POZOR, LOBISTA!

18.12.2013 | Jozef Tvardzík

Patrik Zoltvány tvrdí, že ak sa skontaktuje s úradníkom v Európskej komisii, ten je ochotný sa s ním stretnúť takmer automaticky. Naši úradníci majú zväčša strach v očiach a žijú vo svojom uzavretom svete.

Ako sa vlastne lobuje? Kontaktujete priamo úradníka alebo inštitúciu?
Sú dve možnosti. V mene klienta komunikujeme a stretávame sa s politikmi. Sú však aj klienti, ktorí to nechcú a žiadajú od nás len analýzu a stratégiu a potom sa snažia pôsobiť na politikov sami, ale to je dosť zriedkavé. Záleží na úradníkovi, či sa s nami stretne. Ak skontaktujem úradníka v Európskej komisii, napíšem mu mail alebo mu zavolám, že sa s ním chcem stretnúť, takmer automaticky sa so mnou stretne. Nemá s tým problém a nemá strach v očiach, prečo idem za ním a čo od neho chcem. Na Slovensku medzi úradníkmi stále vládne paranoja, keď ich kontaktuje niekto z externého prostredia. To je ťažké zmeniť nejakým pravidlom, k zmene musí dôjsť prirodzene. Zo skúseností viem, že mladí ľudia, čerství absolventi, so stretnutiami nemajú problém, rovnako ako ľudia, ktorí boli vyslaní do Bruselu. Ale väčšina typických slovenských úradníkov zo starej školy chce fungovať vo vlastnom uzavretom svete.

Ľudia si automaticky spájajú lobing a ľudí okolo neho s korupciou a neberú ho ako ktorúkoľvek inú profesionálnu prácu. Jednoducho si myslia, že úplatky v slovenskej realite musia existovať. Dá sa to vyvrátiť?
Tento názor je vytváraný vďaka politikom a médiám. Všimnite si, že ak sa niečo v parlamente presadí, čo je proti záujmu predkladateľa, tak povie: „Aha, tak to bolo kvôli lobingu." Nikdy však nepovedia, že výsledkom nejakého lobingu sú aj pozitívne veci. Lobuje v podstate každý a každý názor na to, čo je dobré alebo zlé, je subjektívny. Navyše na Slovensku doteraz nikoho nezavreli kvôli veľkej úplatkárnej afére ako v Česku alebo v Rakúsku. Tu si každý myslí, že lobisti chodia s igelitkami plnými peňazí a rozdávajú ich, čo je nezmysel.

Nemyslíte si, že problém je práve vo vysokej miere korupcie, ktorá sa nevyšetruje a všetko sa zametie nakoniec pod koberec?
Určite áno. Postihuje sa väčšinou iba malá korupcia a veľké prípady sa neriešia. Výsledkom je potom aj to, že tu koluje veľmi veľa fám o tom, kto za čo a aký veľký úplatok zobral.

Lobistov je na Slovensku veľa. Lobujú konzultačné firmy i jednotlivci, odbory aj profesijné spolky. Koho vlastne zastupujú?
Ide o firmy, ktoré fungujú v regulovaných sektoroch, kde sa neustále mení legislatíva. Sú to energetické a telekomunikačné firmy, farmaceutický priemysel, zdravotníctvo alebo finančný sektor. Každá z týchto spoločností má v rámci svojej štruktúry človeka, ktorý má na starosti vzťahy s vládou, s poslancami, s verejnou správou a sledovanie legislatívy od zámeru príslušného ministerstva až po jeho schválenie v parlamente. Môžeme ho nazývať government affairs, public alebo corporate affairs. Okrem toho si spoločnosti najímajú externé firmy, ako je naša, a to najčastejšie vtedy, keď prichádza veľká legislatívna zmena alebo keď potrebujú riešiť špecifický problém. Často ide o nadnárodné spoločnosti a kampaň firmy povedzme v prípade európskej legislatívy prebieha spravidla súbežne vo viacerých krajinách.

Takýmto príkladom je zrejme kartová spoločnosť MasterCard. Stretla sa s novinármi, aby im vysvetlila problém, keď v júli tohto roka Európska komisia navrhla obmedziť výšku poplatkov. Tie si banky medzi sebou účtujú pri transakciách s platobnými kartami.
Áno. Na Slovensku MasterCard pôsobí, ale takéto veľké témy sú riadené z európskej alebo globálnej centrály a netýkajú sa len Slovenska.

