

Polacy tracą setki milionów złotych rocznie w wyniku działalności oszustów.

Rusza ogólnopolska medialna kampania informacyjna, pn. „Bezpieczne Złotówki”, która zwraca uwagę na skalę problemu i podpowiada, jak się ich ustrzec.

- W 2024 roku wyłącznie przy użyciu bezgotówkowych instrumentów płatniczych przestępcy dokonali oszustw na łączną sumę ponad 650 mln złotych¹.
- Jak wynika z analiz OECD, problem ograniczonej liczby programów edukacji finansowej jest istotny i dotyczy zwłaszcza gospodarstw domowych o niskich dochodach².
- Z kolei według Global Anti-Scam Alliance (GASA), aż 78% mieszkańców globu zetknęło się z finansowym oszustwem, a co trzeci stał się ofiarą oszustów³.
- Chociaż 65% dorosłych Polaków martwi się o swoje bezpieczeństwo w internecie, to niemal 25% stosuje te same hasła w różnych serwisach⁴.

W dobie cyfrowych finansów każda złotówka może stać się celem oszustów. Przestępcy działają coraz sprytniej, wykorzystując coraz bardziej wyrafinowane sposoby. Celem kampanii „Bezpieczne Złotówki” jest wzmocnienie społecznej świadomości i czujności w obszarze cyberbezpieczeństwa finansowego, ale też zachęcenie do poszukiwania informacji w sprawdzonych źródłach.

Kampania odpowiada m.in. na pytania, jak chronić się przed oszustami i jak działać, kiedy nasze pieniądze są zagrożone. Kampania potrwa od czerwca do listopada 2025 roku i jest skierowana do różnych grup wiekowych – od nastolatków po seniorów. Jest finansowana ze środków Funduszu Edukacji Finansowej, którego dysponentem jest Minister Finansów, a organizatorem Fundacja THINK!, mająca bogate doświadczenie w prowadzeniu projektów edukacyjnych z zakresu finansów, przedsiębiorczości i kompetencji cyfrowych. Patronat nad kampanią objął NASK – Państwowy Instytut Badawczy.

Wiedza pomaga w unikaniu oszustw

W ramach każdego z sześciu miesięcy kampanii „Bezpieczne Złotówki” organizatorzy poruszą jeden z kluczowych obszarów tematycznych. Odbiorcy dowiedzą się m.in., jak rozpoznawać oszustwa finansowe, unikać zagrożeń w sieci, identyfikować próby podszywania się, chronić dane osobowe, reagować na incydenty oraz gdzie szukać pomocy i sprawdzonych informacji w przypadku ryzyka oszustwa dotyczącego pieniędzy. Przekaz oparty jest na przykładach z życia i dopasowany do wieku, stylu życia oraz poziomu wiedzy każdej grupy odbiorców.

– Oszustwa finansowe to poważne zagrożenie społeczne, które może dotknąć każdą i każdego z nas. Co roku w Polsce odnotowuje się nawet kilkaset tysięcy oszukańczych

¹ Narodowy Bank Polski, dane o skali wyłudzeń finansowych w Polsce – 2024 r.

² OECD (2023), Krajowa Strategia Edukacji Finansowej dla Polski, <https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/financial-literacy-poland.htm>

³ Global Anti-Scam Alliance, Global State of Scams Report 2024, <https://www.gasa.org/research>

⁴ Digital Poland, Technologia w służbie społeczeństwu (2024), <https://digitalpoland.org/publikacje/pobierz?id=8929226a-2e3a-492a-a03e-a6963bd93a1b>

transakcji finansowych. A to tylko przykład z całego wachlarza spotykanych dziś oszustw. Co roku dziesiątki tysięcy osób padają ofiarą przestępców działających w internecie, a skala strat – finansowych i emocjonalnych – jest ogromna. Dlatego jako Ministerstwo Finansów zdecydowaliśmy się zainicjować tę kampanię, realizując cele wyznaczone w Krajowej Strategii Edukacji Finansowej. Wierzymy, że edukacja i świadomość to najskuteczniejsza forma profilaktyki – mówi **Monika Wojciechowska, Pełnomocniczka Ministra Finansów ds. Strategii Edukacji Finansowej.**

Nowoczesna forma, empatyczne podejście

Kampania „Bezpieczne Złotówki” wyróżnia się przystępnym językiem dostosowanym do poszczególnych grup odbiorców, konkretnym przekazem i empatycznym tonem. Pokazuje, jak skutecznie się chronić lub reagować w razie zagrożenia. Materiały będą prezentowane w atrakcyjnych formach, obejmujących na przykład podcasty, infografiki, filmy wideo, audycje radiowe, spoty w mediach tradycyjnych czy posty w mediach społecznościowych. Na stronie www.bezpiecznezlotowki.pl gromadzone będą wszystkie przygotowane w trakcie kampanii treści.

– *To kampania zbudowana na prawdziwych historiach, w której pokazujemy, że ochrona pieniędzy jest czymś osobistym i codziennym. Zapraszamy w niej do dialogu oraz wymiany doświadczeń. Co dla nas ważne, wzmacniamy empatyczną, partnerską komunikację. Wierzymy, że życzliwość, wyrozumiałość i troska o nasze wzajemne dobro sprzyjają otwartości i budowaniu wspólnego bezpieczeństwa. Bo właśnie dzięki tej otwartości osób, które zgłaszają swoje historie, możemy dziś dzielić się konkretnymi rozwiązaniami. W kampanii odwołujemy się do rzeczywistych zagrożeń, wyjaśniamy mechanizmy manipulacji i przekazujemy praktyczne wskazówki co do tego, jak zachować czujność i ochronić siebie oraz swoich bliskich przed coraz bardziej złożonymi cyberpułapkami. Liczę, że kampania „Bezpieczne Złotówki” trafi do szerokiego grona odbiorców i wzmocni świadomość zagrożeń oraz wzajemną czujność w rodzinach i wśród przyjaciół. To nasz wspólny temat i nasze wspólne wyzwania – wskazuje **Anna Bichta, Prezeska Fundacji Think!***

– *Edukacja cyfrowa to dziś obowiązek nie tylko szkół, ale też instytucji publicznych. Coraz więcej zagrożeń w sieci ma charakter finansowy – dlatego tak ważne jest, by Polacy wiedzieli, jak się chronić. Kampanie takie jak „Bezpieczne Złotówki” pomagają budować odporność społeczną na zagrożenia, które często zaczynają się od jednego kliknięcia – podsumowuje **XX z NASK.***

Więcej informacji na stronie kampanii: www.bezpiecznezlotowki.pl

Organizatorem kampanii jest Fundacja Rozwoju Społeczeństwa Wiedzy Think! – organizacja z ponad 10-letnim doświadczeniem w realizacji projektów edukacyjnych z zakresu finansów, przedsiębiorczości i kompetencji cyfrowych. Kampania finansowana jest ze środków Funduszu Edukacji Finansowej, którego dysponentem jest Minister Finansów i wspiera realizację Krajowej Strategii Edukacji Finansowej. Patronat nad kampanią objął NASK – Państwowy Instytut Badawczy.

Kontakt dla mediów:

Kamil Czaplicki
media@think.org.pl
+48 791 603 833