

Nome della pratica:

#FraudOff!

Paese:

Lettonia

Categoria della pratica:

- Cultura antifrode



Contatto:

- Ministero delle Finanze della Repubblica di Lettonia
- <https://atkrapiess.lv/en/>
- info@fm.gov.lv

Rischi di frode contrastati

Questa pratica non è incentrata su uno specifico rischio di frode, ma è piuttosto un'iniziativa di sensibilizzazione sulle frodi nel paese.

Contesto e obiettivi

#FraudOff! è un movimento antifrode creato nel 2017 che sensibilizza sulle frodi tramite una campagna di informazione sociale. La campagna si concentra su misure preventive, compresa la sensibilizzazione del pubblico in merito all'economia sommersa e alle frodi, così come alle loro conseguenze negative a livello individuale e sulla prosperità complessiva del paese. L'obiettivo a lungo termine del movimento è fare in modo che la società lettone non mostri alcuna tolleranza nei confronti delle frodi.

La campagna si basa sugli sforzi congiunti di istituzioni pubbliche, imprenditori, parti sociali e della società tutta nella lotta contro le frodi. Tutti i cittadini, le imprese e le organizzazioni lettone sono invitati a partecipare al movimento antifrode. Lo strumento principale di #FraudOff! è l'utilizzo del suo logo da parte di istituzioni pubbliche e private. I sostenitori del movimento sono invitati a utilizzare il marchio della campagna nella comunicazione quotidiana.

È stato creato a seguito di un'iniziativa della Commissione europea e dell'OLAF per istituire una "giornata antifrode" europea, che ha ispirato il ministero delle Finanze lettone a sviluppare una campagna di comunicazione nazionale di più ampio respiro. L'individuazione delle frodi e le relative indagini rappresentano spesso un processo lungo e costoso, mentre investire nella prevenzione, nella comunicazione e nella sensibilizzazione potrebbe avere effetti maggiori e più a lungo termine, risultando nel contempo meno costoso.

Descrizione della pratica

#FraudOff! è la prima iniziativa di questo tipo in Lettonia. La campagna è stata concepita per raggiungere un elevato numero di persone utilizzando i social media e altri canali di comunicazione. Durante il primo anno la campagna si è concentrata sui prodotti contraffatti, in quanto si tratta di un tema ben compreso dalla maggior parte della società e che attira facilmente l'attenzione delle persone. Nel 2018 il movimento si è rivolto specificamente alle persone di età compresa tra i 16 e i 24 anni, informandole sui rischi di frode e sugli aspetti che dovrebbero considerare quando accedono ad un rapporto di lavoro. Nel 2019 la campagna ha avuto come obiettivo principale la segnalazione delle frodi, in quanto il 2019 è stato anche l'anno in cui in Lettonia è stata adottata la legge sulle denunce di irregolarità.

Il ministero delle Finanze ha inizialmente condotto un sondaggio sulla percezione delle frodi da parte delle persone. I risultati hanno dimostrato che la popolazione percepiva i livelli di disonestà nel paese come elevati, mentre le attività fraudolente erano spesso accettate come un fatto comune. Tali risultati hanno costituito

l'argomentazione principale per investire in una campagna volta a cambiare l'atteggiamento delle persone al fine di promuovere il rifiuto attivo dei comportamenti fraudolenti.

Con il sostegno del ministro delle Finanze e un finanziamento di 10 000 EUR, il ministero ha incaricato un'agenzia di pubbliche relazioni di sviluppare la campagna e ha intrapreso le seguenti azioni:

Definizione dello slogan "fraud off"

#Atkrāpies! ("fraud off!") è un neologismo formato sostituendo il prefisso ne- con il prefisso at-, che indica che l'azione è diretta in senso contrario oppure abbandonata. Il punto esclamativo indica che il verbo è in modo imperativo. Il neologismo "fraud off" è un appello a resistere alle frodi e a prevenirle ed è stato scelto come nome della campagna.

