

KAZATELÉ DATOVÉ BEZPEČNOSTI

ROMAN PETERKA

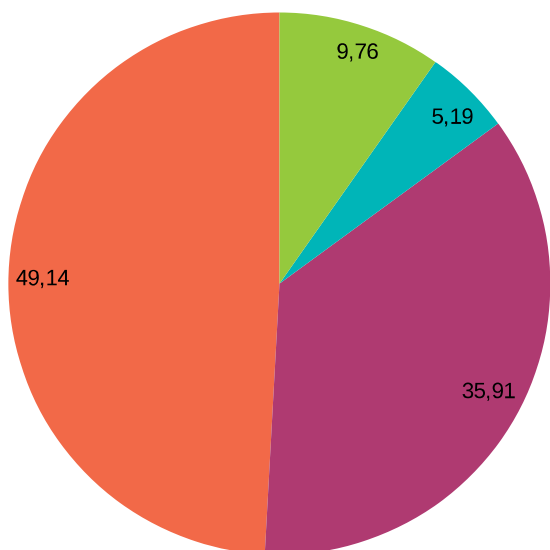


V SOUČASNÉ DOBĚ JE VĚTŠINA INFORMACÍ DIGITALIZOVÁNA, COŽ SICE USNADŇUJE PRÁCI S NIMI, ZÁROVEŇ ALE ZVYŠUJE RIZIKO JEJICH ZNEUŽITÍ ČI ÚNIKU. A BEZPEČNOSTNÍ HROZBOU TU NEJSOU MNOHDY ANI TAK ÚTOČNÍCI ZVENČÍ, JAKO UŽIVATELÉ ZEVNITŘ, KTEŘÍ S TĚMITO DATY PŘICHÁZEJÍ DENNĚ DO STYKU A PRACUJÍ S NIMI.

Zatímco ale proti útočníkům zvenčí už se i malé firmy chrání a antivirový software nainstalovaný na firemních počítačích je samozřejmostí, proti bezpečnostnímu riziku, které se skrývá mezi „klávesnicí a židlí“, většinou žádnou ochranu nemají. Dodavatelů softwarových řešení (tzv. DLP softwaru), která se snaží zabezpečit data proti neoprávněné manipulaci ze strany uživatelů, moc není. Většinou jde o velké nadnárodní hráče na poli počítačové bezpečnosti. A pak je tu (zatím) malá – ale šikovná – česká firma Safetica. Začínala jako v podstatě studentský start-up, dnes už má ale za sebou

více než sedm let vývoje, několik kol významných investic a především funkční produkt, který si už získal své zákazníky. A velké plány na další rozvoj. „*Chceme se zaměřit mnohem aktivněji na expanzi do zahraničí, rádi bychom v nejbližší době získali dalších několik stovek nových zákazníků,*“ prozrazuje CEO Safetica Technologies Petr Žikeš.

Procentuální rozložení podílu
ve společnosti Safetica Technologies



■ Ondřej Tomek
 ■ Jakub Mahdal
 ■ Ing. Ondřej Smolár
■ Zaměstnanci a další investoři

OD ZTRACENÉ FLEŠKY K DLP SOFTWARE

Vše začalo někdy před více než deseti lety, v době, kdy zakladatel firmy Jakub Mahdal ještě studoval v Brně na Vysokém učení technickém informatiku. Už při studiu si přivydělával podnikáním. A jednou se mu podařilo ztratit flash disk s citlivými údaji týkajícími se tohoto jeho podnikatelského „vedlejšíku“. Třeba faktury. A začal přemýšlet, jak pro podobné případy data propříště zabezpečit, aby je nikdo nepovoláný nemohl zneužít. Navíc ho napadlo, že podobný problém jistě neřeší jen on sám. Co se stalo jemu, může se stát i někomu jinému. S pár dalšími spolužáky z vysoké pak začal pracovat na vývoji prvního produktu. „*Šlo o DiscCryptor, který zajišťoval šifrování flešek i pevných disků,*“ říká CEO Safeticy Petr Žikeš. Smyslem programu bylo, aby data na disku byla zašifrována a případný nálezcce – nebo zloděj – by do nich nemohl nijak proniknout. To ale byl teprve začátek.