Ak hovoríme o externých firmách, ktoré pomáhajú vylobovať riešenie problému, ide o analytické spoločnosti, ktoré vyhodnotia a dodajú podklady na argumentáciu?
Priblížim to na príklade našej spoločnosti. Pôsobíme v 54 krajinách a sme experti na politický proces, ale nie na jednotlivé sektory. Vieme, ako funguje legislatívny proces, kto je kto v rámci hierarchie jednotlivých inštitúcií a politických strán na Slovensku alebo na európskej úrovni. Vieme, s kým komunikovať a komu v ktorej fáze predložiť argumenty. Profesionálne lobistické firmy nie sú nikdy analytické, pretože analýzy vypracúvajú špecializované firmy a think-tanky. Lobistické firmy sú o vzťahoch s politikmi a o ovplyvňovaní legislatívneho procesu. Klient vie, ktoré ministerstvo je zodpovedné za nejaký zákon, ale nepozná to, čo my: kedy a v akej fáze sa bude pripravovať pozícia týkajúca sa legislatívy, s kým v daných fázach komunikovať, aký typ argumentov by mohli potrebovať, kto sú ďalšie subjekty, ktoré by mohli ovplyvniť celý proces, alebo aké sú argumenty proti.

Kedy má zmysel začať s lobingom?
Pri ovplyvňovaní legislatívy sa ju snažíme analyzovať hneď na začiatku, keď sa ešte len tvorí. Keď ide do pripomienkového konania, stále sa dá ovplyvniť, možnosti sú aj v parlamente. Čím ďalej je zákon v legislatívnom procese, tým menšia je pravdepodobnosť dosiahnutia želaného výsledku. Toto je vo všeobecnosti problém slovenských klientov, ktorí sa zobudia až

vtedy, keď je zákon už v parlamente v druhom čítaní, čo je už neskoro. Firmy, ktoré sa neskoro zobudili, potom tému otvárajú cez médiá a vyjadruje sa k nej pomaly každý.

To sa však deje už roky, a predsa sa nič nezmenilo. Je možná skoršia diskusia o legislatívnom zámere?
Tvorba zákonov by mala fungovať tak, že ak ministerstvo pripravuje nejaký legislatívny rámec, v prvom rade by si mali úradníci sadnúť s relevantnými združeniami a povedať si, toto je náš zámer a chceme počuť vaše názory. Na Slovensku to však funguje tak, že väčšina ministerstiev v úvodnej fáze nechce komunikovať, povedia – počkajte, kým to pôjde do pripomienkového konania, potom budete mať možnosť vyjadriť sa. A to je chyba. Keby komunikovali oveľa skôr, dali by sa vychytať problémové veci a zákony by mohli byť kvalitnejšie. Lepším smerom sa vydalo napríklad ministerstvo životného prostredia v prípade zákona o odpadoch, ktorý odkomunikovali už v štádiu legislatívneho zámeru. Rovnako za vlády Ivety Radičovej takto chceli riešiť zákon o verejnom obstarávaní. Kritici vravia, že takýmto postupom sa zbytočne predlžuje legislatívny proces.

Jordi Blanes i Vidaly, Mirko Dracaz a Christian Fons-Rosenx, ktorí pôsobia na London School of Economics, sa v zaujímavej štúdii o lobingu venujú fenoménu tzv. revolving door, čiže otáčavých dverí. Ide o situáciu, keď bývalí parlamentní alebo štátni zamestnanci a úradníci začínajú pracovať ako lobisti a profitujú zo svojich kontaktov. Metaforicky teda rovnakými dverami odchádzajú zo svojho pôsobiska, ale zároveň sa vracajú už ako lobisti. Funguje to aj na Slovensku?
Je to spôsob, ktorý je bežný v krajinách, kde lobing funguje dlhodobo. Napríklad vo Veľkej Británii alebo v USA. Na Slovensku i v rámci regiónu strednej Európy je mix ľudí, ktorí pracujú v tejto brandži. Samozrejme, že sú medzi nimi aj ľudia zo štátnej správy, bývalí hovorcovia, poradcovia ministrov či poslanci, ale aj ľudia z biznisu. Odišli z korporácie, kde mali na starosti reguláciu alebo vzťahy s vládou, a neskôr si založili vlastnú firmu. Ak je lobistom bývalý politik alebo zamestnanec verejnej správy, je v nevýhode, pretože v povedomí svojich potenciálnych klientov je už aj politicky zaškatuľkovaný. Lobista by však mal vedieť pracovať pre klienta za akejkoľvek vlády. Má síce nejaké osobné politické názory a inklináciu, ale musí byť schopný komunikovať s kýmkoľvek, kto je pri moci, a odprezentovať argumenty klienta.

