BABIŠ VYJDE DRAHO. ALE NEJEN KVŮLI DOTACÍM

Julie Hrstková

Pokud se potvrdí vše, co popisuje auditní zpráva Evropské komise o propojení premiéra Andreje Babiše s holdingem Agrofert, se kterým by po převodu do svěřenského fondu neměl mít nic společného, měla by Česká republika vrátit do unijního rozpočtu zhruba 450 milionů korun, které firma dostala na dotacích. Premiér tvrdí, že to je nesmysl, že jde jen o předběžnou zprávu a že nikdo nic vracet nebude. Opozice zas, že jde o další důvod, proč by neměl být v politice, v níž je mimochodem Babiš miliardář úspěšnější než standardní politici.

Na to, jak celá kauza dopadne, si budeme muset počkat několik měsíců, až se zpráva přeloží, až k ní napíší české úřady připomínky a až je vyhodnotí komise. Už teď se ale dají říci dvě věci. Zaprvé audit neříká nic nového. Zadruhé, bez ohledu na to, jestli bude Česko něco vracet, nebo ne, nebude to to nejdražší, za co Česko Babišovi zaplatí.

Andrej Babiš střet zájmů ani svoje často měnící se názory nikdy neskrýval. V roce 2010, kdy ještě v rozhovorech tvrdil, že se „do politiky zcela jistě nechce montovat“, to vysvětloval tím, že nevlastní žádný sdělovací prostředek, takže mu chybí i potenciální vliv. Tehdy také řekl, že tisk byl z „valné části účelově zprivatizovaný a není možné dostat do něj to, co by člověk chtěl“. O rok později Babiš do politiky vstoupil, za další dva mu ÚOHS posvětil nákup mediální skupiny Mafra. Babišův vliv na tisk je jeho obsahem potvrzován dnes a denně.

Stejně tak premiér nikdy neskrýval Agrofert, či dokonce Čapí hnízdo, jehož fotky coby „chalupy“ si mohli čtenáři kdysi prohlédnout v bulváru. Babiš od začátku věděl, že se ho nijak nedotkne, když zveřejní svůj střet zájmů. A také nedotklo, protože jeho voliči to o něm věděli a na míře jeho obliby to nezměnilo nic.

Stejně jako lex Babiš, zákon o střetu zájmů, kterému vyhověl tak, že přesunul majetek do svěřenského fondu. Kdyby se na ulici dělala anketa, komu patří Agrofert, deset z deseti dotázaných by jednoznačně odpovědělo, že Babišovi. I když to už dlouho alespoň z právního hlediska není pravda. K samotnému schvalování zákona došlo fakticky pod tlakem unie – mimo jiné předsedkyně výboru europarlamentu pro rozpočtovou kontrolu Ingeborg Grässlová Babišův střet zájmů coby příjemce dotací a tehdy ještě ministra financí permanentně kritizovala. Vše pak doplnil dlouhý projev Andreje Babiše na téma, jak jsou všichni proti němu. To samé si zopakoval minulý pátek kvůli auditu EK nebo při projednávání kauzy Čapí hnízdo.

> Necelá půlmiliarda, o které nyní píše zpráva Evropské komise, je z hlediska čistého příjmu firem, které už oficiálně premiérovi nepatří, jen kapkou.

Každopádně platí, že firmy, které Andrej Babiš kdysi vlastnil (a teď je ovládá neviditelně, ale úplně stejně), dlouhodobě pobírají dotace. A nejde o žádné tajemství.

Necelá půlmiliarda, o které nyní píše zpráva Evropské komise, je z hlediska čistého příjmu firem, které už oficiálně premiérovi nepatří, jen kapkou. A na celkových výdajích za Andreje Babiše ve skutečnosti nepodstatnou.

Stejně jako kdysi mediální magnát Silvio Berlusconi v Itálii lehce upravil zákony ve svůj prospěch, i v Česku Andrej Babiš vychází vstříc poptávce voličů, aniž by jeho obchodní zájmy utrpěly jakoukoliv škodu. Nutno dodat, že mu k této politice jeho předchůdci připravili až neuvěřitelně příznivé podmínky. Na jednu stranu si tak získává oblibu tím, že přidává všem. A může (opravdu může) říkat, že se Češi nikdy neměli tak dobře. Na rozdíl od snižování daní, což bylo hitem pravicových předchůdců, na kterém viditelně vydělali jen ti bohatší, Babiš dává všem rovně. Slevu na dopravu, paušální peníz k důchodu atd. Proti rozdávání ovšem není žádný příjem – třeba vyšší daně pro velké firmy nebo větší progrese pro vyšší příjmové kategorie. I tady se jeho předchůdci postarali o to, že vyšší daně pro bohaté jsou „komunistickým přežitkem“ a obecně ve společnosti něčím absolutně nepřijatelným.

