

Denumirea practicii: #FraudOff!
Categoriza practicii: Cultura antifraudă



Date de contact:

- Ministerul Finanțelor din Republica Letonia
- <https://atkrapi.lv/en/>
- info@fm.gov.lv

Țara:
Letonia

Riscul (riscurile) de fraudă contracarat(e)

Această practică nu vizează un risc specific de fraudă, ci este mai degrabă o inițiativă de sensibilizare cu privire la fraudele din țară.

Context și obiectiv(e)

#FraudOff! este o mișcare antifraudă creată în 2017, menită să sensibilizeze publicul cu privire la fraudă prin intermediul unei campanii de informare socială. Campania se axează pe măsuri preventive, inclusiv pe sensibilizarea publicului cu privire la economia subterană și la fraudă, precum și la consecințele negative ale acestora la nivel individual și asupra prosperității generale la nivel național. Obiectivul pe termen lung al mișcării este ca societatea letonă să aibă toleranță zero față de fraudă.

Campania se bazează pe eforturile combinate ale instituțiilor publice, ale oamenilor de afaceri, ale partenerilor sociali și ale tuturor persoanelor din societate în lupta împotriva fraudei. Toți cetățenii, întreprinderile și organizațiile din Letonia sunt invitați să participe la mișcarea antifraudă. Principalul instrument al mișcării #FraudOff! este utilizarea logoului său de către instituțiile publice și private. Susținătorii mișcării sunt invitați să utilizeze marca acestei campanii în comunicarea de zi cu zi.

Acesta a fost creat în urma unei inițiative a CE și a OLAF de a crea o „zi europeană a luptei împotriva fraudei”, care a inspirat Ministerul de Finanțe din Letonia să dezvolte o campanie națională de comunicare mai amplă. Detectarea și investigarea fraudelor este adesea un proces îndelungat și costisitor, în timp ce investițiile în prevenire, comunicare și sensibilizare ar putea avea efecte mai ample și pe termen mai lung, toate acestea fiind, în același timp, mai puțin costisitoare.

Descrierea practicii

#FraudOff! este prima inițiativă de acest tip din Letonia. Campania a fost concepută pentru a ajunge la un număr mare de persoane care utilizează platformele de comunicare socială și alte canale de comunicare. În primul an, accentul a fost pus pe produsele contrafăcute, deoarece acest subiect este bine înțeles de majoritatea societății și atrage cu ușurință atenția oamenilor. În 2018, mișcarea s-a adresat în mod specific persoanelor cu vârste cuprinse între 16 și 24 de ani, informându-le cu privire la riscurile de fraudă și la ceea ce ar trebui să ia în considerare atunci când încheie un raport de muncă. În 2019, campania s-a axat în principal pe raportarea fraudelor, deoarece a fost, de asemenea, anul în care a fost adoptată Legea privind avertizarea în interes public în Letonia.

Ministerul Finanțelor a realizat inițial un sondaj cu privire la percepția oamenilor asupra fraudei. Rezultatele au arătat că oamenii au evaluat nivelurile lipsei de onestitate din țară ca fiind ridicate, în timp ce activitățile frauduloase au fost adesea acceptate ca fiind obișnuite. Acesta a fost un argument principal pentru a investi într-o campanie menită să schimbe atitudinea oamenilor în sensul respingerii active a comportamentului fraudulos.

Cu sprijinul ministrului finanțelor și al finanțării în valoare de 10 000 EUR, ministerul a angajat o societate de relații publice pentru a dezvolta campania și a întreprins următoarele etape:

Definirea conceptului „*fraud off*” („fără fraude!”)

#Atkrāpies! („*fraud off*!”) este un neologism care se formează prin înlocuirea prefixului „ne-” cu prefixul „at-” care indică faptul că acțiunea este direcționată înapoi sau invers. Semnul exclamării arată că verbul este la modul imperativ. Neologismul „*fraud off*!” este un apel pentru a rezista și a preveni fraudă și a fost ales ca nume al campaniei.