Definizione di una strategia

In stretto coordinamento con il gabinetto del ministro, con l'aiuto dell'agenzia di pubbliche relazioni, il gruppo di #FraudOff! ha sviluppato una strategia di comunicazione e un piano quadriennale.

L'obiettivo principale era utilizzare messaggi ed esempi semplici che fossero in sintonia con la quotidianità delle persone e attirassero la loro attenzione. Aniché insegnare loro definizioni di frode, la campagna ha sottolineato l'impatto delle frodi sulle singole persone e sul paese nel suo complesso.

Creazione di una rete

Utilizzando la rete esistente del ministero, il gruppo responsabile dell'iniziativa è riuscito a convincere rapidamente più di 20 istituzioni pubbliche e partner a partecipare alla campagna antifrode.

I partner principali dell'iniziativa sono ministeri e autorità statali, ad esempio:

- il ministero delle Finanze;
- il ministero dell'Interno;
- il ministero dell'Economia;
- l'Agenzia nazionale delle entrate;
- la polizia di Stato;
- l'Ufficio per la prevenzione e la lotta alla corruzione;
- l'Autorità garante della concorrenza;
- l'Ufficio per il monitoraggio degli appalti e altri, così come
- Transparency International Lettonia.

Nel 2018 l'iniziativa #FraudOff è stata sostenuta anche dalle autorità di contrasto lettoni.

Conferenza stampa

Per distinguere la campagna dai precedenti progetti governativi, il gruppo #FraudOff! si è astenuto dal divulgare qualsiasi informazione sull'iniziativa sotto forma di comunicati stampa o articoli prima dell'organizzazione di una conferenza stampa per il lancio della campagna. La conferenza stampa ha ricevuto molta attenzione grazie al fattore sorpresa, mentre l'uso provocatorio dello slogan ha garantito un'ampia copertura mediatica.

Sito web

Per la campagna #FraudOff! è stato creato un sito web dedicato, che contiene informazioni sugli obiettivi dell'iniziativa e sul livello di frode e corruzione in Lettonia. Fornisce inoltre consigli pratici al pubblico sui settori sensibili alle frodi nella vita quotidiana, ad esempio:

- che cosa si dovrebbe sapere al momento di concludere un contratto di lavoro con un potenziale datore di lavoro;
- come verificare se il datore di lavoro paga le tasse;
- quali norme in materia di sicurezza sul lavoro dovrebbero essere prese in considerazione;
- come riconoscere un prodotto di marca contraffatto;
- come riconoscere il denaro falso;
- che cosa si dovrebbe sapere in merito all'etichettatura dei prodotti alimentari.

Inoltre la campagna spiega come segnalare le frodi alle autorità di contrasto competenti se si sospetta o si è a conoscenza di un caso specifico di attività fraudolenta. È possibile altresì segnalare una frode tramite il sito web di #FraudOff!.

Social media e campagna di comunicazione

Per sensibilizzare l'opinione pubblica e raggiungere il maggior numero di persone, il gruppo #FraudOff! ha contattato influencer che hanno accettato di sostenere la campagna parlandone nei propri account sui social media e con l'aiuto di video che mostrano i prodotti e lo slogan.

Durante la settimana della moda in Lettonia, a varie celebrità nazionali è stato chiesto di indossare prodotti contraffatti e attirare l'attenzione utilizzando adesivi con il logo #FraudOff! al fine di sensibilizzare l'opinione pubblica sulla contraffazione dei prodotti.

I cittadini sono stati inoltre incoraggiati a utilizzare gli hashtag #Atrāpies! e #Fraudoff! così come #viltotaiszakis, che si traduce con #falsochic.

Altre comunicazioni hanno compreso manifesti con "supereroi" e codici QR da scansionare per accedere a un video relativo alla campagna. Il video è stato creato dalla polizia di Stato per sensibilizzare ulteriormente l'opinione pubblica sulle modalità con cui la polizia scopre i prodotti contraffatti. Il collegamento ha inoltre indirizzato le persone verso un concorso online in cui dovevano individuare correttamente i beni contraffatti per ricevere in premio prodotti della campagna.

