# **Podvodné reklamy lákají na investice i supervýhodné ceny za luxusní zboží**

**Praha, 18. ledna 2022** - Na internetu se stále masivněji objevuje další forma útoku na peněženky důvěřivých uživatelů – podvodné reklamy. Jménem známých celebrit nebo společností láká na neobvyklé nebo exkluzivní zboží, ale i investice. Podvodníci využívají nejen reklamní formáty, ale i sociální sítě, komunikační platformy, seznamovací aplikace nebo YouTube kanály.

**Supervýhodné ceny a instantní zázraky**

Podvodných reklam na zázraky stále přibývá, lákají na celebrity nebo supervýhodné ceny. I když se může zdát, že na tento typ podvodu už nikdo nenaletí, pokud je kampaň zacílená na skupiny s menší zkušeností s virtuálním světem, tato technika stále funguje. V současné době se ale aktivity útočníků přesunují stále více do prostředí nových médií – na sociální sítě a komunikační platformy, ale také třeba na seznamovací platformy. Sázejí třeba také na to, že při rychlém procházení příspěvků na mobilním telefonu lidé častěji nerozpoznají škodlivý obsah.

„Podvodné reklamy jsou masově používanou technikou, se kterou mají nemalé starosti všichni poskytovatelé reklamního prostoru. Ani giganti jako Google nebo Facebook přes obrovské investice do této oblasti v boji s podvodnými reklamami nevítězí – podle letošní studie se například více než třetina uživatelů Facebooku setkala opakovaně s podvodnou reklamou přesto, že ji nahlásili. S tímto fenoménem se setkáváme i na českých vyhledávačích a portálech. Jedinou možností, jak se jako uživatel před negativním dopadem takovýchto technik bránit, je neklikat bez rozmyslu na vše, co vás zaujme. Napovědět může většinou podezřelá adresa, na kterou link z reklamy vede, a kterou lze jednoduše před odkliknutím zkontrolovat,“ konstatuje Ondřej Ševeček z Počítačové školy GOPAS.

**Zajímavé investiční příležitosti**

Podvodné reklamy, které zneužívají jména velkých firem, nejsou na internetu nic nového. Teprve v poslední době se ale zaměřují na lokální české hráče – například Českou poštu nebo velmi nedávno i ČEZ. Nové je to, že roste profesionalita takovýchto kampaní. Zde šlo o nabídku výhodných investic a reklama byla nejen provázaná s kvalitně zpracovaným YouTube kanálem s investičními videi, dokonce obsahovala i „vyjádření“ reálného manažera tohoto energetického giganta.

„Lidé vedení vidinou snadného výdělku se často rozhodují iracionálně, což je základem investičních podvodů v reálném i virtuálním světě. Rozpoznat podvodnou investiční nabídku od té skutečné ale není vždy jednoduché. Zpozornět bychom měli v případě neobvykle vysokého zhodnocení za minimálního rizika, ať už jde o investice do běžných komodit nebo kryptoměn. Podvodníci ale stále častěji využívají taktiku postupných kroků – začínají u malých investic, a poté se z dotyčné osoby snaží vylákat více. Mohou například hlásit smyšlené zisky nebo ztráty a žádat podvedeného, aby investoval více. Když pak chce oběť vybrat svoje peníze, začnou požadovat další částku pod záminkou povinné daně z investice,“ popisuje používané taktiky Michal Merta, ředitel Cyber Fusion centra společnosti Accenture.

**Na co vás dostanou**

Podvodné reklamy mají za cíl od jednotlivých oklamaných buď vylákat identifikační údaje nebo přímo finanční prostředky. Či je přesměrovat na podvodné stránky nebo aktivní prvky, které spustí instalaci škodlivého kódu do jejich zařízení, třeba i s cílem jej později zablokovat a vymáhat výkupné. K tomu, aby lidé skočili na podvodnou nabídku, využívají řadu technik.

„Podvodníci nejčastěji zneužívají dvou emocí, které člověka přimějí k ukvapené reakci – touhy ušetřit a obavy nebo strachu, nejčastěji o zdraví. Zaštiťují se názory celebrit či fiktivních odborníků. Často využívanou technikou je i nátlak na co nejrychlejší koupi – slevou vázanou na okamžitý nákup, časově omezenou nabídkou nebo informací o tom, že zbývají poslední kusy daného zboží. Také se přiživují na aktuálních celospolečenských problémech, například fingují pomoc lidem po živelných katastrofách, v poslední době se objevila i řada podvodů zneužívajících kovidovou pandemii,“ popisuje metody útočníků Martin Pejsar z BNP Paribas Cardif.