

TOENAME VAN HET AANTAL FRAUDEMELDINGEN MET 60 PROCENT

In de eerste zes maanden van 2021 ontving de Autoriteit voor Financiële Diensten en Markten (FSMA) 1.087 vragen en meldingen van consumenten over fraude en illegale aanbiedingen van financiële producten en diensten. Dat is een stijging met 60% ten opzichte van de eerste zes maanden van 2020. De FSMA wil het publiek verder sensibiliseren voor het risico op beleggings- en kredietfraude. Daarom lanceert ze vandaag een nieuwe digitale campagne. Net als haar campagnes in 2020 voert de FSMA ook deze campagne volledig online. Daarbij verspreidt ze haar sensibiliseringsvideo's onder verschillende doelgroepen via Facebook, Instagram en Google.

Van de 1.087 consumentenmeldingen die zij in de eerste jaarhalf van 2021 ontving, betrof 40% frauduleuze onlinetradingplatformen, 30% diverse fraudevormen (frauduleuze aanbiedingen van vermogensbeheer, frauduleuze alternatieve beleggingen of piramidefraude) en 10% kredietfraude.

Illegale aanbiedingen van financiële producten en diensten in de eerste jaarhalf van 2021	Aantal ontvangen meldingen in de eerste jaarhalf van 2021	Evolutie ten opzichte van de eerste jaarhalf van 2020
Frauduleuze onlinetradingplatformen	404	+116%
Kredietfraude	105	-10%
Frauduleuze aanbiedingen van vermogensbeheer, alternatieve beleggingen of piramidefraude	317	+80%
Cryptomunten	88	+54%
Boiler rooms	34	-30%

De frauduleuze onlineplatformen die handel aanbieden in binaire opties, CFD's, forex-producten en ook cryptomunten zetten hun groei verder. Kenmerkend voor die platformen is onder meer dat zij consumenten aantrekken via valse advertenties op sociale media. Daarin worden zowel bekende Vlamingen als bekende Franstaligen buiten hun weten in beeld gebracht.

Sinds enkele maanden blijken die frauduleuze platformen ook mobiele apps te gebruiken om slachtoffers te lokken. Via die apps worden vaak virtuele munten of opleidingen aangeboden. Na een klik op een advertentie op een sociaal netwerk of na het downloaden van een mobiele applicatie en het invullen van contactgegevens, worden de slachtoffers doorgaans snel opgebeld door de



oplichters met een concreet beleggingsvoorstel (in aandelen, alternatieve beleggingen, virtuele munten, ...). Meer informatie hierover is te vinden in [de waarschuwing van 5 mei 2021](#).

De oplichters maken ook reclame voor frauduleuze platformen via datingsites en -applicaties, zoals Tinder.

De FSMA raamt het verlies van slachtoffers via frauduleuze onlinehandelsplatformen op **minstens 42 miljoen euro** tussen mei 2019 en juni 2021.

Dat het aantal meldingen over cryptomunten stijgt, is eigenlijk te wijten aan het grotere aantal vragen over de betrouwbaarheid van dienstverleners op het vlak van virtuele munten en meer algemeen over virtuele munten.

Het aantal specifieke meldingen over cryptofraude blijft immers vrijwel constant ten opzichte van de eerste zes maanden van 2020. Zo ontving de FSMA **53** meldingen van consumenten tijdens de eerste jaarhelft van 2021 tegenover **48** tijdens de eerste jaarhelft van 2020.

De FSMA publiceert ook meer waarschuwingen. In de eerste jaarhelft van 2021 publiceerde ze op haar website waarschuwingen voor **89** vennootschappen die op onregelmatige wijze actief zijn in België. Dat is een stijging met **46%** ten opzichte van het aantal waarschuwingen dat ze in de eerste jaarhelft van 2020 publiceerde.

Lancering van een nieuwe digitale campagne op Facebook, Instagram en Google

De forse stijging van het aantal meldingen valt samen met de [sensibiliseringscampagnes](#) die de FSMA in 2020 en in de eerste jaarhelft van 2021 lanceerde, zoals haar verschillende digitale campagnes, de update van haar website, de ontwikkeling van de test “word ik opgelicht”, de productie van animatievideo’s en video’s met getuigenissen, ...

Met haar verschillende campagnes sensibiliseerde de FSMA de consumenten voor het frauderisico. Steeds meer slachtoffers hebben de reflex om de FSMA te contacteren als ze beseffen dat ze hun geld kwijt zijn. Consumenten contacteren de FSMA ook vaker vóór ze beleggen, als ze twijfels hebben over het al dan niet frauduleuze karakter van een aanbod dat ze ontvangen.

Naar aanleiding van de [World Investor Week 2021](#) (themaweek van IOSCO) lanceert de FSMA een nieuwe digitale campagne over beleggings- en kredietfraude op Facebook, Instagram en Google.

Bedoeling daarvan is het publiek verder te sensibiliseren door de [FSMA-video’s](#) te verspreiden onder 3 doelgroepen: gepensioneerden (60+), jonge beleggers (26-39) en meer ervaren beleggers (40-59).



3 tips als u vreest dat een aanbieding een poging tot oplichting is

- **Als u de minste twijfel heeft** over het regelmatige karakter van een aanbod van financiële diensten, **neem dan rechtstreeks contact op met de FSMA** via het [contactformulier voor consumenten](#).
- Raadpleeg de [FSMA-website](#) en ontdek hoe u oplichtingspraktijken kan herkennen en vermijden.
- **Doe tot slot de test** op de FSMA-website als u wil weten of de aanbieding die u heeft ontvangen, een poging tot oplichting is.

Brussel, 4 oktober 2021

Perscontact	Jim Lannoo
	Woordvoerder
T direct	+ 32 2 220 57 06
E-mail	Press@fsma.be