V té době šlo ještě o aktivitu partičky studentů – byť už pod hlavičkou firmy Jakuba Mahdala, která se v té době jmenovala CosectComputer Security Technologies a zabývala se zakázkovým vývojem softwaru. První verze šifrovacího softwaru spatřila světlo světa v roce 2007. A ukázalo se, že se pro tento produkt dají najít i zákazníci. V té době ale spíše než o prodej šlo o poznání trhu a potřeb zákazníků – jak to Jakub Mahdal nazval v jednom z rozhovorů, ze začátku

především „leštili kliky a zjišťovali, co zákazník chce“. A od klientů často slyšeli, že největší nebezpečí není vně firmy, ale před počítačem mezi klávesnicí a židlí – je to vlastní zaměstnanec. A Jakub Mahdal začal přemýšlet o vývoji nového produktu, který by řešil tuto do té doby prakticky neřešenou část počítačové bezpečnosti. Najal prvních pár programátorů na plný úvazek a společně s nimi začal pracovat na vývoji produktu, který dnes trh zná pod názvem Safetica. Už nešlo o to zašifrovat data na fleškách a discích, aby se v případě ztráty nedala zneužít. Šlo o to vytvořit software, který by zabránil uživatelům data zneužít nebo z nevědomosti s nimi udělat něco, co by je mohlo dostat do nepovolaných rukou. A dřívější Cosect (dnešní Safetica) začal vyvíjet plnohodnotné a první ryze české řešení z ranku DLP

Statistika interních úniků dat za rok 2015

91% firem unikají data přes nezašifrované externí zařízení

36% firem zaznamenává incidenty spojené s odesláním citlivých dat mimo organizaci e-mailem

18% firem řeší neautorizované přenosy dat na osobní cloud

Zdroj: průzkum společnosti Safetica Technologies na základě reportů z organizací, kterým dodává své řešení

(Data Leak Prevention – prevence úniků dat), které kromě šifrování dokáže také eliminovat všechny neúmyslné, ale i záměrné snahy o zneužití firemních dat.

TVŮRCI TRHU

Problém byl, že v době, kdy Jakub Mahdal společně s kolegy ze svého zatím ještě malého týmu pochopil, že právě tady je ukryt jeden z největších problémů počítačové bezpečnosti ve firmách, na straně zákazníků ještě podobnou potřebu zabezpečení dat prakticky nikdo necítil. Anebo alespoň ne tak silně, aby za ochranu před tímto rizikem byl ochoten zaplatit.

„*Jakub Mahdal se svou firmou začal vytvářet produkt, na který trh nebyl v té době připraven,*“ konstatuje Petr Žikeš. Přesto pevně věřil, že produkt, který ve své firmě vyvíjí, má smysl a má před sebou velkou budoucnost. Že potenciální zákazníci sice zatím možná úplně nechápou, k čemu by jim podobné řešení mohlo být dobré, ale že to časem přijde. A trh dospěje. „*Zakladatel Safeticy Jakub Mahdal svému produktu věřil, věřil, že jde o velkou věc – a teď už se začíná ukazovat, že tato víra v produkt byla oprávněná,*“ říká Petr Žikeš.

Dnes už je situace jiná. Firma v současné době poskytuje bezpečnostní řešení více než 250 klientům z oblasti finančnictví, automobilového průmyslu, subjektům státní správy, ale i špičkovým strojírenským firmám nebo společnostem zabývajícím se petrochemickým průmyslem a logistikou. „*Dohromady je to nějakých 28 tisíc stanic, na kterých je nasazena Safetica,*“ říká Petr Žikeš. Z malé firmičky o pár lidech je dnes firma, pro kterou pracuje na pět desítek lidí. A ve svém segmentu má pod palcem většinou trhu. „*Troufám si říct, že v Česku a na Slovensku, což jsou trhy, na které jsme se zatím soustředili nejvíce, máme v současné době pokryto zhruba 80 procent – z té části trhu, která skutečně chce řešit bezpečnost interních dat. Celkový potenciál jen tuzemského trhu ale*



Petr Žikeš
CEO Safetica Technologies

odhadujeme podstatně výše – na zhruba tři tisícovky firem, z nichž mnohé ještě stále tuto část bezpečnosti nezačaly řešit a my bychom z nich rádi udělali do budoucna své zákazníky. Z tohoto pohledu jsme zatím podchytili jen zhruba deset procent celkového potenciálního trhu,“ míní Petr Žikeš. Firmy už sice na potřebu lepšího zabezpečení dat proti únikům a zneužití začínají slyšet, zatím ale stále většina z nich riziko zneužití dat neřeší. Nebo ho začíná řešit až ve chvíli, kdy nastane problém – což už může být dost pozdě. „*Troufám si říct, že jsme ve velké míře tvůrci trhu, přinejmenším ho ve velké míře formujeme. Velká část práce našich obchodníků spočívá v edukaci zákazníka – nejde jen o nabídku konkrétního produktu, ale na začátku musejí zákazníkovi většinou nejprve vysvětlit, proč by měl riziko zneužití dat řešit a co všechno se může stát,*“ vysvětluje Petr Žikeš. „*Ve většině případů jednou z prvních otázek*

