

# Nový trik. Tvrdí, že nejsou šmejdi, ale ti hodní

Objevují se firmy, které slibují vrácení peněz z předváděcích akcí. Ve skutečnosti chtějí, aby jim lidé zaplatili. Inspekce před nimi varuje

**Praha, Ostrava** – Zloděj křičí, chyťte zloděje, či přesněji řečeno, zloděj křičí, že vás okradli a on vám pomůže chytit zloděje.

Přesně do takové fáze dospělo chování takzvaných šmejdů neboli firem nabízejících různé předváděcí akce na zboží, pořádané pod pláštěm různých zájezdů, obědů či přednášek. Drzost těchto podvodníků nebere konce.

Česká obchodní inspekce (ČOI) a spotřebitelské organizace upozornily na nový druh „akce“, na kterou šmejdi lákají lidi.

„Své případné oběti obchodník kontaktuje nejdříve telefonem, přičemž se prezentuje jako spotřebitelský ombudsman nebo organizace, která seniorům pomůže vy-mocí jejich spotřebitelská práva. Obchodník nabízí za-placení karty například v hod-

notě 25 tisíc korun, která má spotřebitele v budoucnu opravňovat získat od konkrétní společnosti zájezd v dvojnásobné až trojnásobné hodnotě. Cílem je, jako už tolikrát, seniora pod záminkou nějaké pomoci či slevy přimět k uzavření smlouvy,“ vysvětlila podstatu další finty šmejdů Marcela Reichelová, před-sedkyně Sdružení obrany spo-třebitelů Moravy a Slezska.

## Slevová karta. K ničemu

Mluvčí České obchodní in-spekce Jiří Frölich uvedl, že inspektoři se právě díky pod-nětům od spotřebitelů zúčast-nili předváděcí akce, na kte-rou organizátoři zvali lidi te-lefonicky pod záminkou vrá-cení peněz za předchozí před-váděcí akce. „Přímou slibovali pomoc při řešení právních ná-

## Pozor na falešné pracovníky VZP

Podvodníci se mohou vydávat za kohokoliv. V tomto případě se o tom přesvědčila Všeobecná zdravotní pojišťovna (VZP). V posledních dnech se objevilo hned několik případů, kdy se neznámí lidé vydávali za pracovníky VZP a snažili se vloučit klientům do bytu, případně jim po telefonu prodat předražené zboží. Minulý týden například jednu z klientek VZP kdosi telefonicky informoval o tom, že **dopoledne k ní přijde lékař s pracovníky VZP a bude jí měřit tlak** a provádět další vyšetření. Další klienti popsali, jak jim kdosi telefonem oznámil, že **vyhráli zubní kartáček, pastu a další doplňky pro dentální hygienu**. Jako klienti VZP prý mají možnost koupit tuto „výhru“ za „zvyhodněnou“ cenu zhruba tisíc korun. **VZP upozorňuje, že jde o podvodníky**. „Naši zaměstnanci neprovádějí žádné činnosti, při kterých by potřebovali a chtěli vstupovat do bytů či domů, a stejně tak neprodávají žádné zboží, ani zdravotního, ani jiného charakteru,“ varoval mluvčí pojišťovny Oldřich Tichý. (jak)

roků z uzavření smlouvy na předchozích předváděcích akcích. Spotřebitelé si měli na schůzku přinést veškeré smlouvy, které uzavřeli za účelem prodeje zboží či úvěru u různých společností. Žádné peníze ale lidé nedostali. Naopak pod slibem získání jakési

slevové VIP karty museli za-platit třeba i desítky tisíc ko-run v hotovosti za údajný ak-tivační poplatek. Přitom ne-bylo zcela jasné, k čemu měla taková karta přesně sloužit. Moderátor na akci sliboval še-desátitřicetý kredit na jakési autobusové zájezdy v budou-

nu, ale blíže to nespécifikoval,“ popsal poznatky zjištěné inspektoři Jiří Frölich.

Mluvčí ČOI dodal, že tento podnět je výjimečný svým charakterem. „Už víme o ně-kolika společnostech, které se stylizují do role: my nejsme šmejdi, my jsme naopak ti hodní. Teprve minulý týden jsme se ale přesvědčili, že existují i takové subjekty, které ří-kají: my nejsme šmejdi, my vám naopak peníze z předvá-děcích akcí vrátíme, máme na to dotaci z Evropské unie. To je samozřejmě nepravda,“ dopl-nil mluvčí ČOI.

„Jméno společnosti zatím vzhledem k probíhajícímu správnímu řízení nemůžeme sdělit, nicméně jde o subjekt pořádjící předváděcí akce po celé ČR. A pokud přišli s touto metodou ve Středočeském kraji, kde ji inspektoři ČOI už zmonitorovali, obávám se, že

ani další kraje nebudou v tomto výjimkou,“ dodal mluvčí Jiří Frölich.

## Nechodte tam!

Obránci spotřebitelů i ob-chodní inspektoři se shodují v tom, že nejlepším řešením, jak se vyhnout případným problémům, je podobných ak-cí se neúčastňovat.

„Pro většinu seniorů je sko-ro v nadlidských silách odolat obrovskému psychickému tlaku, kterému jsou ze strany prodávajících vystaveni. Za jedinou účinnou obranu po-važujeme na žádné podobné telefonní nabídky nereagovat a rozhodně se akcí neúčast-ňovat,“ říká Reichelová. „Po-kud se přeci jen v podobné si-tuaci ocitnete, pokuste se tla-ku odolat a nic nepodepisuj-te,“ uzavírá Marcela Reiche-lová. (lap, jak)