

بنك الكويت المركزي  
CENTRAL BANK OF KUWAIT



# لنكون على دراية



بنك الكويت المركزي  
CENTRAL BANK OF KUWAIT



الحملة التوعوية المصرفية



## ← حملة "لنكن على دراية" التوعوية

### نظرة عامة :

مع ظهور طفرة في الخدمات والمنتجات الرقمية التي ساهمت في سرعة وسهولة تلبية احتياجات الناس وما رافقها من **مخاطر الاحتيال المتزايدة وسرقة البيانات الشخصية والمصرفية**، فقد تم في بداية عام 2017 إنشاء لجنة على مستوى القطاع المصرفي برئاسة البنك المركزي لمواجهة المخاطر المرتبطة بالتطور والتحول التكنولوجي والرقمي أمراً ملحاً وذلك للعمل على تحقيق ثلاثة أهداف هي: **التوعية، التثقيف المالي ومواجهة طرق الاحتيال المبتكرة.**

# حملة "لنكن على دراية" التوعوية

## نظرة عامة :

التوعية بالاستخدام الأمثل والأمن لهذه التكنولوجيا وعدم الانسياق وراء الدعوات المتزايدة والمستمرة للدخول في الاستثمارات الوهمية أو المعقدة والتي تستخدم البيانات مواقع التواصل الاجتماعي لاصطياد الراغبين والطامحين بالاستثمار عبر إغرائهم بالجني السريع للأموال والربح المغري، كما أن الحملة سعت إلى تعزيز الثقافة المالية وشرح طرق مواجهة تلك الدعوات المشبوهة للاستثمار.

لمواجهة هذا الخطر المتزايد، تم تشكيل اللجنة للعمل باستباقية وسرعة للحد من تلك التحديات.

في عام 2019، تم الانتهاء من إنتاج مواد الحملة، وجرى تحديد عام 2020 لإطلاقها.





في عام 2020 تم تأجيل إطلاق الحملة وتوجيه لجنة التوعية المصرفية **"لنكن على دراية"** للمساهمة في مساندة الجهود الحكومية لمكافحة انتشار فيروس **"كورونا"** والتعامل مع التطورات بتوجيه وتفعيل الخطط الخاصة بالطوارئ، وكذلك توجيه الجمهور لاستخدام قنوات الدفع الإلكتروني بدلاً من استخدام الأوراق النقدية، وتعزيز آليات العمل في المصارف وكيفية الوصول للخدمات المصرفية في ظل الجائحة واستمرارها دون انقطاع.



بدأ بنك الكويت المركزي في إطلاق حملة وطنية توعوية على مستوى الكويت في عام 2021، تحت عنوان **"لنكن على دراية"** من أجل زيادة الوعي المالي **"محو الأمية المالية"** ومحااربة مختلف أنواع عمليات الاحتيال التي يمكن أن يتعرض لها سكان البلاد. تتمثل رؤية هذه الحملة التوعوية متعددة المواضيع في التوعية ومحو الأمية المالية بين الجميع في الكويت مواطنين ومقيمين، إلى جانب زيادة الوعي من أجل تغيير سلوك العملاء نحو مواضيع رئيسية مثل:

◀ الاحتيال بكل أشكاله

◀ مخاطر الاستثمار في الأصول الافتراضية (العملات المشفرة)

◀ مواجهة دعوات الاستثمار في أدوات خطرة أو وهمية

◀ أهمية الادخار

◀ مكافحة غسل الاموال وتمويل الإرهاب

◀ حقوق العملاء وغيرها من المواضيع...



