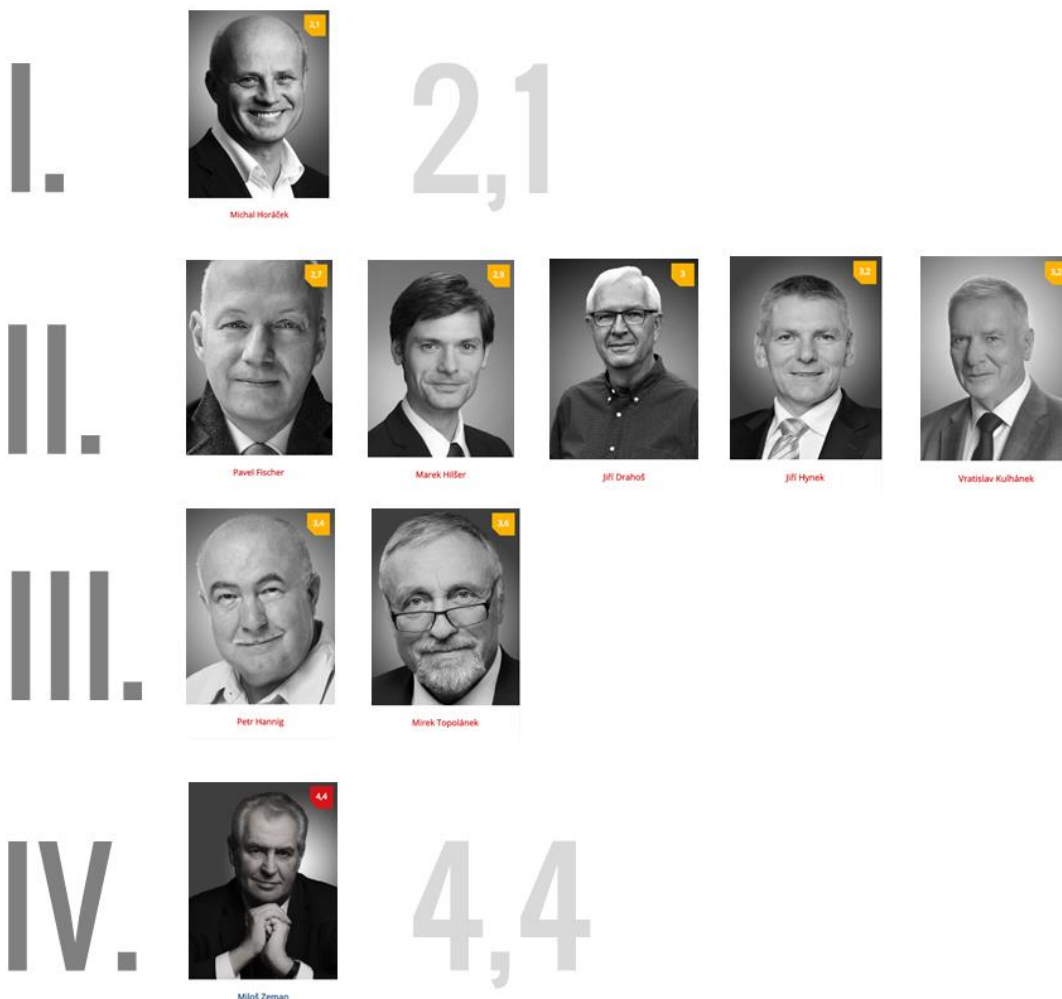


Tisková zpráva TI

Transparentnost kandidátů na prezidenta znovu pokulhává – měli by mít na víc, srdce a síla nestačí



Transparentnivolby.cz | zdroj: TI

Praha, 8. ledna 2018 – Ačkoliv se „transparentnost“ stala oblíbeným motivem v sebeprezentaci uchazečů o Hrad, z hlediska dostupnosti informací o financování, strategiích a vlivovém pozadí jsou jejich kampaně spíše neprůhledné. Vyplyvá to z výsledků monitoringu Transparency International (TI).

„Do konce roku 2017 bylo utraceno za kampaně přes 60 milionů. Odhadujeme, že do voleb se se může utratit až 200 milionů. Proto analyzujeme, odkud a kam peníze tečou,“ vysvětluje ředitel TI ČR a člen Mezinárodní správní rady TI David Ondráčka důvody, které stály za monitorováním prezidentských kampaní.

Michal Horáček a ti druzí

Z výsledků hodnocení vyplývá, že k voličům je nejotevřenější Michal Horáček, který o financování své kampaně zveřejňuje nejvíce informací. Skutečnost, že si kampaň financuje sám, a tudíž nemusí řešit různorodost zdrojů financování, mu v hodnocení „prospívá“. Na svém webu však navíc jako jediný zveřejňuje průběžné vyúčtování nákladů, personální obsazení svého týmu a veškeré spolupracující subjekty.

