> 380

групп и аккаунтов, использующих исключительно наименование препаратов или средства индивидуализации фармкомпаний

65 000

человек составляет аудитория этих групп и аккаунтов

Социальные сети

Эксперты Group-IB Brand Protection проанализировали различные группы и аккаунты в социальных сетях, использующие средства индивидуализации фармацевтических компаний и популярных препаратов, в том числе, в целях продажи.

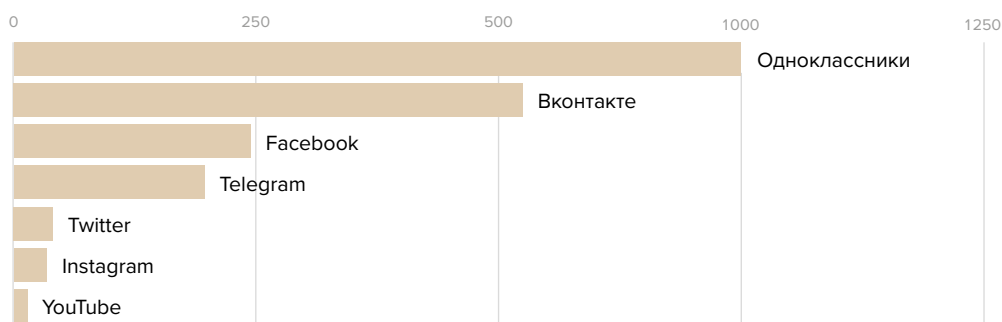


Рис.2 Распределение количества упоминаний брендов в разных социальных сетях

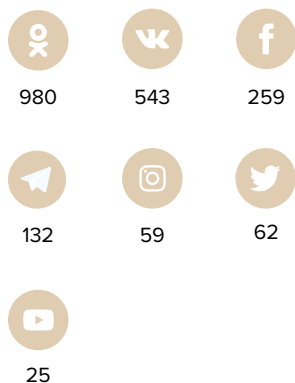
Лишь 40% групп и аккаунтов, обнаруженных командой Group-IB Brand Protection, приходится на международные социальные сети, остальные 60% — на отечественные. Часть групп занимается распространением препаратов централизованно.

Большинство найденных групп и аккаунтов Вконтакте (98%) занимаются распространением нелегальных препаратов для повышения потенции.

Важную роль в незаконном распространении фармацевтических препаратов играет реклама и продвижение онлайн-магазинов и Telegram-каналов. В ходе исследования было обнаружено 23 связанных между собой аккаунта Вконтакте, которые ведут на Telegram-канал, специализирующийся на продаже препаратов для потенции.

Пример: Неправомерное использование бренда лекарственного средства, выполняющего роль анальгетика и жаропонижающего:

Количество групп и аккаунтов с упоминанием брендов



В социальной сети Вконтакте было выявлено **150 объявлений** о продаже данного лекарства

В социальной сети Facebook было выявлено более **150 объявлений** о продаже данного лекарства

В социальной сети Instagram было выявлено более **100 объявлений** о продаже данного лекарства

ВЫСОКИЙ

уровень угрозы

Обнаружено:

80-100 000

объявлений может
приходиться на один
бренд

Интернет-магазины

Анализ объявлений о продаже показал: большая часть фальсифицированных препаратов реализуется на общих агрегированных площадках. Мошенники активно используют мультибрендовые сайты из-за их доступности. И популярность препаратов идёт им только на руку.

Более 20 000 предложений обнаружено в интернет-магазинах под брендом препарата для потенции.

Около 70% объявлений приходится на препараты для потенции, 30% — на противовирусные.

Если рассматривать продажу препаратов для лечения диабета, то большинство из них в рунете не продается. Все предложения продавцов на русскоязычных площадках — это запросы о наличии препарата в той или иной аптеке.

ВЫСОКИЙ

уровень угрозы

Обнаружено:

2 500

объявлений приходится
на препараты для лечения
никотиновой зависимости

Доски объявлений

В ходе исследования производился поиск по отечественным и зарубежным доскам объявлений:

- Авито,
- Tiu,
- Юла,
- AliExpress,
- Amazon,
- Ebay,
- DHGate и др.

Самыми распространенными среди мошенников стали препараты для лечения никотиновой зависимости. На втором месте по популярности — препараты для потенции (их удаляют модераторы). На третьем — обезболивающие и жаропонижающие.

Большинство объявлений удаляются модераторами. Например, в ходе анализа было обнаружено, что из 4 объявлений препарата для лечения потенции на Ebay через неделю все 4 были удалены.