Definirea unei strategii

În strânsă coordonare cu Cabinetul ministrului, împreună cu societatea de relații publice, echipa #FraudOff! a elaborat o strategie de comunicare și un plan pe 4 ani.

Scopul principal a fost acela de a utiliza mesaje simple și exemple apropiate de viețile oamenilor și de a le atrage atenția. În loc să îi învețe despre definițiile fraudei, campania a subliniat impactul fraudei asupra fiecăruia și asupra întregii țări.

Crearea unei rețele

Utilizând rețeaua existentă a ministrului, campania a reușit să atragă rapid peste 20 de instituții publice și parteneri pentru a se alătura campaniei antifraudă.

Principalii parteneri ai inițiativei sunt ministerele și autoritățile de stat, de exemplu:

- Ministerul de Finanțe,
- Ministerul de Interne,
- Ministerul Economiei,
- Administrația financiară,
- Poliția de stat,
- Biroul de prevenire și combatere a corupției,
- Consiliul Concurenței,
- Biroul de monitorizare a achizițiilor publice și altele, precum și
- Transparency International Letonia.

În 2018, inițiativa #FraudOff a fost sprijinită și de autoritățile letone de aplicare a legii.

Conferință de presă

Pentru a distinge campania de proiectele guvernamentale anterioare, echipa #FraudOff! nu a dezvăluit nicio informație cu privire la inițiativă sub forma comunicatelor de presă sau articolelor înainte de a organiza o conferință de presă pentru a lansa campania. Conferința de presă a beneficiat de o atenție semnificativă datorită factorului surpriză, în timp ce utilizarea provocatoare a sloganului a garantat o acoperire mediatică largă.

Site

Campania #FraudOff! a creat un site dedicat cu informații despre obiectivele inițiativei și despre nivelul de fraudă și de corupție din Letonia. De asemenea, acesta oferă recomandări practice publicului cu privire la domeniile sensibile la fraudă în viața de zi cu zi, de exemplu:

- ce ar trebui să știm atunci când încheiem un contract de muncă cu un potențial angajator;
- cum verificăm dacă angajatorul plătește impozite;
- care sunt reglementările în materie de securitate în muncă care ar trebui avute în vedere;

- cum poate fi recunoscut un produs de marcă contrafăcut;
- cum se pot recunoaște banii falși;
- ce ar trebui să știm despre etichetarea produselor alimentare.

În plus, campania explică modul în care se raportează fraudele la autoritățile relevante de aplicare a legii în cazul în care o persoană suspectează un anumit caz de activitate frauduloasă sau deține informații despre acesta. De asemenea, fraudele pot fi raportate prin intermediul site-ului #FraudOff!.

Platformele de comunicare socială și campania de comunicare

Pentru a sensibiliza opinia publică și a ajunge la un număr cât mai mare de persoane, echipa #FraudOff! s-a adresat formatorilor de opinie care au fost de acord să sprijine campania, vorbind despre aceasta pe conturile lor de pe platformele de comunicare socială și în materiale video care prezintă produsele și sloganul.

În cursul săptămânii modei din Letonia, diverse celebrități naționale au fost invitate să poarte produse contrafăcute și să atragă atenția asupra utilizării acestora cu ajutorul autocolantelor cu logoul #FraudOff! pentru a sensibiliza publicul cu privire la contrafacerea produselor.

De asemenea, cetățenii au fost încurajați să folosească hashtagurile #Atkrāpies! și #Fraudoff!, precum și #viltotaiszaķis, care se traduce #fakechic („fals elegant”).

Alte comunicări au inclus afișe cu „supereroi” și coduri QR care, la scanare, direcționau utilizatorii către un material video referitor la campanie. Materialul video a fost creat de poliția de stat pentru a crește și mai mult gradul de sensibilizare cu privire la modul în care poliția găsește bunuri contrafăcute. De asemenea, linkul îi direcționa pe utilizatori către un concurs online în cadrul căruia aceștia au trebuit să identifice în mod corect produsele contrafăcute și au primit produse din campanie ca premiu.