ANALÝZA FIRMY

obchodníka směrem k potenciálnímu klientovi je tato: Co jsou pro vás citlivá data, o něž byste nerad nějakým způsobem přišel? Obvykle na tuto otázku následuje odpověď ve smyslu, že tady žádná citlivá data nejsou, ať si je klidně kdokoli odnese. Když ale pak obchodník vyzve člověka na druhé straně stolu, ať ho tedy pustí k počítači a nechá ho si firemní data zkopírovat, aby je pak mohl dát třeba na ulozto.cz, najednou se na celou věc začne potenciální klient dívat z trochu jiného úhlu pohledu. A uvědomí si, že v počítačích ve své firmě má řadu citlivých dat – ať jsou to osobní informace o zaměstnancích, které jsou součástí pracovních smluv, smlouvy se zákazníky, výrobní dokumentace a podobě. A že skutečně nestojí o to, aby podobná data někdo odesílal ven z firmy, nedejbože je ukládal na veřejně dostupných úložištích,“ popisuje.

„Safetica umí toto nebezpečí z velké části eliminovat. Samozřejmě žádný bezpečnostní software nedokáže úplně zabránit narušení bezpečnosti, vždy se bavíme o snížení rizika na co nejnižší úroveň,“ podotýká Petr Žikeš. Safetica – zjednodušeně řečeno – dokáže zajistit, že si data, jež jsou označena jako citlivá, nikdo neuloží na flash disk, neudělá copy – paste, aby si je překopíroval do jiného dokumentu, nedovolí mu je nahrát na nějaké úložiště typu ulozto.cz, odeslat e-mailem nebo udělat s těmito daty na monitoru printscreen. Ale zároveň mu s nimi umožní zcela



Jakub Mahdal
Founder Safetica Technologies

normálně pracovat. A s ostatními daty, která citlivá nejsou, může uživatel nakládat bez všemožných omezení.

MILIONY DO VÝVOJE

Když přijde někdo s nápadem, na který trh ještě není tak docela připraven, je velká šance, že vše skončí dřív, než to pořádně začne. Buď podnikateli dojdou peníze dřív, než přesvědčí trh, že jeho produkt má smysl. Případně se nepodaří produkt vyvinout tak, aby splňoval očekávání, která jsou na něj kladena. Navíc – vývoj jakéhokoli nového softwaru spolkne sám o sobě nemalé peníze. A dost času, během kterého opět mohou dojít peníze. Jakubu Mahdalovi a jeho Safetice se podařilo toto krušné období překonat. Od roku 2009, kdy začal naplno vývoj řešení, které bylo roku 2011 uvedeno na trh pod názvem Safetica (a podle něj se přejmenovala i firma), do dnešních dnů spolykal vývoj spoustu peněz. *„Na druhé straně nyní jsme lídry na českém trhu a prakticky jeho tvůrci. Pokud by dnes nějaký další subjekt napadlo vyvinout podobný produkt, musí počítat s tím, že by mu trvalo několik let, než by ho dostal do fáze, kdy by s ním mohl vstoupit na trh,“* podotýká Petr Žikeš.

Nadějně firmě pomohlo, že se jí podařilo najít bohatého a osvědčeného investora, který uvěřil, že mladá firma má velký růstový potenciál a její vize je správná. Tím investorem se stal Ondřej Tomek, jeden ze zakladatelů portálu Centrum.cz, který se poté, co v roce 2007 prodal svůj podíl ve výši necelých 40 procent ve firmě NetCentrum, stal miliardářem a investorem. Zaměřuje se na investice do rychle rostoucích, zejména technologických společností. Než se ale firma Safetica dostala k jednání o investici s Ondřejem Tomkem, hledali mladí průkopníci na poli zabezpečení citlivých firemních dat i jinde. Na začátku pomohlo, že se dostali do technologického inkubátoru Jihomoravského inovačního centra. Tam získali důležité kontakty a zpětnou vazbu od konzultantů, kteří jim pomohli firmu vést správným směrem.

V roce 2010 se Jakub Mahdal a Pavel Krátký, tehdy ještě jako zástupci Computer Security Technologies, objevili ve druhé řadě „investorské reality show“ České televize – pořadu s názvem Den D. Před investory tehdy předstoupili s nabídkou 10% podílu ve firmě za investici půl milionu korun. Produkt Safetica televizní investory sice zaujal, požadované podíly ve firmě se však podnikatelům ze Safeticy zdály vysoké a nakonec nabídky investorů s díky odmítli. A nejspíš udělali dobře.

V roce 2012 našla Safetica investora v Ondřeji Tomkovi. Ten do ní v první fázi „nalil“ jeden milion dolarů. Investovalo se z velké části do dalšího vývoje produktu – ale také do toho, aby lépe pronikl na trh.

