



# Tisková zpráva

## Liberec postupně vytlačuje šmejdů na okraj

Projekt Liberec proti šmejdům přináší jednoznačné úspěchy. V roce 2016 opět poklesl počet nahlášených předváděcích akcí pro oblast Libereckého kraje, a to zejména ve druhém pololetí. Je zřejmé, že v tomto případě již naplno zafungovala preventivní i restriktivní opatření, která už druhým rokem činí všichni účastníci projektu – město Liberec, Česká obchodní inspekce (ČOI), Městská policie Liberec (MPL) i příspěvkové organizace města, jimiž se daří tento byznys na území statutárního města významně regulovat.

*„V roce 2016 jsme pro zdar projektu udělali strašně moc a jsem hrozně rád, že se to znatelně projevilo jak v počtu nahlášených akcí, tak v chování samotných pořadatelů. Obojího významně ubylo zejména ve druhém pololetí, kdy jsme spustili varovný web Liberec proti šmejdům a začali distribuovat stejnojmenné letáky, v posledních třech čtyřech měsících je to zdaleka nejmarkantnější – Liberec byl takřka bez akcí. Přesto musíme pokračovat dál, stále platí naše nulová tolerance, tedy úplné vymýcení podvodných akcí z území města,“* řekl náměstek primátora pro školství, sociální věci a kulturu Ivan Langr.

ČOI nahlásilo v roce 2016 konání předváděcích akcí v Libereckém kraji celkem 10 subjektů, což je o 5 méně než v roce předchozím a o 13 méně než v roce 2014. *„V prvním pololetí roku 2016 to přitom bylo 7 subjektů, ve druhém už jenom 3. Aktivní přístup státní správy a samosprávy značí omezený prostor pro jejich nekalé aktivity, což ale neznamená, že další organizace nezkoušejí proniknout do tohoto regionu. Předváděcí prodejní akce orientované na rychlý zisk jsou velkým lákadlem pro stávající i nové firmy, které na tomto trhu začínají působit, takže boj proti nim bude mít dlouhodobý charakter,“* vysvětlila Renata Linhartová, ředitelka inspektorátu ČOI pro Ústecký a Liberecký kraj. Při kontrolní činnosti přitom ČOI stále naráží i na zásadní přestupky vůči zákonu. *„V roce 2016 se inspektoři inspektorátu ČOI v rámci Libereckého kraje přímo zúčastnili 16 předváděcích prodejních akcí, při jejich průběhu zjistili v 12 případech nedostatky (porušení obecně závazných právních předpisů) a následně bylo zahájeno správní řízení. Za nejzávažnější zjištění považujeme zejména používání zakázaných nekalých obchodních praktik přibližně v polovině případů a vybírání peněz v hotovosti přímo na prodejních akcích, případně okamžitě po nich, což zákon o ochraně spotřebitele neumožňuje,“* dodala Renata Linhartová.

V samotném Liberci nadále dohlízejí na konání akcí i strážníci městské policie, kteří ale měli v roce 2016 významně méně práce než v roce předchozím. *„V rámci prevence jsme evidovali jen 6 událostí, žádná z nich ale nevyžadovala náš zákrok. Monitorujeme situaci i mimo nahlášené časy předváděcích akcí a není nám známo, že by se loni nějaké uskutečnily načerno,“* uvedla mluvčí MPL Daniela Bušková.

Statutární město Liberec ve spolupráci s partnery projektu spustilo loni v září speciální webovou stránku Liberec proti šmejdům ([www.liberecprotismejdom.cz](http://www.liberecprotismejdom.cz)), která představuje nejpoužívanější taktiky šmejdů, důležité rady, co mají poškození občané v konkrétních situacích dělat, i skutečné případy

podvedených Liberečanů. Totéž ve zhuštěné podobě obsahují i stejnojmenné letáky, jichž radnice nechala vytisknout 20 tisíc kusů. „Prakticky všechny už jsme rozdali jak do našich organizací, tak do ordinací praktických lékařů a na pracoviště krajské nemocnice. Zároveň jsem se na užší spolupráci domluvil i s provozovateli dvou zařízení, v nichž se předváděcí akce konají nejčastěji a kterým nyní posíláme soupis nahlášených akcí,“ doplnil Ivan Langr.

### **Varování České obchodní inspekce**

Trvalé doporučení ČOI je velmi jednoduché: NA PODEZŘELÉ PŘEDVÁDĚCÍ AKCE NECHODIT! Pokud se ale spotřebitel stane účastníkem této akce, je třeba, aby znal svá práva. Například právo na úplné a pravdivé informace o pořadateli, výrobku, ceně, odstoupení od smlouvy, možnosti reklamace; právo volby, zda smlouvu uzavře či nikoli; právo na odstoupení od smlouvy uzavřené na předváděcí akci do 14 dnů bez udání důvodu a právo na vrácení peněz, zákazu uhrazení ceny výrobku na předváděcích akcích nebo ve lhůtě do 7 dnů od uzavření smlouvy.

Navíc varujeme před bezdůvodným předáváním osobních údajů, pouštěním neznámých lidí do bytů, rizikem možnosti uzavření smlouvy po telefonu.

Stále dlouhodobě platí, že spotřebitelé, navštěvující předváděcí akce, jsou především lidé staršího, důchodového věku, tedy skupina obyvatel velmi zranitelná. Poslední dobou jsou na předváděcí akce zváni především formou telefonického oslovení či SMS ze strany společnosti pořádající organizované akce a následným zasláním osobní pozvánky (na konkrétní jméno a adresu spotřebitele). Prodejci se cíleně zaměřují na sběr osobních údajů (jméno, adresa, tel. číslo, e-mail) s využitím různých anket, akcí, nabídek, které jim senioři ve své důvěřivosti ochotně sdělují.

Pořadatelé tedy zcela změnili taktiku k pozvání spotřebitelů na předváděcí akce – ubyla možnost zúčastnit se předváděcí akce na základě letákové pozvánky vhozené do poštovní schránky. Organizované akce jsou řízeny profesionálně vyškolenými pracovníky, kteří dovedou s návštěvníky manipulovat a vytvořit situace, při kterých jsou nabízeny různé neexistující výhody, slevy a výhry.

O dalších aktivitách organizátorů předváděcích akcí, kteří v rozporu se zákonem České obchodní inspekci konání předváděcích akcí neohlásili, se dozvídáme často od jimi oslovených spotřebitelů. V této souvislosti je třeba veřejnosti poděkovat za spolupráci a zájem o řešení výše popsaného společensky negativního jevu.

Velkým problémem je i přesouvání prodejních aktivit do soukromých obydlí spotřebitelů, kam inspektoři ČOI bez pozvání a bez souhlasu majitele bytu nemohou. Složitější je i zásah v případě osobního či telefonického kontaktu spotřebitele organizátorem akce.

Lze konstatovat, že ubývá agresivního chování pořadatelů a prodejců v předváděcích akcích, ale přibývá jejich rafinovanost. Závažným problémem je, že předváděcí společnosti sice formálně existují, ale zpětně se spotřebiteli ani s kontrolními pracovníky nekomunikují, nereagují na telefonické kontakty, ani písemnou korespondenci. Správní orgán má zákonné prostředky, jak se s těmito jevy vyrovnat, spotřebitel je na tom hůře, často mu nezbyvá nic jiného, než se obrátit na Policii nebo se soudit.

Ponaučení však nejsou ani senioři, neboť se těchto akcí i nadále zúčastňují, přestože byli mnohokrát oklamáni, a přestože jsou prostřednictvím médií, v rámci prevence při přednáškách a besedách, na takovéto akce upozorňováni.