Keď hovoríte o osobnej preferencii, súvisí to aj s výberom klientov?
Ide skôr o témy. Často sa stáva, že nás klient osloví s niečím nerealistickým. V praxi to funguje tak, že každá firma sa snaží v prvom rade ovplyvniť všetko sama. Manažéri vedia, že sa niečo chystá, a začnú svojimi cestičkami veci ovplyvňovať. U nás to stále funguje cez známosti. Napríklad majiteľ firmy chodí hrávať golf s niekým, kto pozná vplyvného človeka. Potom firma zistí, že tadiaľ cesta nevedie, a začne hľadať iný postup. Keď sa firma rozhodne pre profesionálny lobing, ale má nerealistické očakávania, klientovi otvorene povieme, čo sa dá, čo nie a o čo sa môžeme pokúsiť. Na základe toho sa buď dohodneme, alebo nie. Za nedohodou sú zvyčajne práve nerealistické očakávania. Do spolupráce nejdeme ani v prípade konfliktu záujmov klientov.

Aký veľký je lobistický trh na Slovensku?
Je malý, pretože len veľmi málo subjektov je zvyknutých na spoluprácu s lobistickými firmami. Je to dané veľkosťou a štruktúrou trhu. Typickými klientmi sú nadnárodné firmy zo sektora energetiky, telekomunikácií alebo finančníctva, ktoré sú na tieto služby zvyknuté z domovskej krajiny. Ďalším predpokladom, aby si nás firma objednala, je, že má na Slovensku oddelenie alebo country manažéra pre vzťahy s vládou. V poslednom období sa stáva, že nadnárodné firmy týchto ľudí sťahujú zo Slovenska, ostávajú tu len obchodníci a naše služby si objednáva centrála firmy zo zahraničia. Ak aj existuje country manažér, často má zakázané komunikovať s vládou v otázkach regulácie; na to je určený špecialista z európskej centrály. Typickým príkladom sú automobilky, ale už aj IT firmy, ktoré majú na Slovensku len výrobné fabriky. Okrem nás na Slovensku fungujú ešte zo dve lobistické firmy. A sú tu spoločnosti,

ktoré robia lobing popri svojej hlavnej činnosti. Ide napríklad o public relations firmy alebo reklamné agentúry. Okrem toho sa čiastočne venujú lobingu aj niektoré právne kancelárie.

Ak sa chcete stretnúť s politikom alebo úradníkom, existuje pravidlo, že to musí byť len na ich pôde, alebo ich pozývate na obedy alebo dokonca na golf? Existujú nejaké hranice?
V etickom kódexe máme zakotvené, že im nesmieme nič ponúkať. Stretávam sa s nimi nielen na ich pôde, ale aj mimo nej. Pozvem ich na obed, ale na golf určite nie. Som kritik striktných pravidiel, podľa ktorých napríklad nesmiete zaplatiť pozvanému obed. To sa mi zdá až neslušné. V zahraničí zašla takpovediac honba na čarodejnice tak ďaleko, že napríklad v Bruseli už úradníci nechcú, aby ich niekto pozýval na obed. Stalo sa mi to už aj na Slovensku, keď predseda regulačného úradu odmietol, aby som zaplatil aj za jeho obed, na ktorý som ho pozval. Vraj to tak bude lepšie. U našich klientov – nadnárodných firiem – platia veľmi tvrdé pravidlá. Musia nahlasovať do centrál, koho chcú pozvať na firemné akcie, a centrály im to musia schváliť. Majú vopred stanovené, koľko ľudí môžu pozvať a koľko môžu minúť na občerstvenie na osobu. Mal som napríklad amerického klienta z odvetvia energetiky a predtým, ako som s ním začal spolupracovať, musel som absolvovať online tréning a test na tému amerického protikorupčného zákona, inak by s nami nepodpísali zmluvu. Bolo to tvrdé a premyslené do detailov. Niekedy sa smejem na článkoch o korupcii v Bruseli. Tam je oveľa menšia ako na úrovni jednotlivých členských štátov únie.