Partecipazione di imprese private

Il movimento antifrode ha coinvolto anche organizzazioni private che mostrano un atteggiamento di tolleranza zero nei confronti delle frodi e dei prodotti contraffatti. Sul sito web del movimento è possibile scaricare manifesti della campagna e materiali visivi per siti web e reti sociali, nonché richiedere un adesivo speciale che può essere applicato sulle porte nelle imprese, nelle istituzioni o nei negozi. Gli organizzatori sottolineano che il marchio del movimento non servirà come marchio di qualità, bensì servirà a testimoniare che una persona o un'organizzazione ha un atteggiamento di tolleranza zero nei confronti delle attività fraudolente. Per gli operatori commerciali è anche un'opportunità di dimostrare che vendono prodotti originali e non contraffatti.

Partecipazione a eventi pubblici

La campagna #FraudOff! ha partecipato con uno stand informativo a vari eventi pubblici, ad esempio il festival della democrazia LAMPA o la conferenza Youngsters, per informare i partecipanti in merito a tali questioni.

Partecipazione ad iniziative educative

La campagna #FraudOff! è stata presente nelle scuole e nelle università, ad esempio in un'iniziativa scolastica nell'ambito della quale gli alunni hanno fabbricato e venduto i propri prodotti e hanno ricevuto informazioni dal gruppo #FraudOff! sui prodotti contraffatti e sulle frodi in generale.

Caratteristiche uniche

- Ricorso a social media e influencer;
- coinvolgimento di diverse istituzioni pubbliche e private;
- campagna di comunicazione con manifesti, adesivi, felpe con cappuccio ecc.

Esiti e risultati

Il movimento #FraudOff! è stato considerato un successo in Lettonia e all'estero. È stato premiato in occasione dei Golden World Awards 2018 dell'IPRA per il miglior concetto e la migliore campagna di comunicazione.

L'iniziativa #FraudOff! è riuscita a riunire autorità pubbliche, imprenditori, parti sociali e la società in generale nel comprendere e combattere le frodi. Ha inoltre sensibilizzato l'opinione pubblica in merito all'economia sommersa e alle frodi, nonché alle loro conseguenze negative per le singole persone e l'economia in generale.

Fattori di successo principali

- Sostegno da parte del ministro delle Finanze;
- utilizzo della rete per ottenere il sostegno di varie istituzioni pubbliche;
- conferenza stampa utilizzata come "elemento sorpresa" per dare il via all'iniziativa;
- sostegno da parte di influencer e celebrità.

Sfide incontrate e insegnamenti tratti

In un primo momento l'iniziativa ha incontrato una certa resistenza da parte di alcuni che sostenevano fosse uno spreco di denaro. Nel complesso tuttavia è stata percepita molto positivamente.

Dopo il successo del lancio e un riscontro molto positivo, è stato difficile mantenere l'attenzione della gente. L'iniziativa #FraudOff! ha scelto di concentrarsi su un tema diverso ogni anno per mantenere il suo slancio; in futuro potrebbe diventare meno esposta all'attenzione pubblica e concentrarsi piuttosto su iniziative educative.

Uno degli insegnamenti tratti è che una campagna di successo non ha bisogno di un bilancio significativo. È fondamentale invece la scelta dei canali e delle reti di comunicazione utilizzati per diffondere i messaggi (molti dei quali sono gratuiti o molto efficienti sotto il profilo dei costi).

Potenziale di trasferibilità

Una campagna di comunicazione analoga può essere molto incisiva se un paese è in grado di garantire una diffusione simile utilizzando reti e social media diversi.

Ogni paese dovrebbe innanzitutto valutare quali questioni affrontare. Può essere avviato un sondaggio per definire chiaramente il gruppo di destinatari e coinvolgere esperti di comunicazione nello sviluppo dei mezzi di comunicazione appropriati.