O něco hůř dopadlo hodnocení pro Pavla Fischera, Marka Hilšera, Jiřího Drahoše, Jiřího Hynka a Vratislava Kulhánka. Tato skupina kandidátů shodně nezveřejňuje některé podstatné informace, oproti tomu dohledatelné informace jsou neúplné, nepřehledné nebo roztříštěné v různých zdrojích (zpravodajské servery, rozhovory s kandidáty aj.).

U Mirka Topolánka a Petra Hanniga je nutné pro získání relevantních informací již velmi aktivně pátrat, přesto jsou spíš útržkovité.

A nejhůře dopadl kandidát Miloš Zeman, jehož kampaň je (pravděpodobně záměrně) neprůhledná.

Příjmy, dárcové, výdaje z účtů

Největším donorem v kampani, alespoň dle transparentních účtů, je s částkou přesahující 27 mil. korun nepřekvapivě Michal Horáček. Následují Pavel Sehnal (5,5 mil. Kč pro V. Kulhánka), Dalibor Dědek (2 mil. Kč pro J. Drahoše, 50 tis. Kč pro M. Hilšera), Richard Benýšek (1 mil. pro M. Topolánka), Martin Hájek (500 tis. Kč pro J. Drahoše) a firma Dako CZ a.s. (2 mil. Kč pro M. Zemana). Přehled dárců zpracovaný firmou Dataweps najdete na webu www.transparentnivolby.cz/prezident2018.

Nejvyšší výdaje z transparentního účtu (TÚ) má opět Michal Horáček, za ním je Jiří Drahoš a Vratislav Kulhánek. Jiří Drahoš má jednoznačně nejvyšší počet dárců, a to jak od občanů, tak od firem. Z hlediska možného prosazování vlivových zájmů jde o problematická jména (např. BPD Partners, Škoda Transportation, aukční síň Vltavín s.r.o.). Platí to i o Mirku Topolánkovi, mezi jehož dárcy patří řada vlivných podnikatelů (D. Křetínský, R. Benýšek, J. Beneš atd.) a členové ODS nebo bývalí ministři jeho vlády. Pavla Fischera podpořil vysoký počet drobných i větších dárců, mezi nimiž figurují i sponzoři ze zahraničí (Fontis Family Office, Kaete und Karolin Ad). Detailnější informace o sponzorech najdete u hodnocení kandidátů na www.transparentnivolby.cz/prezident2018.

Radikálně netransparentní kandidáti...?

Paradoxně to však nejsou problematičtí donoři, na něž ostatně česká média soustavně upozorňují, co kandidátům „kazí známky“ v našem hodnocení. Výskyt jejich jmen na transparentních účtech alespoň napovídá, s kým budeme po volbách mít co do činění. Za netransparentní považujeme něco jiného.

Na příkladu kandidáta Miloše Zemana lze poukázat na hlavní nešvar: zakrývání původu peněz a matení veřejnosti v otázce organizace a realizace kampaně.

Miloš Zeman sice podle prohlášení svých i tvrzení svých nejbližších spolupracovníků žádnou kampaň nevede, jeho tvář se na reklamních plochách (billboardy, online reklama, atp.) přesto objevuje. Souhrnná ceníková hodnota reklam s Milošem Zemanem činila do konce listopadu 6,5 mil. Kč. (Dle monitoringu reklamy AdIntel společnosti Nielsen Admosphere.* Více [zde](#).). Na neexistující kampaň relativně slušná částka...

Pokud tedy vede Spolek přátel Miloše Zemana kampaň „s jeho vědomím“, pak budeme čekat na vyúčtování nákladů, které mj. musí být nakonec zaplacený z kandidátova transparentního účtu, až do jejího skončení. Pokud ne, pak by se spolek měl dle zákona (č. 275/2012 Sb.) registrovat jako tzv. třetí

osoba a „vejít se“ do zákonného limitu výdajů (800 tis., resp. 1 mil. Kč) – prozatím však registrován není.

Přirozenou výhodou Miloše Zemana je, že aktuálně zastává funkci, o níž kandidáti bojují, takže mamutí část jeho kampaně za něj paradoxně vlastně vedou ti ostatní – potvrzují to i statistiky výskytu jeho jména v on-line médiích diskusích a sociálních sítích, kde s přehledem vítězí (detailní přehled najdete [zde](#)).