## الأهداف:

تم تحديد مجموعة من الأهداف من أجل تحقيقها خلال عدد من السنوات لحملة **"لنكن على دراية"** يمكن إجمالها فيما يلي:

- ◀ زيادة الوعي بالحملة للوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور
- ◀ توعية الجمهور حول المواضيع الرئيسية لحملة **"لنكن على دراية"**
- ◀ تقديم مواضيع جديدة تلبى احتياجات العملاء المعرفية



تناولت حملة "لنكن على دراية" العديد من المواضيع والأفكار الهامة حول الثقافة المالية والمصرفية، مثل:

- ◀ دور البنوك في الاقتصاد
- ◀ القروض وأنواعها وكيفية تحقيق الغايات منها
- ◀ التحذير من دعوات التكييفش والهيكلية المالية لقروض الأفراد

وقد تم استخدام مختلف قنوات التواصل والإعلام الجماهيري لضمان وصول الرسالة إلى أكبر شريحة ممكنة من الجمهور وشمل ذلك:

- ◀ القنوات الإعلامية التقليدية (إعلانات الطرق، الشاشات الرقمية بالميادين وإعلانات التلفزيون)
- ◀ القنوات الإعلامية عبر الإنترنت
- ◀ البيانات الصحفية في الجرائد



كما تركزت الحملة أيضاً على تثقيف الأفراد على الاستخدام الأمثل للبطاقات المصرفية بأنواعها وأهمية فهم آلية عملها والرسوم والمصاريف المرتبطة بها سواء داخل أو خارج الكويت، كذلك طرق حماية البطاقات من الاحتيال أثناء استخدامها على المواقع أو الأجهزة خصوصاً خارج الكويت.

حماية المجتمع من زيادة الدعوات الموجهة للاستثمار في الأدوات الخطرة وأيضاً من المواقع المزيفة التي تستغل مواقع التواصل الاجتماعي وشبكة الإنترنت بعيداً عن الرقابة والتنظيم المحلي ومن صورها دعوات الاستثمار في الأصول المشفرة أو العملات الافتراضية والفوركس والاستثمارات المعقدة الأخرى والتي تستغل ضعف الفهم والدراية بهذه الأدوات وكذلك الإغراء بالعوائد الضخمة.

# أنواع القروض؟

## مواضيع الحملة:

غطت الحملة مجموعة متنوعة من المواضيع المالية سواء تلك التي تهتم العميل بشكل شخصي أو ما يقع تأثيرها على المجتمع بشكل عام ومنها على سبيل المثال لا الحصر:

## ◀ التمويل الشخصي وعمليات الاقتراض:

قدمنا من خلال الحملة الكثير من المعلومات والنصائح للأفراد والمجتمع حول أنواع القروض التي توفرها البنوك وأهم الواجبات والالتزامات المرتبطة بعمليات الاقتراض والتمويل.



### ◀ حماية عملاء البنوك:

كانت من أبرز المواضيع التي تناولناها في حملتنا حيث تم التعريف بألية تقديم الشكاوى عند مواجهة العملاء لمشكلات مالية مع مؤسسات القطاع المصرفي في البلاد، بالإضافة إلى توفير رابط يحتوي على معلومات شاملة عن دليل حماية عملاء البنوك.



### ◀ البطاقات المصرفية:

البطاقات المصرفية هي المنتج الأكثر انتشاراً واستخداماً بين عملاء البنوك ولهذا كان ضرورياً أن تحظى بالمزيد من الاهتمام من طرفنا للتوعية الناس بأنواعها وطرق استخدامها والمخاطر المرتبطة بها.

