Plán Víta Bárty na získání moci: „K pokoření současných elit **použijeme metody stejně nevybíravé, ne-li zákeřnější**,“ oznámil svým spolupracovníkům v ABL.

2008: Bárta sepsal detailní plán, jak ovládne politiku

Děláme nepěkné věci. Korumpujeme, zastrašujeme, podporujeme protekcionalismus, minimalizujeme daně. Jsme stále drsnější a agresivnější.

Teď musíme alespoň trochu ubrat – a dát naší bezbřeze rostoucí agresivitě jasně stanové limity.

Jdeme do politiky. Propojení s politickou mocí je pro nás životně důležité, protože, jak ukazují statistiky, v Evropské unii 40 procent zakázek pro privátní bezpečnostní služby zadává veřejný sektor.

V kostce řečeno: Takto si před třemi lety plánoval budoucnost Vít Bárta, který dnes fakticky řídí vládní stranu, několik ministerstev a drží si vliv v největší bezpečnostní agentuře v zemi.

Bylo to o víkendu, v polovině října roka 2008.

Česko právě zasáhlo velké oranžové tsunami: ČSSD nemilosrdně vymetla ODS ze všech krajů i Senátu, drtivě vyhrála volby. Vedle tohoto přeskupování sil na politické mapě se ve Svatojiřském lese jedná i o změně politické moci...

Moc plodí peníze a naopak

Vít Bárta, majitel a šéf soukromé bezpečnostní agentury ABL, tu má poradu vrcholných manažerů své firmy. Vzal je do oblíbeného pětihvězdičkového hotelu Chateau Mcely nedaleko Prahy.

Milovník každodenních nekonečných porad představuje podrobný plán, jak, kdy a kde se „svou“ stranou Věci veřejné ovládne politiku. Vše má do detailu vymyšleno. Chybějí už jen voliči.

Vít Bárta to dělá způsobem sobě vlastním. O sobě mluví a píše zásadně ve třetí osobě a pod zkratkou VB, pod níž si všichni lidé nad 40 let vybaví Veřejnou bezpečnost (pro ty mladší: název policie za socialismu před rokem 1989).

Vše je vytištěno na papíře, každý z manažerů dostává desetistránkový dokument nazvaný „TOP manažerský etický kodex + Strategie 2009 až 2014“.

„Dnes politická a ekonomická moc splývá. Peníze plodí moc a moc plodí peníze,“ přiznává otevřeně na úvod Bárta. Jako ekonomický cíl určí vytvoření nejsilnější bezpečnostní agentury v zemi s dominantním postavením. Nazve to „ekonomickou základnou moci“.

ABL hlavně neprodávat!

U detektivní firmy ABL, jež má průnik do politiky financovat, má verzálkami poznamenáno: NEPRODÁVAT!!! Proto nejspíš Vít Bárta prodal rozhodující podíl v agentuře jen v rámci rodiny.

Věci veřejné dále označuje jako „vlastní politickou mocenskou základnu“. Považuje se za „akcionáře“, který investuje do něčeho užitečného. „Zastrašováním vládnoucí elity ji nutíme pod konkurenčním tlakem k odpovědnějšímu chování,“ ospravedlňuje šmírování pražských politiků.

Politické cíle Bárta vidí hlavně v Praze, což mu úplně nevyšlo. Na magistrát se loni na podzim VV vůbec nedostaly.

Naopak nečekal úspěch v loňských sněmovních volbách a vstup do vlády s pravicovými ODS a TOP 09. V plánu spíše sázel na „rozvoj vztahů s politiky ČSSD“.

Jde o plán cílevědomého člověka, který ví, co chce, a jde tvrdě za tím? Nebo o plán člověka, který k získání moci schopen použít jakýchkoli prostředků?

Z celé strategie je patrné, že Bárta se do politiky nehrne jen kvůli novým obchodům.

Obdivovatel Napoleona má evidentně spasitelský komplex. Sám sebe vidí jako „elitu“, která ukazuje lidem tu správnou cestu. Elity se podle něho musí střídat, aby „nezdegenerovaly“, a až tak nezáleží, jestli ti noví politici budou opravdu lepší. Bárta drsné způsoby v politice obhajuje vykoupením a pomáhá si heslem účel světí prostředky.

„Pokud se dopouštíme špatností, musíme je vykoupit významnějším prvkem sociálního altruismu, než je naše provinění,“ zní Bártův závěr. „Je nezbytností elit směřovat k posilování ekonomické, sekundárně politické moci.“

Jsem psychopaticky vychýlen...

Muž, který přiznává velké ego, se altruismem ohání často. Možná dobročinnost a nezištnost chápe jako doutníky či košile, které coby dárky svým zaměstnancům vždy osobně rozdával o Vánocích, tedy o tom alespoň vyprávěl.