Часть продаж препаратов для потенции маскируется, например, под продажу канцелярских товаров или альбомов MP3. На Ebay встречается также сувенирная продукция с логотипом лекарственного средства для потенции и инструкцией по применению.

ВЫСОКИЙ

уровень угрозы

Обнаружено:

> 400

мобильных приложений было найдено по 7 препаратам и 5 брендам фармацевтических компаний

Мобильные приложения

Существует большое количество разнообразных мобильных приложений, которые могут как целенаправленно использовать наименование и товарные знаки бренда, так и не концентрироваться именно на нём, а осуществлять продажу по типу мультибрендовой интернет-аптеки.

Часть из них легитимна, а часть — зарегистрирована на неопределённых людей, которые занимаются продажей поддельных товаров.

В чем опасность неофициальных мобильных приложений?

1. Риск заразить пользовательское устройство вредоносным программным обеспечением.

Заражённое устройство может открывать доступ к управлению устройством, похищать или передавать злоумышленнику персональные данные пользователя.

2. Введение потребителя в заблуждение.

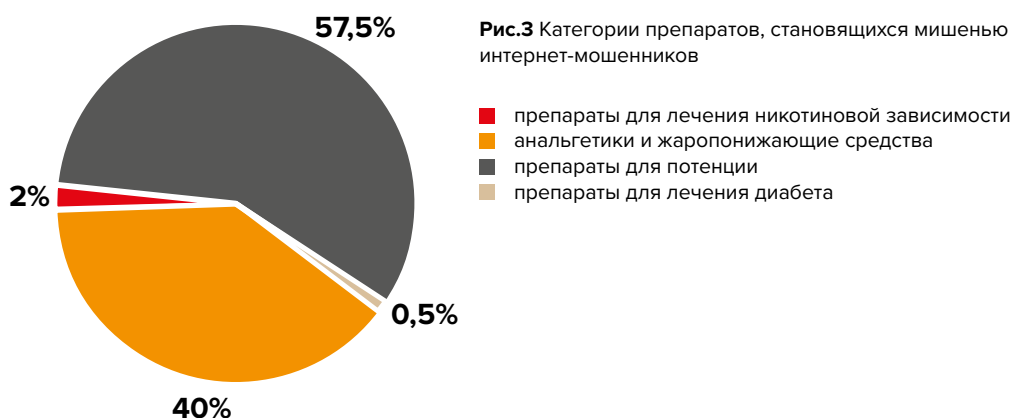
Подобные приложения могут подолгу не обновляться или содержать недостоверную и неактуальную информацию о препаратах, тем самым представляя опасность для здоровья пользователя.

06

САМЫЕ ЧАСТО ПОДДЕЛЫВАЕМЫЕ ПРЕПАРАТЫ

Мошенники предпочитают подделывать наиболее популярные на текущий момент бренды лекарственных препаратов, которые определяют при помощи легитимных инструментов анализа рынка.

В результате анализа нашей выборки мы выделили три категории препаратов, чьи бренды чаще всего использовались мошенниками для копирования. Чаще всего подделывают препараты для потенции. Их доля в e-commerce составила 57,5% от всех предложений. На втором месте — анальгетики и жаропонижающие средства с долей 40%, на третьем месте — препараты для лечения никотиновой зависимости с 2%. Минимальная доля подделок приходится на препараты для лечения диабета — 0,5%.



07

ПРИВЛЕЧЕНИЕ ТРАФИКА И МЕТОДЫ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ЛЕКАРСТВ

Поисковая выдача

Предваряющий покупку поиск является идеальным моментом для мошенников — именно на этом этапе проще всего привлечь потенциального покупателя выгодным предложением. Затраты мошенников в таком случае минимальны, ведь какой бы метод продвижения своих ресурсов они ни выбрали, он будет приносить результат и прибыль.

Анализ поисковой выдачи позволил выявить, десятки сайтов по продаже, включая доски объявлений и социальные сети. Помимо выдачи по запросу, поисковые системы также предлагают аудитории контекстную рекламу мошеннических ресурсов, которая вводит неподготовленного потребителя в заблуждение.

Реклама

Для привлечения аудитории на свои ресурсы мошенники используют различные каналы:

- контекстную рекламу,
- таргетированные СМС-рассылки,
- рассылки в мессенджерах.

Подобная деятельность существенно влияет на отношение целевой аудитории к брендам и ведёт к репутационным потерям. Отдельно стоит учитывать рекламу мошеннических ресурсов, которые распространяют объявления о продаже контрафактных препаратов на форумах и социальных сетях.