A nebyla to poslední Tomkova investice. Dva roky po své první investici přidal další, ve výši 2,5 milionu dolarů. Nyní přišla další investice ve výši 1,5 milionu dolarů – kromě Ondřeje Tomka se k ní připojil i slovenský podnikatel Ondrej Smolár, jeden ze zakladatelů (a nyní předseda představenstva

a ředitel) společnosti Soitron, která se specializuje na zavádění nových technologií a inovativních řešení v oblasti IT infrastruktur. „Každá z těchto investic byla pro Safeticu nesmírně důležitá – nejen penězi, které bylo možné použít na financování dalšího vývoje produktu, který je sám o sobě velmi náročný a nákladný, ale také do budování důvěry trhu v Safeticu. Důvěra investorů představovala pro trh zárukou, že firma má za sebou dostatečně silné finanční zázemí, aby tu byla i za rok – a tudíž má smysl poříditi si její produkt,“ říká k tomu CEO Safeticy Petr Žikeš. „Navíc tím, že v souvislosti se zatím poslední investicí vstoupil do firmy i Ondrej Smolár, mám nyní k dispozici přímo tým investorů, kteří nejsou jen těmi, co nalijí peníze do projektu a pak o nich není slyšet, ale jsou zároveň i mými partnery, kteří rozumí našemu byznysu a pomáhají

Safetica v číslech:

přes **50** spolupracovníků

28 000 chráněných zařízení

více než **250** zákazníků v **50** zemích světa

27 let – průměrný věk týmu Safetica Technologies

přes **1 milion** řádků programového kódu

přes **1 miliardu** záznamů v databázích

mi ho dělat lépe, mohu s nimi konzultovat technické záležitosti i obchodní strategie. A mohou nám pomoci i rychleji expandovat,“ říká Petr Žikeš. V současné době drží v Safetice největší podíl Ondřej Tomek se 49,14 pro-



centa. Významný podíl stále zůstal původnímu majoritnímu vlastníkovi Jakubu Mahdalovi (35,91 %). Ondrej Smolár má 5,19 %. Zbývajících 9,76 % pak mají v držení další menší investoři, případně zaměstnanci.

S rozvojem firmy a vstupem investorů přehodnotil svou roli ve firmě i Jakub Mahdal. Už před časem řekl, že rozhodně nechce celý život řešit na denní bázi provoz firmy – že by se z toho asi zbláznil. Fáze, kdy se zakladatel firmy stáhne z denní operativy, už v Safetice nastala.

Nedávno Jakub Mahdal odstoupil z funkce generálního ředitele firmy a předal ji Petru Žikešovi, který v Safetice pracuje už tři roky (začínal vedením týmu zákaznické podpory, postupně se propracoval na pozici provozního ředitele) a před tím sbíral zkušenosti v AVG. „Změna na postu generálního ředitele předcházela letošní investici Ondřeje Tomka a Ondřeje Smolára, souvisí s vývojem firmy. Jakub dovedl firmu do fáze, kdy má přes dvě stovky zákazníků a má jim opravdu co nabídnout – a sám za mnou přišel s nabídkou, že nyní, kdy vstupujeme do růstové fáze, potřebujeme někoho, kdo vezme řízení firmy do rukou systematicky, a nabídl tuto roli mně, což je pro mě obrovská výzva. Byla to jedna z těch nabídek, které se neodmítají,“ říká Petr Žikeš. „Samozřejmě se nadále účastní všech meetingů a stejně jako s ostatními investory spolupracujeme na denní bázi,“ dodává Žikeš.

ČAS SKLIZNĚ

Na trhu je již šestá verze programu Safetica. A v brzké době přijde další. Firma má zákazníky na českém trhu, ale i v zahraničí. Produkty společnosti a jejich podpora jsou dostupné ve více než 50 zemích světa na 5 kontinentech. „Před čtyřmi roky, když Safetica vyšla na trh s první verzí produktu, měla strategii proniknout rovnou na zahraniční trhy a hledat pro tento účel strategické partnery po celém světě. Díky tomu máme dnes v padesáti zemích světa distributory, kteří nabízejí naše řešení. Chyběla nám ale dostatečná zpětná vazba od zákazníků a zkušenost s tím, jak jsme schopni sami nabídnout zákazníkům náš produkt a nasadit ho – proto jsme se v posledních letech soustředili hlavně na český a slovenský trh,“ říká Petr Žikeš. „Nasbírali jsme celou řadu zkušeností a nyní nás čeká zajímavá éra, kdy je čas na další expanzi do zahraničí, ale už s produktem, který je skutečně vyspělý, a za situace, kdy jsme schopni zajistit jeho mnohem lepší distribuci a zvládneme obsloužit mnohem větší množství zákazníků než doposud,“ dodává. „Až doted jsme hlavně sázeli, jen vývoj produktu do současné doby spotřeboval zhruba 4 miliony dolarů. Nyní nastal čas sklízet ovoce těchto investic a našeho úsilí,“ dodává s úsměvem. 