Pár set milionů na dotacích, které možná bude Česká republika vracet (a není to jisté) jsou skutečné drobné oproti miliardám, které stojí Babišova politika. O tom už ale Evropská komise ani nikdo jiný auditní zprávu psát nebude.

julie.hrstkova@economia.cz

EUROPARLAMENT JAKO DETEKTOR PRAVDY

Evropskému parlamentu se dá leccos vytýkat, ale jednu vlastnost má náramnou. Nutí národní partaje, které se z různých důvodů vyhýbají klasickému pravolevému či konzervativně-liberálně-socialisticko-radikálnímu vymezení, aby přiznaly barvu – výběrem vhodné europarlamentní frakce.

Nejnověji se to stalo České pirátské straně. V pražské sněmovně se dosud řadila mezi pětici stran demokratické opozice. Ideově budila dojem generačního sdružení mladých fandů IT technologií a neotřelých přístupů ke světu i k politickým dinosaurům. Ovšem po zisku tří mandátů v Evropském parlamentu museli piráti o sobě říct víc – a připojili se k frakci Zelení / Evropská svobodná aliance (Greens/EFA). Čili se hlásí k liberální zelené levici. Bez ironie je to pozitivní věc. Voličům i sami sobě vyjasnili, že jsou něčím mezi středovými liberály (nechtěli s hnutím ANO sdílet účast v liberální frakci ALDE) a radikály z frakce Evropská sjednocená levice a Severská zelená levice (GUE/NGL), s pochopením pro zelené nápady typu bezuhlíkové Evropy do roku 2050.

Podobně ani ANO Andreje Babiše nevystačilo před pěti lety po příchodu do Bruselu se sloganem „hnutí pro všechny“. Když v europarlamentu nenašlo žádné parťáky s vágní doktrínou „akce nespokojených občanů“, vymezilo se vstupem do ALDE jako liberální. A i ODS dala až v europarlamentní frakci konzervativců přednost národním tradicím Evropy před křesťanskými.

Nejde ale jen o řazení do politologických šuplíků. Výběr frakce je i volbou spřízněných politiků. Což je čitelnější než názvosloví. Co komu řekne, že dva europoslanci hnutí Svoboda a přímá demokracie Tomia Okamury hodlají vstoupit do frakce Evropa národů a svobody (ENF), a ne do Evropy svobody a přímé demokracie (EFDD)? Tam by sice názvem patřili, jenže i nacionalismus je okamurovcům vlastní. Stačí ale zmínit, že SPD bude pod jednou střechou s Marine Le Penovou, Geertem Wildersem, Matteem Salvinim či rakouskými svobodnými, a hned je jasno, co je Okamura zač.

Jan Štětka
jan.stetka@economia.cz

MC MEDIA

INSTAGRAMOVÉ CELEBRITY LEZOU FIRMÁM NA NERVY. NEDÁ SE JIM VĚŘIT

Filip Rožánek

Už několik měsíců se objevují náznaky, že opadá módní vlna internetových celebrit, které za peníze propagují cokoliv. Vypadá to, že značky začínají střízlivěji uvažovat, komu dají své peníze, aby dělal reklamu jejich produktům na sociálních sítích.

Zejména na Instagramu není pro samé influencery obrazně řečeno kam plivnout. Každá modelka, která umí profesionálně zaujmout naprosto nepřirozenou pózu s produktem, inkasuje peníze za to, že se ukáže s novou kosmetikou, zubní pastou nebo elektronikou. Nejzábavnější příklady z českého a slovenského prostředí shromažďuje vtipný instagramový účet Svět influencera. Ze screenshotů je na první pohled vidět, jak je to křečovité a nepřirozené prostředí. Nápoje se v něm pijí ze zavřených lahví, fény foukají, aniž by byly v zásuvce, a na pláže se chodí zásadně se čtvrtlitrovým balením nočního krému.

Řada mladých se nechala životním stylem inspirovat a těší se, že budou bez větší námahy dostávat pozvánky na zajímavé zájezdy a vybírat si ze záplavy zboží. Z jednoho britského průzkumu mezi dětmi ve věku od 6 do 17 let vyplynulo, že by se třetina z nich chtěla stát youtubery. Ve zdravotnictví jich toužilo pracovat třikrát méně.