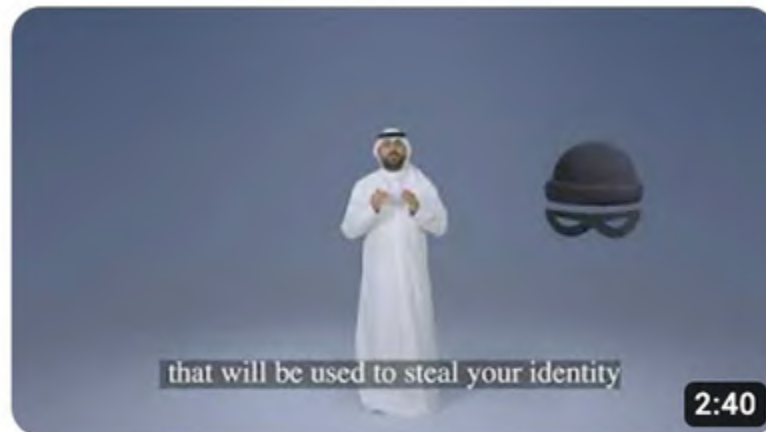


## ◀ الاستثمار والادخار:

الاستثمار والادخار أحد أهم المواضيع التي تناولناها في حملة **"لنكن على دراية"** انطلاقاً من الأهمية التي يحظى بها بين الأفراد والمؤسسات وما له من تأثير على الاقتصاد الوطني ككل، وقد قدمنا معلومات شاملة عن الاستثمار وأنواعه، الفرق بينه وبين الادخار وما هي أهم المخاطر المرتبطة به وكيفية مواجهتها بما يعود بالنفع على الجميع أفراداً ومجتمعاً.



تعرف على البطاقات المصرفية وابرز مزاياها وكيفية الاستفاده منها



لا تشارك بياناتك المصرفية الخاصة مع أي شخص



قبل أن تأخذ القرار..تعرف على طرق الاستثمار والادخار و أهم النصائح.



هل تعرف ماهي حقوقك عند الحصول على قرض/تمويل؟



ما الفرق بين القرض/التمويل الإسكاني و الاستهلاكي؟



ما هي البنوك؟



### مزيد من التعاون:

أتاح نجاح حملة "لنكن على دراية" خلال السنة الأولى الفرصة لبنك الكويت المركزي كي يزيد من تعاونه مع المزيد من الهيئات والمؤسسات لزيادة انتشار الحملة. ومن أجل هذا الهدف عقد بنك الكويت المركزي شراكة مع العديد من الهيئات مثل:



**نزاهة Nazaha**



**وحدة التحريات المالية الكويتية**  
**Kuwait Financial Intelligence Unit**



## **هيئة أسواق المال، نزاهة، وحدة التحريات المالية**

قام بنك الكويت المركزي بتوجيه دعواته إلى الجهات الحكومية للمشاركة في توسيع دائرة المشاركة الوطنية، فوجهت الدعوة لكل من هيئة أسواق المال وهيئة مكافحة الفساد ووحدة التحريات المالية للمشاركة في حملة متخصصة في التوعية والتثقيف بقضايا غسل الأموال وتمويل الإرهاب بما يساهم في رفع مستوى الوعي لدى جميع الشرائح المستهدفة في المجتمع بالعديد من الصور والطرق التي يمكن أن تكون مدخلاً لهذه الجرائم، وساهمت الجهات المشاركة من جانبها بالنشر والعمل على الوصول لأكبر عدد من الجمهور المستهدف.



## وزارة الداخلية

ووجه بنك الكويت المركزي دعوته المفتوحة لوزارة الداخلية للتعاون والمشاركة في دعم كل محتوى الحملة والتي تتشارك خلالها وزارة الداخلية الاهتمام مع بنك الكويت المركزي في أهمية التوعية والتثقيف في شتى طرق مكافحة الجرائم التي تستهدف الاحتيال الإلكتروني وجرائم غسل الأموال وتمويل الإرهاب والأساليب المتعددة لسرقة البيانات المصرفية والشخصية.



## وزارة الإعلام

### وزارة الإعلام

ووجه بنك الكويت المركزي دعوته المفتوحة لوزارة الإعلام للتعاون والمشاركة في دعم كل محتوى الحملة والتي تتشارك خلالها وزارة الإعلام الاهتمام مع بنك الكويت المركزي في أهمية التثقيف المالي بشكل عام وكذلك التوعية حول طرق مكافحة الجرائم الإلكترونية وجرائم غسل الأموال وتمويل الإرهاب والأساليب المتعددة لسرقة البيانات المصرفية والشخصية.



مركز التواصل الحكومي  
CENTER FOR GOVERNMENT COMMUNICATION

## مركز التواصل الحكومي

قام المركز وبالتعاون مع بنك الكويت المركزي بنشر العديد من محتويات الحملة على جميع قنواته الرسمية إيماناً منه بضرورة المساهمة في مواجهة هذه المخاطر والتحديات الناجمة عن الاحتيال بكافة أشكاله وضمن دوره الرائد ومسؤوليته الاجتماعية وهو ما نتج عنه المزيد من التوعية والانتشار لكافة أركان الحملة.

