

#nePINdej!

12.9.2022 - Zuzana Pidrmanová | Policie ČR

Počet útoků na klienty bank se za poslední dva roky zvýšil čtyřnásobně. Škody jdou do stovek milionů. Policie ČR se dnešním dnem připojuje k rozsáhlé vzdělávací kampani České bankovní asociace a dalších partnerů, která upozorňuje na sílící nebezpečí podvodů na internetu.

Jak vyplývá z dat České bankovní asociace získaných od jejích členských bank, na jednoho poškozeného klienta připadá průměrná škoda ve výši 161 500 korun. U vishingu, neboli případů podvodného navolávání, jsou částky až čtvrtmilionové.

Klíčovým prvkem kampaně s názvem **#nePINdej!** (kreativní tvorba ze slov PIN nedej) je interaktivní vzdělávací **www.kybertest.cz**, který zábavnou formou seznámí veřejnost s nejčastějšími kybernetickými podvody a naučí ji, jak je rozpoznat a jak jim nenaletět. Kybertest má několik variant, které simulují nejčastější podvodné praktiky dle různých věkových skupin. Kybernetická kriminalita již dávno necílí jen na seniory a osamělé lidi, ale pachatelé se zaměřují na širokou veřejnost bez ohledu na věk či vzdělání. Kampaň proto cílí na širokou veřejnost počínaje dětmi a mladistvými přes dospělé až na seniory. *„Jiné otázky se tedy generují pro teenagery, jiné pro seniory. Stejně tak jako útoky hackerů – jiné praktiky zkoušejí na mladší generaci, jiné pak na střední a jiné na nejstarší spoluobčany,”* vysvětluje **Tomáš Trachta, člen představenstva společnosti itego, a.s.**, která pro ČBA kybertest naprogramovala a úzce spolupracovala na realizaci celé kampaně.

V kybertestu jsou simulovány podvodné SMS, zobrazovací okna k připojení k WIFI sítím, phishingové emaily, zvukové nahrávky podvodných telefonů a mnohé další, tak, aby si je každý uživatel moderních technologií mohl bezpečně vyzkoušet. Testové otázky byly připravovány odborníky na základě reálných případů, jimiž se podvodníci snaží své oběti nachytat. Kampaň **#nePINdej!** patří k nejrozsáhlejšímu kampaním v oblasti kyberbezpečnosti, které byly doposud realizovány. Unikátní je i to, že se do ní zapojily jak orgány státní správy, které se kyberbezpečností zabývají, tak klíčové firmy českého byznysu, jichž samotných nebo jejich klientů se podvodné útoky také týkají. *„Zároveň bude na sociálních sítích i v dalších kanálech aktivizovat veřejnost k tomu, aby si ve speciálně vytvořené online aplikaci otestovala své schopnosti obstát před kyberútoky,”* říká **Monika Zahálková, výkonná ředitelka České bankovní asociace.**

Počty registrovaných TČ páchaných v kyberprostoru

Pachatelé se při těchto útocích snaží překonávat zejména lidský faktor a pod nejrůznějšími legendami využívají nátlaku, strachu a časové tísně pro záchranu peněz nebo pro realizaci finanční transakce. Mezi nejčastější podvodné legendy patří:

Podvodné navolávání:

Nabídka výhodných investic:

Reverzní inzertní podvody:

Podvody typu Nigérijské dopisy:

Klasické podvody typu phishing a smishing:

Kromě tradičních podvodných e-mailů, SMS a již zmíněného vishingu se stále častěji setkáváme s

podvody na sociálních sítích, kdy pachatel může dokonce ukrást identitu reálné osoby a pod ní pak kontaktovat její přátele s cílem vylákat z nich peníze. „Loňskou novinkou jsou také tzv. reverzní inzertní podvody, jejichž počet neustále roste. Terčem útočníků jsou v takovém případě především prodávající, kteří si zvolí jako platební metodu ‚bezpečnou platbu‘, tedy zaslání peněz z karty na kartu, prostřednictvím peněženky zvoleného bazaru. Protože jsou klienti oslovováni údajným kupcem jejich zboží, nepředpokládají, že se z nich někdo snaží získat přístupové údaje k účtům a do jejich internetového bankovníctví. Mají zájem zboží prodat, a aby toho co nejdříve docílili, slepě spolupracují a vyplňují údaje o svých kartách a přístupech na účet v domnění, že nedělají nic špatně, a s vírou, že získají peníze za prodávané zboží. Opak je bohužel pravdou, o všechno přijdou,“ objasnil **brig. gen. Tomáš Kubík, náměstek policejního prezidenta pro kriminální policii.**

Kyberkampaně #nePINdej! bude s ohledem na širokou cílovou skupinu probíhat napříč všemi médii – na internetu, v tisku, v České televizi, využita bude i tištěná reklama – formou letáků na pobočkách České pošty –, a pevné reklamní plochy ve vlacích a na nádražích Českých drah, ale i na bankomatech bank působících na českém trhu. Společnost O2 pak kampaně podpoří SMS zprávami s výzvou k účasti na testu. Ze sociálních sítí bude kromě standardních kanálů (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram) nově využít i TikTok. Kampaně podpoří na svých profilech i influencer Martin „Mikýř“ Mikyska.

<https://www.policie.cz/clanek/sprava-stredoceskeho-kraje-or-beroun-zpravodajstvi-nepindej.aspx>