¹ <https://e-pepper.ru/news/onlayn-rynok-aptek-2018-analitika-data-insight.html>

08

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ УЩЕРБ

по нашим подсчетам только 12% проанализированных интернет-ресурсов занимаются перепродажей оригинальных препаратов. Следовательно, остальные 88% — предлагают контрафактные лекарственные средства, представляющие опасность для здоровья покупателей.

Специалисты Group-IB Brand Protection подсчитали потенциальный ущерб фармацевтических компаний от продажи контрафакта. Он представлен ниже.

	Болеутоляющее и жаропонижающее средство	Препарат для потенции
Средний чек	330	1 150
Количество интернет-магазинов	50 000	20 000
Оборот, мес.	52 млн Р	>1 млрд. Р

По данным Data Insight, конверсия в интернет-аптеках (соотношение числа заказов в месяц к количеству посетителей) равна 8%.

ПОТЕНЦИАЛЬНО НЕДОПОЛУЧЕННАЯ ПРИБЫЛЬ = (средний чек × конверсия × количество ресурсов, продающих монобренд × среднее количество посетителей + средний чек × конверсия × количество мультибрендовых ресурсов × среднее количество посетителей × среднее количество пользователей, пришедших за данным препаратом) × процент фальсифицированных препаратов

По нашей оценке, за год объем торговли поддельной продукцией одного из топ-5 брендов массовой продажи (препарат для лечения потенции) достигает более 18 миллиардов рублей. Такие крупные обороты достигаются мошенниками с минимальными затратами на распространение фальсификата через простые в использовании интернет-каналы.

Таким образом, по самым минимальным подсчётам оборот онлайн-рынка розничных и оптовых продаж семи контрафактных фармацевтических препаратов, которые мы исследовали, составляет 2,6 млрд руб. в месяц или 31,5 млрд руб. в год.

09

РЕКОМЕНДАЦИИ GROUP-IB BRAND PROTECTION ДЛЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ

Как реагировать на нарушения, представляющие опасность для потребителей и брендов?



Провести первичный мониторинг информационного поля

Основная цель — оценить масштаб проблемы (количество нарушений, неправомерно использующих ваш бренд) и определить приоритетные источники.

Также первичный мониторинг укажет, необходимо ли предпринимать меры по реагированию. Даже если на данный момент нарушений нет, это не значит, что они не появятся в будущем: часть нарушений носит временный характер, часть возможно выявить только после глубокого анализа информации.



Запустить релевантную систему мониторинга

Чтобы знать ситуацию в точках сбыта фальсифицированной продукции, необходим систематизированный мониторинг интернет-пространства. Его цель — определить фронт работ для устранения нарушений.

Важно, чтобы система мониторинга учитывала интересы потребителей и параллельно анализировала ранее полученные результаты. Для этого нужно применять соответствующие пользовательские запросы и искать в самых популярных среди покупателей источниках.



Повышать уровень осведомленности покупателей

Потребители не всегда разбираются в технологиях производства фирменной продукции и в её отличиях от подделок. Большинство людей легко ввести в заблуждение. Поэтому крайне важно проводить кампании по осведомлению и обучению потенциальных потребителей характеристикам оригинальных препаратов, на которые им стоит обращать особое внимание.

|GROUP|IB|

Group-IB - международная компания по предотвращению, расследованию киберпреступлений и мошенничеств с использованием высоких технологий.

В основе решения Group-IB **Brand Protection** — собственные разработки для борьбы с киберпреступлениями и уникальные данные киберразведки. Постоянное развитие механизмов обнаружения нарушений позволили защитить более 200 российских и зарубежных брендов.

Модераторские аккаунты в социальных сетях и выстроенные отношения с крупными площадками гарантируют ускоренное рассмотрение запросов Group-IB Brand Protection администраторами крупных площадок для оперативного устранения нарушений.

16 ЛЕТ

опыта исследований и анализа хакерских атак



Threat Intelligence, который лежит в основе решения Group-IB Brand Protection, признан лучшим в мире по оценкам Gartner (2015), IDC (2016), Forrester (2017)



CERT GIB — аккредитованный член международных сообществ команд реагирования FIRST и Trusted Introducer. Благодаря этому Group-IB Brand Protection имеет компетенции оперативно блокировать опасные интернет-ресурсы по всему миру.



Компетентная организация Координационного центра национального домена сети Интернет, Фонда развития интернета и международной коалиции по борьбе с контрафактной продукцией и пиратством IACC.

1000+

успешных исследований по всему миру

Узнайте больше
о Group-IB Brand Protection

group-ib.ru/brandprotection
info@group-ib.com