

Наименование на практиката:

#FraudOff!

Държава:

Латвия

Категория на практиката:

- Култура за борба с измамите



За контакти:

- Министерство на финансите на Република Латвия
- <https://atkrapijes.lv/en/>
- info@fm.gov.lv

Неутрализиран(и) риск(ове) от измами

Тази практика не е насочена към конкретен риск от измами, а по-скоро е инициатива за повишаване на осведомеността относно измамите в страната.

Контекст и цел(и)

#FraudOff! е движение за борба с измамите, създадено през 2017 г., с което осведомеността за измамите се повишава чрез информационна кампания в социалните медии. Кампанията е съсредоточена върху превантивните мерки, в това число повишаване на осведомеността на обществеността за икономиката в сянка и измамите, както и за отрицателните последици от тях на индивидуално ниво и за общия просперитет в цялата страна. Дългосрочната цел на движението е латвийското общество да има нулева толерантност към измамите.

Кампанията се основава на съвместните усилия на държавни институции, представители на деловите среди, социални партньори и всички в обществото в борбата с измамите. Всички латвийски граждани, предприятия и организации са поканени да участват в движението за борба с измамите. Основният инструмент на #FraudOff! е използването на логото му от публични и частни институции. Привържениците на движението се приканват да използват марката на кампанията в ежедневната си комуникация.

Движението е създадено след инициатива на ЕК и OLAF за организиране на европейски „ден за борба с измамите“, която вдъхнови латвийското министерство на финансите да разработи по-широка национална комуникационна кампания. Откриването и разследването на измами често е дълъг и скъп процес, докато инвестирането в предотвратяване, комуникация и осведоменост може да има по-големи и по-дългосрочни ефекти, като същевременно е по-евтино.

Описание на практиката

#FraudOff! е първата по рода си инициатива в Латвия. Кампанията беше планирана така, че да достигне до голям брой хора, използващи социални медии и други канали за комуникация. През първата година акцентът беше върху фалшивите стоки, защото по-голямата част от общественото разбира добре тази тема и е лесно да се привлече вниманието на хората. През 2018 г. движението специално се обърна към хората на възраст от 16 до 24 години, като ги информира за рисковете от измами и какво трябва да имат предвид при сключване на трудово правоотношение. През 2019 г. основният акцент в кампанията беше подаването на сигнали за измами, тъй като това беше и годината, в която в Латвия беше приет Закон за подаване на сигнали за нередности.

В началото Министерството на финансите проведе проучване за възприемането на измамите от хората. Резултатите показаха, че хората оценяват нивата на нечестност в страната като високи, но измамническите дейности често се приемат като нещо обичайно. Това беше основен аргумент за

инвестиране в кампания, за да се промени отношението на хората в посока към активно отхвърляне на измамническото поведение.

С подкрепата на министъра на финансите и финансиране в размер на 10 000 EUR министерството нае дружество за връзки с обществеността, което да разработи кампанията, и предприе следните стъпки:

Определяне на термина „fraud off“

#Atkrāpies! („Махни измамните!“) е латвийски неологизъм, който се формира чрез заместване на представката „ne-“ с представката „at-“, която показва, че действието е насочено назад или настрана. Удивителният знак показва, че глаголът е в повелителна форма. Неологизмът „махни измамните!“ е призив за противопоставяне и предотвратяване на измами и е избран за име на кампанията.

Определяне на стратегия

В тясно сътрудничество с кабинета на министъра, заедно с дружеството за връзки с обществеността, екипът на #FraudOff! разработи комуникационна стратегия и четиригодишен план.

Основната цел беше да се използват прости послания и примери, които са близо до живота на хората и привличат вниманието им. Вместо да ги учи на определения за измама, кампанията набляга на въздействието на измамата върху отделни лица и цялата страна.

Създаване на мрежа

С помощта на съществуващата мрежа на министерството бързо бяха спечелени над 20 държавни институции и партньори да се присъединят към кампанията за борба с измамите.

Основните партньори в инициативата са министерства и държавни органи, например:

- Министерството на финансите,
- Министерството на вътрешните работи,
- Министерството на икономиката,
- Държавната агенция по приходите,
- Държавната полиция,
- Бюрото за превенция и борба с корупцията,
- Съветът по конкуренция,
- Бюрото за наблюдение на обществените поръчки и други, както и
- Transparency International Латвия.

През 2018 г. инициативата #FraudOff беше подкрепена и от латвийските правоприлагащи органи.

Пресконференция

За да се разграничи кампанията от предишни правителствени проекти, екипът на #FraudOff! се въздържа от оповестяване на каквато и да е информация за инициативата под формата на съобщения за печата или статии, а организира пресконференция за стартиране на кампанията. Пресконференцията получи голямо внимание поради фактора на изненадата, а провокативното използване на лозунга гарантира широко отразяване в медиите.