Podívejme se na účty

Oproti sněmovním volbám mají kandidáti povinnost vést pouze jeden transparentní účet (TÚ), který slouží jak pro příjmy (dary), tak i pro výdaje. V souvislosti s jejich vedením se však *objevuje řada vad*:

- zdaleka ne všechny položky na transparentních účtech jsou popsány tak, aby občan zjistil, na co kandidát peníze použil,
- řada plateb bude mít zpoždění, jak ukázaly sněmovní volby – některé strany po volbách z TÚ zaplatily mnohem více, než před volbami,
- nejsou k dispozici žádné informace o transakcích placených hotovostně,
- nejasná je stále kategorie „obvyklé ceny“ (viz www.transparentnivolby.cz),
- naprosto nejasné zapojení tzv. třetích osob, resp. delegování kampaně na subjekt, jenž ji vede s vědomím kandidáta (např. nejasné angažmá spolku Přátel Miloše Zemana v kampani poukazuje na možnost účinně obcházet legislativu).

„Transparentní účet jakožto typ bankovního produktu není zárukou toho, že financování kampaně je průhledné. Vše záleží na pečlivosti a přehlednosti jeho vedení, minimálně alespoň z hlediska plateb, které jsou z účtu odesílány. A ani popsané transakce nemusejí být zárukou toho, že voliči ví, za co přesně kandidát finanční prostředky utratí,“ objasňuje Petr Vymětal, expert na financování stran z Fakulty mezinárodních vztahů VŠE.

Do voleb bez rozpočtu

Další slabinou prezidentských kampaní je absence informací o plánovaných rozpočtech, předpokládaných nákladech či jejich přibližném rozložení. Vzhledem k tomu, že každý kandidát by měl mít alespoň rámcovou představu o rozpočtu na jednotlivé komunikační nástroje, je zarážející, že většina kandidátů tyto informace nezveřejnila.

„Naše kritéria se co do přísnosti neliší od kritérií, která jsme na podzim aplikovali na volební kampaně politických stran do Sněmovny. Pirátská strana a Strana zelených tehdy obstály na čistou jedničku. Vzhledem k tomu, že nejtransparentnější z prezidentských uchazečů má v porovnání s nimi o stupeň horší průměr, o radikální transparentnosti nelze hovořit ani v jeho případě,“ uzavírá Ondřej Čákl, koordinátor monitoringu TI CZ.

O projektu Transparentní volby – monitoring prezidentské předvolební kampaně 2018

Monitoring je postaven na diverzifikovaných zdrojích a kritériích. Výsledná známka jednotlivých kandidátů vznikla jednoduchým aritmetickým průměrem známek od 1-5 za každé z deseti kritérií. Hodnocení jsme uzavřeli k 5. 1. 2018.

Nedílnou součástí našeho projektu je spolupráce s uznávanými profesionály v oblasti digitálního a politického marketingu, kteří TI pomáhají přinášet empirická data podložená jasnou metodikou a z ověřených zdrojů.

Na monitoringu se podílí několik nezávislých organizací, jejichž expertíza se značně liší. Díky společnosti [Datawebs](#) jsme s to zpřehlednit i „viditelnost“ kandidátů v online mediálním prostoru (např. jak často a kde je uchazeč zmiňován v textech na internetu a v příspěvcích na sociálních sítích.).

Tento monitoring neupřednostňuje žádného kandidáta či politické uskupení. Naše hodnocení je objektivní a nestranné. Veškerá kritéria jsou od počátku dostupná online na zmíněném webu. Projekt realizujeme z vlastních finančních zdrojů, bez finančního přispění od dárcovských organizací. **Proto se také obracíme na širokou veřejnost s výzvou o podporu. Více na portálu [Darujme.cz](#).** Děkujeme Vám za pomoc s realizací monitoringu!

Více informací o rozsahu a obsahu monitorovacích aktivit najdete na našem webu www.transparentnivolby.cz.

Ke stažení, mediální výstupy

[David Ondráčka – Financování prezidentských voleb 2018 \(podcast\)](#)

[Vteřiny TI: David Ondráčka – Financování prezidentských voleb 2018](#)

Kontakt pro média

Ondřej Cakl, koordinátor monitoringu TI

E: cakl@transparency.cz

M: +420 728 069 561

Transparency International ČR

Mapujeme stav korupce v České republice a aktivně přispíváme k jejímu omezení, a to jako součást mezinárodní sítě Transparency International. Zapojujeme občanskou společnost, soukromou sféru i státní sektor do široké diskuse o dobrém vládnutí.

Těžíme z dlouholeté nadnárodní praxe a know-how v nastavování protikorupčních programů a strategií. Prostřednictvím projektů iniciujeme systémové změny. Pro veřejnost provozujeme bezplatnou právní poradnu, na kterou se ročně obracejí stovky klientů z celé republiky. Naše investigativa uvádí korupční případy do pohybu. Rozběhli jsme např. kauzy v Lesích ČR a také v Dopravním podniku hlavního města Prahy. Rozkrýváme pavučiny politiků a podnikatelů zneužívajících EU fondy, např. kolem ROP Severozápad.