# ooredoo'

The Zain logo consists of a stylized grey swirl icon to the left of the word "zain" in a lowercase, sans-serif font.

# stc

## شركات الاتصالات

قامت شركات الاتصالات ( أوريدو، زين و STC ) وبالتعاون مع بنك الكويت المركزي بنشر الحملة على جميع قنواتها الرسمية إيماناً منها بضرورة المساهمة في مواجهة هذه المخاطر والتحديات الناجمة عن الاحتياال بكافة أشكاله وضمن دورها الرائد ومسؤوليتها الاجتماعية وهو ما نتج عنه المزيد من التوعية والانتشار لكافة أركان الحملة.

CINESCOPE   
الهيئة العامة  
KNCC

 فوكس  
VOX  
سينما CINEMAS

 <sup>®</sup>  
grandcinemas  
always entertaining

## دور السينما

قامت السينما العاملة في الكويت (سينسكيب، فوكس سينما وجراند سينما) وبالتعاون مع بنك الكويت المركزي بنشر الحملة على جميع شاشاتها إيماناً منها بضرورة المساهمة في مواجهة هذه المخاطر والتحديات الناجمة عن الاحتيايل بكافة أشكاله وضمن دورها الرائد ومسؤوليتها الاجتماعية وهو ما نتج عنه المزيد من التوعية والانتشار لكافة أركان الحملة.



### الخطوط الجوية الكويتية والإدارة العامة للطيران المدني

قامت الخطوط الجوية الكويتية والإدارة العامة للطيران المدني وبالتعاون مع بنك الكويت المركزي بنشر الحملة على جميع قنواتها الرسمية إيماناً منها بضرورة المساهمة في مواجهة هذه المخاطر والتحديات الناجمة عن الاحتيايل بكافة أشكاله وضمن دورها الرائد ومسؤوليتها الاجتماعية وهو ما نتج عنه المزيد من التوعية والانتشار لكافة أركان الحملة.



the place to be

الأفنيوز  
THE AVENUES

الكويت  
AL KOUT



## المجمعات

قام مجمع الأفنيوز وشركة تمدين والحمراء وغيرها بالتعاون مع بنك الكويت المركزي بنشر الحملة على جميع قنواتهم الرسمية إيماناً منهم بضرورة المساهمة في مواجهة هذه المخاطر والتحديات الناجمة عن الاحتيال بكافة أشكاله وضمن دورهم الرائد ومسؤوليتهم الاجتماعية وهو ما نتج عنه المزيد من التوعية والانتشار لكافة أركان الحملة.



## مزيد من التعاون:

بدأت جميع هذه المؤسسات وغيرها في مساندة جهود إطلاق الحملة على جميع قنوات التواصل الاجتماعي الخاصة بهم، مما ساهم في دعم انتشار الحملة ووسع من كفاءة فعالية تأثيرها.



# إطلاق الحملة في 2021





## مواضيع حملة "لنكن على دراية" في عام 2022

في السنة الثانية، كانت الحملة تهدف إلى انتشار أوسع حيث تم استخدام محتوى وسائل التواصل الاجتماعي على نطاق أوسع وبفاعلية أكبر من أجل مشاركة نوع جديد من الجماهير واكتساب دعم واسع من البنوك والمنظمات الأخرى.

كان محور الحملة عبارة عن سلسلة من إعلانات الفيديو التي تم إطلاقها أولاً كمقاطع فيديو عبر مواقع التواصل الاجتماعي والقنوات التلفزيونية. اتسمت هذه الطريقة الإبداعية بالاختلاف والتميز، حيث تم استخدام مواضيع الإعلانات بصورة خفيفة ومرحة لتشجيع وجذب الجمهور، وقد أدت هذه الطريقة المبتكرة إلى زيادة ملحوظة في أعداد المشاهدين وحماستهم في تلقي الرسائل.



بالإضافة إلى ذلك، فقد تم دعم المحتوى عبر الإنترنت بالموقع الإلكتروني الذي تم تحديثه بالكامل وتطويره ليلائم التشغيل عبر الهواتف المحمولة.