Implicarea întreprinderilor private

Mișcarea antifraudă a inclus, de asemenea, organizații private care adoptă o atitudine de „toleranță zero” față de fraude și bunuri contrafăcute. De pe site-ul mișcării se pot descărca afișe de campanie, materiale vizuale pentru site-uri și rețele sociale, și se poate solicita un autocolant special care poate fi lipit pe ușile unei societăți, ale unei instituții sau ale unui magazin. Organizatorii subliniază că marca mișcării nu va servi drept marcă de calitate, ci va demonstra atitudinea unei organizații sau a unei persoane de „toleranță zero” față de activitățile frauduloase. Pentru comercianți, aceasta reprezintă, de asemenea, o oportunitate de a demonstra că vând produse originale, nu contrafăcute.

Participarea la evenimente publice

Campania #FraudOff! a fost prezentă sub forma unor standuri de informare în cadrul mai multor evenimente publice, cum ar fi Festivalul pentru democrație LAMPA sau Conferința tinerilor, pentru a-i informa pe cetățeni cu privire la aceste chestiuni.

Participarea la inițiative educaționale

Campania #FraudOff! s-a implicat în școli și universități, de exemplu într-o inițiativă școlară în care elevii au produs și și-au vândut propriile bunuri și, de asemenea, au primit informații din partea echipei #FraudOff! despre bunuri contrafăcute și fraude în general.

Caracteristici unice

- Utilizarea platformelor de comunicare socială și a formatorilor de opinie
- Implicarea diferitelor instituții publice și private
- Campanie de comunicare prin afișe, autocolante, hanorace etc.

Efecte și rezultate

Campania #FraudOff! a fost considerată un succes în Letonia și în străinătate. Cu ocazia premiilor „Golden World Awards” ale IPRA din 2018, aceasta a primit premiul pentru cea mai bună campanie de concept și de comunicare.

#FraudOff! a reușit să reunească autorități publice, antreprenori, parteneri sociali și societatea în ansamblu în ceea ce privește înțelegerea și combaterea fraudei. De asemenea, a sensibilizat publicul cu privire la economia subterană și la fraudă, precum și la consecințele negative ale acestora asupra persoanelor și economiei în general.

Principali factori ai succesului

- Sprijin din partea ministrului de finanțe
- Utilizarea rețelei pentru a beneficia de sprijin din partea diferitelor instituții publice
- Conferință de presă utilizată ca „element surpriză” pentru lansarea inițiativei
- Sprijin din partea formatorilor de opinie și a celebriților

Provocări întâmpinate și lecții învățate

La început, inițiativa s-a confruntat cu o oarecare rezistență din partea unor persoane care au afirmat că este o risipă de bani. Totuși, în general, aceasta a fost percepută în mod pozitiv.

După lansarea cu succes și după un feedback foarte pozitiv, menținerea atenției oamenilor s-a dovedit a fi dificilă. Campania #FraudOff! a ales o temă diferită în fiecare an, pentru a-și menține dinamica; aceasta ar putea deveni mai puțin prezentă în ochii publicului și s-ar putea concentra mai degrabă asupra inițiativelor educaționale în viitor.

Una dintre lecțiile învățate este că o campanie de succes nu are nevoie de un buget semnificativ. Alegerea canalelor și a rețelelor de comunicare (multe dintre acestea fiind gratuite sau foarte eficiente din punctul de vedere al costurilor) pentru difuzarea mesajelor, este esențială.

Potențialul de transferabilitate

O campanie de comunicare similară poate avea un impact foarte mare dacă o țară poate asigura o informare similară prin utilizarea mai multor rețele și platforme de comunicare socială.

Fiecare țară ar trebui să evalueze mai întâi aspectele care trebuie abordate. Pentru a defini un grup-țintă clar și pentru a implica experți în comunicare în dezvoltarea mijloacelor de comunicare adecvate, poate fi lansat un sondaj.