Уебсайт

За кампанията #FraudOff! беше създаден специален уебсайт, на който е представена информация за целите на инициативата и за нивото на измами и корупция в Латвия. На уебсайта също така има

практически съвети за обществеността относно областите, чувствителни към измами в ежедневиия живот, например:

- Какво трябва да знаете, когато сключвате трудов договор с потенциален работодател;
- Как да проверите дали работодателят плаща данък;
- Какви правила за безопасни условия на труд трябва да се вземат предвид;
- Как да разпознаем фалшив марков продукт;
- Как да разпознаем фалшиви пари;
- Какво трябва да знаем за етикетирането на храните.

В допълнение кампанията обяснява как да се подаде сигнал за измама до съответните правоприлагащи органи, ако някой подозира или знае за конкретен случай на измама. Също така е възможно да се подаде сигнал за измама чрез уебсайта на #FraudOff!.

Кампания в социалните медии и комуникационна кампания

За да повиши осведомеността и да достигне до максимален брой хора, екипът на #FraudOff! се обърна към инфлуенсъри, които се съгласиха да подкрепят кампанията, като говорят за нея в своите профили в социалните мрежи и във видеоклипове, в които представят продуктите и лозунга.

По време на Седмицата на модата в Латвия различни национални знаменитости бяха помолени да носят фалшиви стоки и да привличат вниманието към тях с помощта на стикери с логото на #FraudOff! с цел повишаване на осведомеността относно фалшифицирането на стоки.

Гражданите също бяха насърчавани да използват хаштаговете #Atkrāpies! и #FraudOff!, както и #viltotaiszaķis, което в превод означава „фалшив шик“.

Други комуникационни мерки бяха например плакати със „супергерои“ и QR кодове, които, след като бъдат сканирани, препращат към видео, свързано с кампанията. Видео е създадено от държавната полиция с цел по-нататъшно повишаване на осведомеността за това как полицията намира фалшиви стоки. Връзката насочваше хората и към онлайн състезание, в което те трябваше да идентифицират правилно фалшивите стоки, за да получат продукти от кампанията като награда.

Участие на частни предприятия

В движението за борба с измамите участваха и частни организации, които демонстрират своята нулева толерантност към измамите и фалшивите стоки. На уебсайта на движението е възможно да се изтеглят плакати на кампанията, визуални материали за уебсайтове и социални мрежи, както и да се заяви специален стикер, който може да бъде поставен на вратите на дружества, институции или магазини. Организаторите подчертават, че марката на движението не следва да служи като знак за качество, а по-скоро демонстрира, че организацията или лицето има нулева толерантност към измамнически дейности. За търговците това е и възможност да покажат, че продават оригинални, а не фалшиви продукти.

Участие в публични мероприятия

Кампанията #FraudOff! участва под формата на информационни щандове в различни публични мероприятия, например фестивала на демокрацията LAMPA или конференцията на младежите, за да информира хората за своите теми.

Участие в образователни инициативи

В кампанията #FraudOff! се включиха и училища и университети, например чрез училищна инициатива, при която учениците произвеждаха и продаваха собствени стоки, а също така получиха информация от екипа на #FraudOff! за фалшивите стоки и за измамите като цяло.

Уникални характеристики

- Използване на социални медии и инфлуенсъри
- Участие на различни обществени и частни институции
- Комуникационна кампания с плакати, стикери, якета с качулка и т.н.

Последици и резултати

Движението #FraudOff! се счита за успех в Латвия и в чужбина. То получи отличие на форума на Международната асоциация за връзки с обществеността (IPRA) Golden World Awards 2018 за най-добра концепция и комуникационна кампания.

#FraudOff! успя да обедини публичните органи, предприемачите, социалните партньори и широката общественост в разбирането и борбата с измамите. Движението също така повиши осведомеността на обществеността за икономиката в сянка и измамите и за техните отрицателни последици за хората и икономиката като цяло.

Ключови фактори за успех

- Подкрепа от министъра на финансите
- Използване на мрежа за получаване на подкрепа от различни публични институции
- Пресконференция за стартиране на инициативата, използвана като „елемент на изненада“
- Подкрепа от инфлуенсъри и знаменитости

Срещнати предизвикателства и извлечени поуки

Отначало инициативата се сблъска с известна съпротива от някои, които твърдяха, че това е пилеене на пари. Като цяло обаче тя се възприе много положително.

След успешното стартиране и много положителната обратна връзка се оказа трудно да се задържа вниманието на хората. Движението #FraudOff! избираше различен фокус всяка година, за да запази динамиката си; в бъдеще е възможно то да присъства по-малко в общественото внимание и по-скоро да се съсредоточи върху образователни инициативи.

Една от извлечените поуки е, че за успешна кампания не е необходим значителен бюджет. От решаващо значение е изборът на канали и мрежи за комуникация, които се използват за разпространение на послания; много от тях са безплатни или икономически ефективни.

Потенциал за прехвърлимост

Подобна комуникационна кампания може да бъде много въздействаща, ако държавата може да осигури подобен обхват, използвайки различни мрежи и социални медии.

Всяка държава следва първо да прецени към кои въпроси да обърне вниманието. Може да се започне с проучване, за да се определи ясна целева група, и да се включат експерти по комуникации в разработването на подходящите средства за комуникация.