Je výsledkom nižšej korupcie v Bruseli skutočnosť, že otázky korupcie a lobingu sú striktnejšie zadefinované?
V Európe je len veľmi málo krajín, ktoré majú zákon o lobingu. Má ho napríklad Ukrajina, Izrael či USA. Nie som si istý, či v rámci EÚ vôbec existuje nejaký zákon, ktorý by definoval lobing. Podľa môjho názoru špecifický zákon o lobingu ani nie je potrebný. Potrebujeme však dobré zákony o prístupe k informáciám a pravidlá účasti verejnosti na legislatívnom procese. Alebo všetko uverejňovať na internete. Robia to severské krajiny a začalo to fungovať aj na Slovensku, v čom sme ďalej ako väčšina európskych štátov. Pri zákone o lobingu je najväčším kameňom úrazu definícia, kto sú vlastne lobisti. To sa stalo aj v Bruseli. Lobisti boli zadefinovaní ako ľudia, ktorí sa snažia komunikovať s úradníkmi alebo poslancami Európskeho parlamentu. Teda boli to aj novinári, akademický sektor, think-tanky, konzultačné firmy či profesionálni lobisti, vlastne ktokoľvek. Návrh narazil a začal sa veľký boj. Nakoniec v zákone ostali všetky skupiny, ale registrácia lobistov je dobrovoľná.

Na Slovensku už bolo niekoľko márnych pokusov presadiť zákon o lobingu. Naposledy v júni, keď zákon predložilo KDH. Prečo?
Návrhov bolo skutočne niekoľko. Medzi nimi bol aj nápad zriadiť register, ktorý by spravoval parlament. Keby som sa ako lobista stretol s politikom, do dvoch mesiacov by som musel poslať správu, s kým som sa stretol a o čom sme sa rozprávali. Zákon sa však paradoxne vzťahoval len na stretnutia na parlamentnej pôde. Spýtal som sa navrhovateľa, či by sa zákon vzťahoval aj na situáciu, keby som sa s poslancom stretol 50 metrov od parlamentu. Nevzťahoval by sa. Problém je teda nielen definovanie lobistu, ale aj spracúvanie výkazníctva o stretnutiach. Padli návrhy, že by to mohlo robiť ministerstvo spravodlivosti, vnútra a neskôr Národná rada SR. Zákon nakoniec neprešiel. Podobne dopadli pokusy v Poľsku a niekoľkokrát za posledné obdobie aj v Česku.

Čo by teda pomohlo, ak podľa vás zákon nie je riešenie?
Okrem zákonov o prístupe k informáciám je to etický kódex nielen firiem smerom k verejnej správe, ale oveľa dôležitejší je kódex, ktorý by definoval komunikáciu samotného úradníka smerom k verejnosti. Nemalo by tam byť určené, čo musí, ale aké správanie sa od neho očakáva. Teraz sa stáva, že to, či sa s vami úradník stretne alebo nie, závisí len od neho. Úradník by mal vedieť, že sa nemusí báť stretnutí s lobistami. To sa dá najlepšie dosiahnuť vzdelávaním a rozvojom politickej kultúry. Ľudia vo verejnej správe, ktorí sa vracajú zo zahraničných stáží, sú už v tomto smere iní.

Ak by som si chcel objednať služby lobistickej firmy, koľko by to stálo?
Bolo by to ako v prípade, keď si najímate právnu kanceláriu alebo poradenskú firmu, teda ide o klasický poradenský honorár. Môže byť účtovaný ako jednorazový projektový honorár alebo závisí od času stráveného na projekte. Ide o porovnateľnú nákladovú položku ako pri iných typoch poradenstva.