◀ **محتوى وسائل التواصل الاجتماعي**

◀ **تحديث الموقع الإلكتروني**

◀ **٣ إعلانات تلفزيونية رئيسية**

## مستوى وعي بلغ



لدى الجمهور في الكويت على الرغم  
من تداعيات أزمة كورونا

### نتائج الحملة:

على الرغم من تداعيات أزمة كورونا، والتحديات الكبيرة المرافقة لهذه المرحلة لجهة الوضع الصحي والإغلاق وتأثر الاقتصاد، نجحت الحملة في سنها الأولى في تحقيق مستوى وعي بلغ 17% لدى الجمهور في الكويت لا سيما في ظل انتشار دعوات الاستثمار الوهمية أو الاستثمار في الأصول الافتراضية كالعملات المشفرة.

## زيادة مستوى الوعي بين الجمهور

**%50**

خلال سنتين فقط

### نتائج الحملة:

تواصلت الجهود الدؤوبة من فريق العمل لرفع نسبة الوعي وتحقيق نجاح أكثر للحملة وقد تكللت هذه الجهود في **زيادة مستوى الوعي بين الجمهور من 17% إلى أكثر من 50%** خلال سنتين فقط.

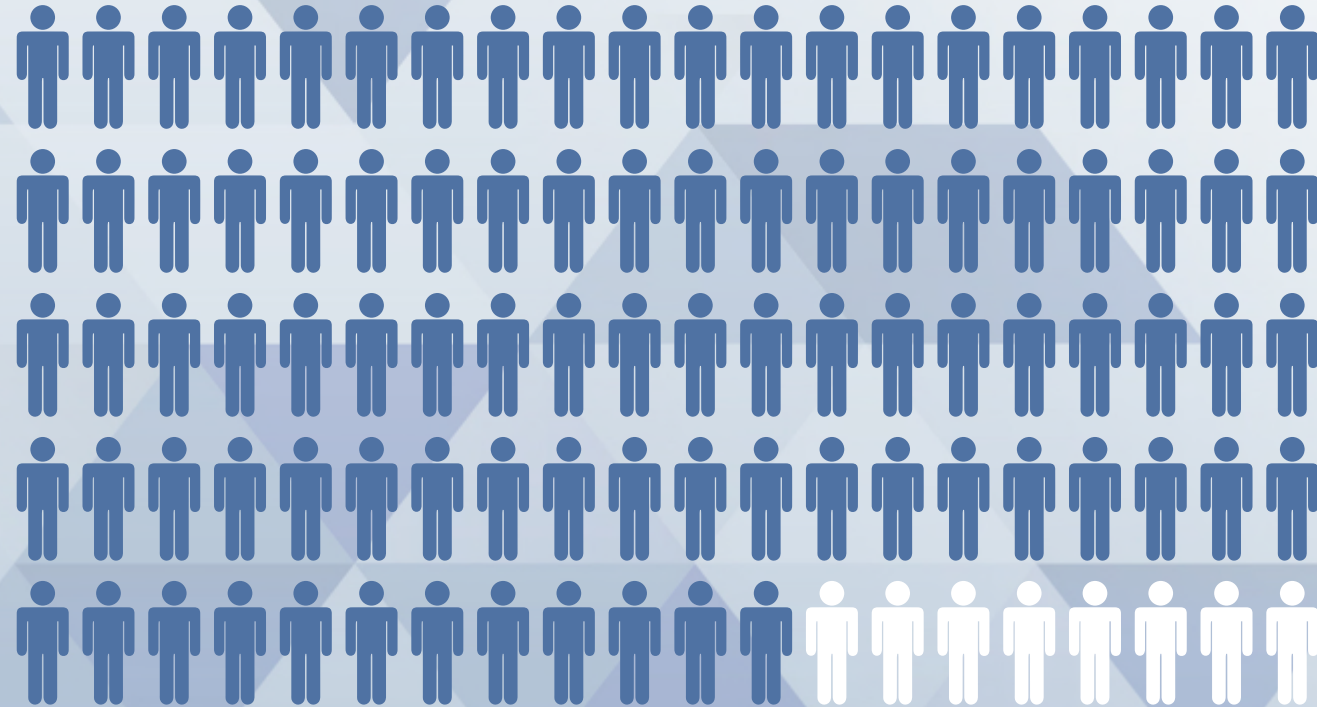
# %60

## نتائج الحملة:

حوالي 60% من سكان الكويت شاهدوا  
إعلانات حملة "لنكن على دراية" مرة واحدة  
على الأقل.