„VB je psychopaticky vychýlen ve prospěch sociálního altruismu a v neprospěch respektu k rodinným hodnotám – což je slabostí našeho systému!“ říká sám o sobě.

A otevřeně popisuje i chování svých detektivů v ABL. „Je třeba si přiznat, jak se chováme – například děláme maximum pro minimalizaci daňové zátěže, korumpujeme, podporujeme protekcionalismus.“

Nejsem tak drsný, jak se říká

Co tím myslí? „V rámci konkurenčního boje se snižuje práh citlivosti topmanažerů vůči nemorálnímu, nelegálnímu jednání s pocitem, že se tak chovají všichni, VB si to přeje a sám je ještě drsnější.“

Snaží se kolegy přesvědčit, že není tak krutý: „Díky řadě neformálně komunikovaných historek roste dojem, že množství amorálního, nelegálního chování VB a jím ovlivňovaných organizací je ještě větší než ve skutečnosti.“

Tím myslí metody, jimiž se snaží získávat nové klienty – typově sehnat nějaké kompromitující materiály a tím je donutit ke spolupráci.

Jak jde přiznané porušování zákonů dohromady s právě prezentovaným plánem na vznik nové strany bojující proti korupci, establishmentu a dinosaurům?

Zákeřnější než dinosauři

Znamená to snad, že vstupem do politiky chtěl skončit se špinavostmi a být už jen Mirkem Dušínem?

Kdepak. „Kde bereme odvahu se domnívat, že my budeme lepší než elity současné? Zvláště pokud k pokoření současných elit použijeme metody stejně nevybíravé, ne-li zákeřnější, než které ony používají?“ píše Bárta v dokumentu.

Nejen poradu na zámku řídí manažerským stylem připomínajícím šéfa Sazky Aleše Hušáka s jeho heslem „nejúčinnějším nástrojem řízení je diktatura“. Stejně jako on rád předvádí své bohatství a moc a loajalitu podřízených si kupuje penězi a výlety na luxusní místa typu Chateau Mcely.

Proč své plány v politice představuje svým manažerům? Protože oni jsou loajální ke svému zaměstnavateli, budou tedy loajální i ke stranickému vůdci.

Mohou vytvořit úzký tým, který bude rozhodovat ve straně bez standardních stanov s vytvořenou iluzí demokracie v podobě internetových hlasování. A když to vyjde, budou Bártou dosazeni v případě volebního úspěchu na klíčová místa ve státní správě.

Koupím vám vše, jen si řekněte

Bárta je dokonce pobízí, ať si otevřeně řeknou, co chtějí, protože on sám to nepozná.

„Moderní úvahy o vůdcovství upozorňují na význam následovníků. Povinností VB je učinit vše pro spokojenost svých následovníků. Bohužel VB není dostatečně citlivý pro identifikaci potřeb svých spolupracovníků. VB tímto garantuje maximální snahu o reakci,“ vyzývá své tehdejší manažery, dnešní politiky VV a náměstky na ministerstvech.

Tohle vůbec nezafungovalo. U dlouholetého spojence Jaroslava Škárky „citlivě identifikoval“ potřebu peněz, jenže dnes se dohadují, jestli to byla půjčka, nebo úplatek – a Škárka stranu opustil.

Václav Dolejší
politický reportér MF DNES

Dokument

Úryvky z tajného Bártova plánu

MF DNES přináší ukázku z šestistránkového dokumentu z října 2008. Jde o část nazvanou „Strategie 2009–2014“, kde Bárta popisuje své plány. Redakce nechala původní slova i zkratky.

Vize:

Jednotné budování stabilní ekonomické a politické moci.

Ekonomické cíle:

– vytvoření nejsilnější SBS v ČR, dosažení dominantního postavení na trhu; posilování vlastních pseudokonkurenčních firem

– rozvoj nových kategorií zákazníků v oblasti veřejné správy (zdravotnictví, školství, státní úřady, samospráva, sociální služby)

Ekonomicko-politické cíle:

– rozvoj komplexního bezpečnostního servisu pro ekonomické elity (Chrenek, Babiš, Praha, JaT, Fox...)

