

## Nie daj się złowić złodziejowi

Kategoria: Styl życia

Opublikowano: czwartek, 12, grudzień 2013 23:00

Odsłony: 2478

---

"Nie daj się złowić" to cykliczna kampania społeczna Zarządu Transportu Miejskiego. Każdego roku, przed świętami Bożego Narodzenia i Wielkiej Nocy ZTM stara się zwrócić uwagę osób korzystających z komunikacji miejskiej na większą aktywność kieszonkowców w przedświątecznym okresie.

Organizatorzy radzą, by przestrzegać kilku zasad, które pomogą uniknąć przykrych sytuacji - torby i plecaki trzymać zamknięte przed sobą, nie pokazywać zawartości portfela ani nie nosić go w zewnętrznych kieszeniach, nosić przy sobie tylko niezbędną gotówkę, a większe kwoty umieszczać w różnych miejscach, by zmniejszyć ryzyko utraty całej kwoty, nie korzystać w zatłoczonych miejscach z telefonów, tabletów ani laptopów, nie spać w środkach komunikacji miejskiej, a klucze do mieszkania trzymać w innym miejscu niż dokumenty, w których jest zapisany adres.

Najczęściej wykorzystywane przez kieszonkowców sposoby to sztuczny tłok – sprawcy aranżują tłok i okradają zarówno osoby siedzące, jak i próbujące wydostać się z zatłoczonego miejsca; "na kosę" – kieszonkowcy przecinają ostrym narzędziem kieszeń, torbę lub plecak, "uwaga, złodziej" – złodzieje wydając taki okrzyk liczą na to, że pasażerowie w tym momencie sprawdzą, gdzie mają cenne przedmioty, co jest cenną wskazówką dla kieszonkowców, "na podsiad" – sprawcy okradają pasażerów w trakcie wsiadania i wysiadania z pojazdów, "na przewieszkę" – kieszonkowcy wykorzystują elementy garderoby lub torby przewieszane przez rękę, aby ukryć proces kradzieży.

Wśród kieszonkowców panuje ścisły podział ról. Za kradzież odpowiedzialny jest "robotnik". Wcześniej "tycer" obserwuje i typuje ofiary oraz powoduje sztuczny tłok lub zaśłania robotnika. Rolą "świacy" jest obserwacja i rozpoznawanie potencjalnych policjantów znajdujących się w rejonie kradzieży. "Konik" przejmuje od robotnika skradzione przedmioty i oddala się w bezpieczne miejsce.

Kampania "Nie daj się złowić" będzie prowadzona od 12 do 24 grudnia br. w Warszawie. W Punktach Obsługi Pasażerów ZTM oraz przy wejściach na stacje metra zostały rozwieszone plakaty ze wskazówkami, jak uniknąć kieszonkowców. W pojazdach komunikacji miejskiej są dostępne ulotki-poradniki, a na monitorach są wyświetlane spoty.

Partnerem strategicznym kampanii jest Komenda Stołeczna Policji, pozostali partnerzy kampanii to Miejskie Zakłady Autobusowe, Tramwaje Warszawskie, Metro Warszawskie i Szybka Kolej Miejska.

*Źródło: [www.kampaniespoleczne.pl](http://www.kampaniespoleczne.pl)*