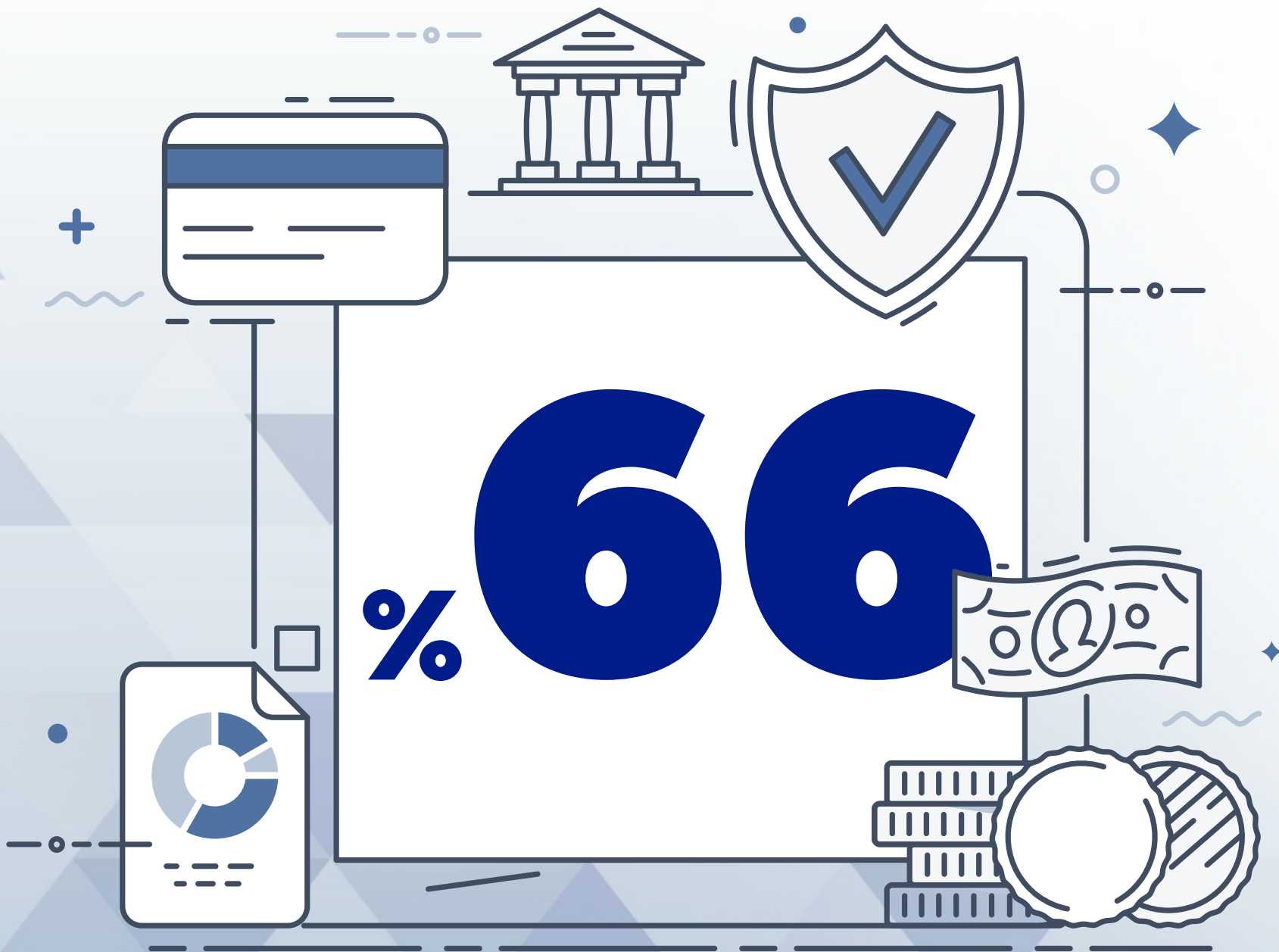


92%



## نتائج الحملة:

الغالبية العظمى (92%) أحبوا حملة  
"لنكن على دراية".