Na první pohled všechno vypadá báječně, stačí přece napsat firmě, že rádi podpoříte její produkt, pokud vám ho dá zdarma. Nelze se pak divit sarkastickým názorům, že se tomu dřív říkalo příživnictví, zatímco dnes je to „influencer marketing“. Velkou mediální pozornost už vyvolalo několik hoteliérů, kteří takové nabídky důrazně a hlasitě odmítli. „Milá influencerko, a kdopak zaplatí personál, co se tu o vás bude během pobytu starat? Kdo zaplatí uklízečky připravující váš pokoj? Nebo účty za vodu a elektřinu? Možná bych jim všem měl říct, že místo platu je přece natočíte na video pro své odběratele,“ napsal jedné youtuberce irský hoteliér Paul Stenson, když ho požádala, jestli by mohla zadarmo strávit Valentýna v dublinském hotelu Charleville Lodge.

„Chodí nám mnoho nabídek na spolupráci s instagramovými influencery. Chtěli bychom oznámit, že se samozvanými celebritkami nechceme mít nic společného. Najděte si jiný způsob, jak se najíst, napít a vyspat zadarmo. Nebo jednoduše začněte pracovat,“ přidal se italský majitel plážového podniku na filipínském ostrově. Gianluca Casaccia si ho otevřel loni v květnu a už mu přišlo přes 100 požadavků na přespání výměnou za vytvoření obsahu pro sociální sítě. Ačkoliv se nebrání spolupracovat se skutečně vlivnými lidmi, jejichž příspěvky sledují statisíce uživatelů, nejdrzeji si o služby zdarma říkají jedinci se sotva dvěma tisíci fanoušků. „K čemu je mi nabídka od někoho, kdo je vlastně nikdo?“ ptá se Casaccia. Důvěryhodnost je v marketingu založeném na osobním doporučení to nejdůležitější. Ale pohodlí získané výměnou za přísun služeb a výrobků zdarma ji rychle naboura. Účty takových instagramerů jsou pak plné fotek s označeným zbožím a šroubovaných popisků vytvořených v reklamních agenturách. Jak můžete věřit svému oblíbenci, že něco autenticky doporučuje, když se každý den nechává najímat někým jiným? O účinnosti takové kampaně se pak dá pochybovat.

Také už jste si při sledování podobných příspěvků vypracovali „slepotu“ na podpořené produkty? A to mluvíme jen o těch poctivě označených. Při letošní pražské konferenci Communication Summit to vystihla ředitelka komunikace McDonald’s Zuzana Svobodová. „Influenceři uzavírající jednu spolupráci za druhou bez ohledu na to, jestli je pro ně relevantní, si šlapou po štěstí i vnímání influencerů jako takových,“ prohlásila manažerka fastfoodového řetězce. Důsledkem je v podstatě blokování reklam v hlavách spotřebitelů. Škrtání rozpočtů a prozření přichází také u globálních hráčů. Marketingový ředitel světového gigantu Unilever se nechal slyšet, že pro něj influenceři nejsou důvěryhodní, protože si často uměle navyšují popularitu nakoupením falešných fanoušků nebo lajků u jednotlivých příspěvků. Ale smyšlená identita si výrobek nekoupí. Jenom pohladí ego závislé na počítadle virtuální obliby.

Autor je editorem Digizone.cz

RUDÝ A RUDĚJŠÍ? ŠAVLOVAČKA V KSČM UKAZUJE NĚCO JINÉHO

Petr Honzejk

Už to tak bývá, že ve stranách, které upadají, nastává vzájemné obviňování a boj o zbývající mocenské zdroje. Ukázku nyní vidíme u českých komunistů. Stalinista Josef Skála, který několikrát neúspěšně kandidoval proti Vojtěchu Filipovi, vystartoval s tím, že KSČM zrazuje vlastní voliče a že tu správnou „národní a sociální“ politiku dělá Okamurova SPD. Předseda Filip naopak obvinil Skálu ze zrady a přeběhlictví, s tím, že to bere tak, že Skála už stranu opustil.

Je zábavné sledovat, jak vyjádření obou komunistů kopírují styl padesátých až sedmdesátých let. Filip o Skálovi: „Zrádci, kteří ze zištných nebo jiných důvodů stranu opustili, možná měli krátkodobý prospěch. Strana tady je a zůstala a ti, kteří přeběhli a za jidášský groš zradili, se pak stali bezvýznamnými.“ Skála pak v rozhovoru pro prokremelský server Sputnik říká, že Filipovo vedení je tu jen „pro pár výnosných kariér“. A vyzývá, aby strana „přestala hrát jen na plácku vykolíkovaném majiteli existenčních zdrojů“.