## نتائج الحملة:

حققت حملة "لنكن على دراية"  
تأثيراً إيجابياً على تغيير سلوك  
الجمهور بنسبة 66%.

172, 623, 539 مليون ظهور للمحتوى

2, 597, 388 مليون وصول المحتوى للجمهور

أكثر من 342 ألف ضغطة على المحتوى



تكريم حملة التوعية المصرفية

# لنكن على دراية



جائزة الكويت للإبداع  
2022

ضمن فئة المسؤولية الاجتماعية  
في الملتقى الإعلامي العربي

الحملة التوعوية المصرفية

KIBA اتحاد مصارف الكويت  
Kuwait Banking Association

بنك الكويت المركزي  
CENTRAL BANK OF KUWAIT

@dirayakw

dirayakw.com

## الجوائز:

منحت الحملة "جائزة الإبداع في المسؤولية الاجتماعية لعام 2022" في حفل توزيع جوائز الملتقى الإعلامي العربي.

# لنكن على دراية



التخطيط المسبق يؤمن لك مستقبلاً أكثر راحة



التخطيط المسبق يؤمن لك مستقبلاً أكثر راحة



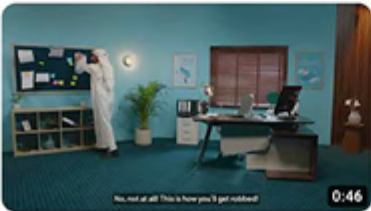
أساليب غسل الأموال وتمويل الإرهاب تتطور باستمرار ، تذكر  
تحمي نفسك منها!