Soudruzi se možná něco naučili, ale nic nezapomněli. Stále umí s vervou a upřímností nenávidět nejen ty, kdo vidí svět jinak, ale sami sebe navzájem. Pro Filipa je zrádce strany Skála, pro Skálu Filip. Kdyby to bylo v padesátých letech, mohly by se pomalu chystat procesy, šlo by jen o to, kdo bude v ohrádce pro obžalované a předem odsouzené. Skálovo vystoupení ale nepokrytě ukazuje ještě něco jiného – jak má část dnešních komunistů blízko k nacionalistické antiunijní pravici. „Doktor David a generál Blaško, zvolení do Evropského parlamentu za SPD, hájí naše národní a sociální zájmy víc než většina ostatních českých ‚europoslanců‘ dohromady,“ píše Skála. Chválí také Tomia Okamuru, Marine Le Penovou či Viktora Orbána, hlavně za vstřícnost k Rusku. „Nejsou to právě oni, kdo žádají skoncovat s masochismem ‚sankcí‘? A řada z nich i se samotným NATO?“ ptá se.

Roztržka u komunistů tak není jen folklor, ze kterého by si šlo utahovat ve stylu „rudý a rudější“. Nese zprávu, že staré dělení politického spektra už příliš neplatí. Levicovost a pravicovost jsou do značné míry vyprázdněné koncepty – i v extrémních podobách. Nová dělítka tvoří vztah k evropskému projektu, liberální demokracii, k autoritářskému Rusku. Ne náhodou se Skála pochvalně vyjadřuje o Václavu Klausovi starším i mladším, kteří prý oslovují i dosavadní komunistické voliče.

To je důležitější, než jak souboj dopadne. Podstatné je, že Skála, kterého rozhodně nelze nazvat demokratem, de facto volá po alianci komunistů, okamuristů, klausovců a lidí jako Jaroslav Foldyna, který je jednou nohou z ČSSD. Přirozená inklinace těchto sil k sobě ukazuje, jak to s demokracií, v případě jejich úspěchu, mohlo dopadnout.

petr.honzejk@economia.cz

Po
Filip Rožánek

St
Petr Honzejk

Pá
Tomáš Sedláček

HOSPODÁŘSKÉ NOVINY
REDAKCE: 233 071 111 ■ HN@ECONOMIA.CZ ■ PŘEDPLATNÉ: 233 071 197 ■ INZERCE: 233 071 783 ■ ADRESA: PERNEROVA 673/47, 186 00 PRAHA 8

Vydává Economia, a. s., IČO 28191226 • **ŘEDITELKA REDAKCÍ** Zuzana Kleknerová • **Šéfredaktor Hospodářských novin** Martin Jašminský • **Zástupce šéfredaktora** Nikita Poljakov • **Vedoucí domácího zpravodajství a publicistiky** Tomáš Pergler • **Šéfredaktor iHNed.cz** Filip Černý • **Manažer redakce** Martin Denemark • **Art director** Jan Vyhnánek • **Vedoucí editorů** Štěpán Etrych • **Názory** Petr Honzejk • **Analytici HN** Leoš Rousek a Martin Ehl • **Zahraničí** Tomáš Procházka • **Ekonomika** Milan Mikulka • **Kultura** Daniel Konrád • **ego!** Irena Jirků • **Proč ne?!** Aneta Šaferová • **Zlom** Zdeněk Fried • **E-MAILY:** jmeno.prijmeni@economia.cz • **PŘEDPLATNÉ** tel.: 233 071 197, predplatne@economia.cz, www.economia.cz/hn, SKYPE: PredplatneEconomia • **ONLINE ARCHIV** ecommerce@ihned.cz • **INZERCE:** inzerce@economia.cz, obchod@ihned.cz **Příjem inzerce** tel.: 233 073 169. Hospodářské noviny používají zpravodajství agentur ČTK a Thomson Reuters.
■ Tiskne: MAFRAPRINT, tiskárna Praha a Olomouc ■ Četnost vydání: pondělí až pátek, místo vydání Praha ■ Autorská práva vykonává vydavatel. Jakékoli užití částí nebo celku, zejména rozmnožování a šíření jakýmkoli způsobem (mechanickým nebo elektronickým) i v jiném než českém jazyce bez písemného svolení vydavatele je zakázáno ■ Jednotlivé složky HN jsou samostatně neprodejné. © 2019 Economia, a.s. ■ Ročník LXIII ■ Nevyžádané příspěvky se nevracejí ■ MK ČR E 4689 ■ Audit nákladu: ABC ČR. ISSN 0862-9587 ■ **Internet www.ihned.cz**