لا تشارك معلوماتك المصرفية



لا تشارك معلوماتك المصرفية



Always Beware of Scammers



لنكن على دراية

## نجاح في عام 2022 ومزيد من التميز في عام 2023

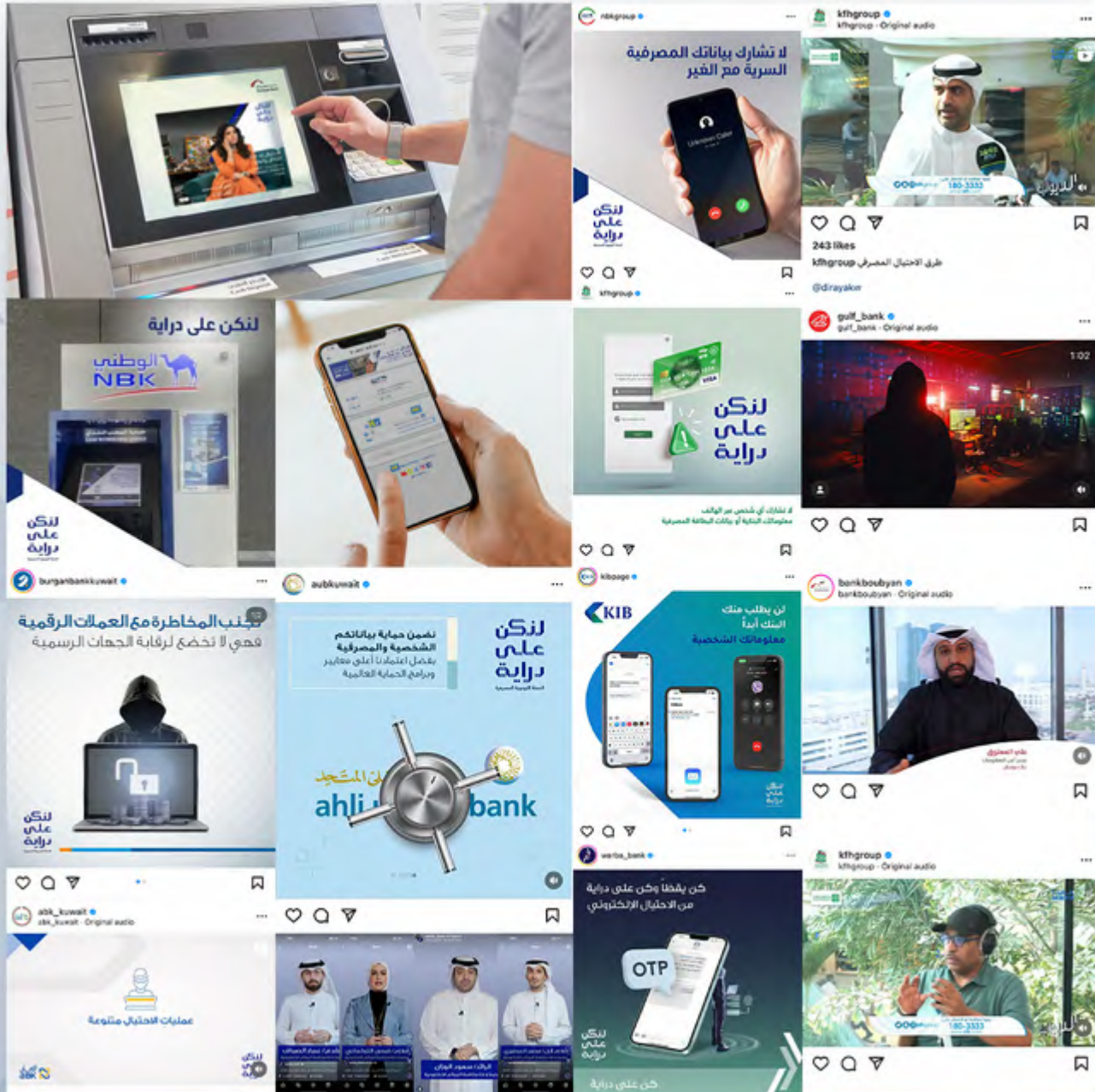
أطلقت الحملة 7 إعلانات تلفزيونية هادفة خلال عام 2022 .





## نجاح في عام 2022 ومزيد من التميز في عام 2023

تم تطوير وتعديل الإعلانات التلفزيونية حول الاحتفال وغسل الأموال والادخار والمنشورات المتعلقة بها لتتلاءم مع أكثر من 30 جهة حكومية وخاصة لنشرها على صفحاتهم الخاصة (تضمن ذلك إعداد أكثر من مئة نسخة معدة للإعلانات التلفزيونية).



## نجاح في عام 2022 ومزيد من التميز في عام 2023

تم تطوير أكثر من مئة تطبيق للمنشورات والملصقات الرقمية في صفحات متعددة أونلاين، كما تم تطبيق المنشورات على أجهزة الصراف الآلي في مختلف البنوك وعلى صفحات الدفع الإلكتروني "كي-نت".



## نجاح في عام 2022 ومزيد من التميّز في عام 2023

تم ترجمة ودبلجة إعلانات الاحتفال وغسل الأموال إلى اللغة الإنجليزية بهدف الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الناطقين باللغة الإنجليزية وبالتالي رفع مستوى فعالية ونجاح الحملة.



في عام 2023 ، ستواصل حملة **"لنكن على دراية"** تعزيز نجاحها السابق. في الوقت الحالي، سنقوم بتطوير الموضوعات المختلفة التي تم الاهتمام بها في عام 2022 لتذكير الناس بالحملة بشكل عام، مع صياغة محتوى تواصل يهتم بموضوعات جديدة تلبى اهتمامات الناس. وعلى مدار العام، سنستمر في تغطية العديد من الموضوعات مثل:

- ◀ **أنواع جديدة من الاحتيال**
- ◀ **مكافحة غسل الأموال وتمويل الإرهاب**
- ◀ **الادخار وأهميته**
- ◀ **أهمية الاستثمار**
- ◀ **تطوير محتوى وسائل التواصل الاجتماعي بالكامل لاستخدامه على مدار العام**

شكراً