– produkování projektů státních zakázek (soukromé věznice, přebírání zaměstnanců v oblasti bezpečnosti)

Politické cíle:

– vybudování koalice s ODS na magistrátu s VV v roce 2010

– ovládnutí radnice P1 a P5 v roce 2010

– rozvoj vztahů s politiky ČSSD pro jejich vládu v roce 2010

– ovládnutí ODS P1 a P5 do roku 2012 (2014)

– 2014 získání 30 % ODS Praha, nebo 30 % rady magistrátu VV

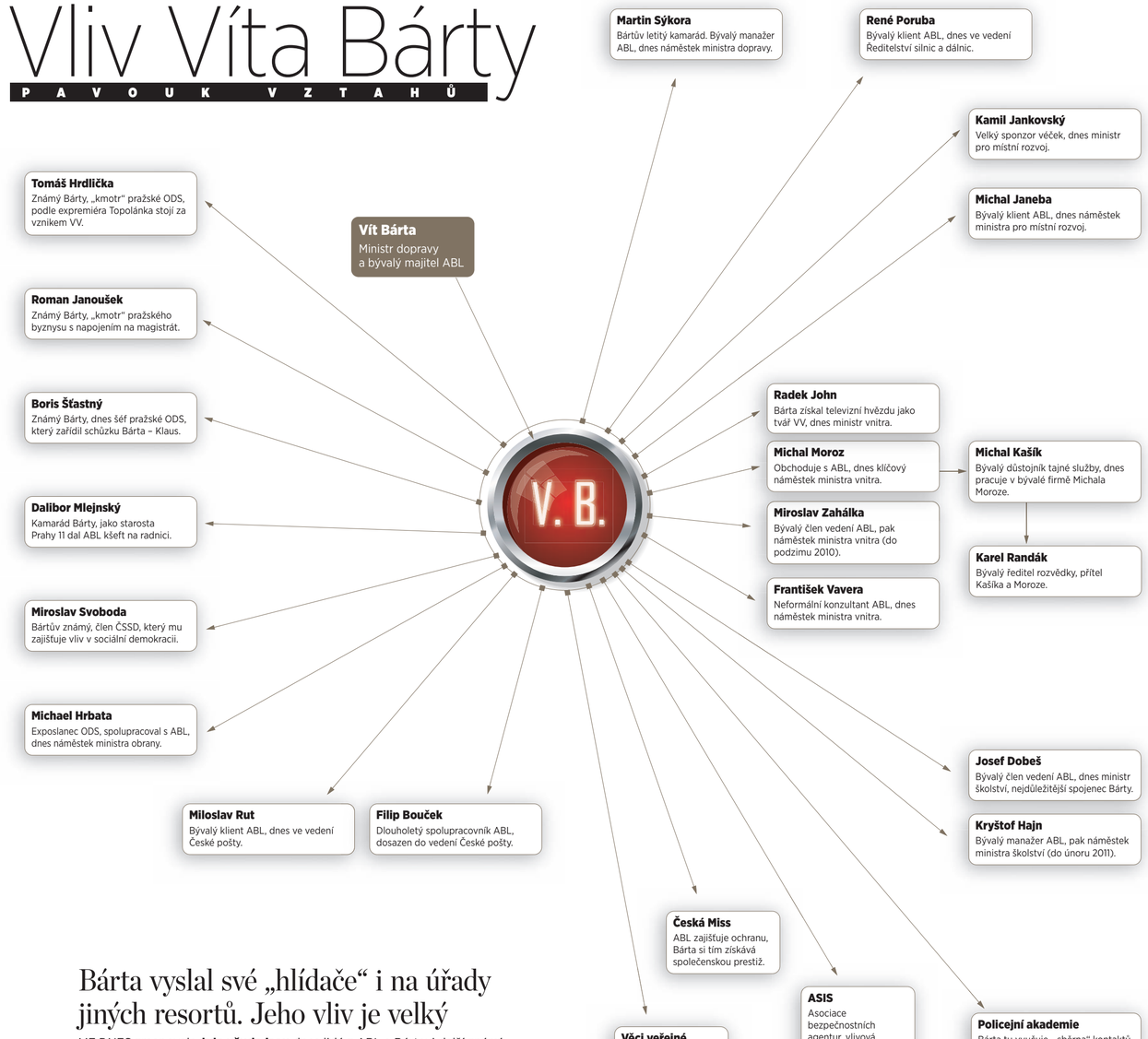
Prostředky:

– ABL, ekonomická základna moci v následujících letech vedená k maximální samostatnosti a depersonifikaci VB!!! NEPRODÁVAT

– VV, vlastní politická mocenská základna

Vliv Víta Bárty

PAVOUK VZTAHŮ



Bárta vyslal své „hlídače“ i na úřady jiných resortů. Jeho vliv je velký

MF DNES zmapovala, **kde všude jsou** dnes lidé z ABL a Bártovi další známí

PRAHA „V této republice stále platí: Čím více lidí znáte, tím jste bohatší. To je velká pravda.“ To jsou slova Víta Bárty, která pronesl v květnu 2007 na školení svých zaměstnanců ve firmě ABL. Uplynuly čtyři roky a Bárta je skutečně bohatší: o vlivné kontakty.

MF DNES zmapovala, kde všude má dnešní ministr dopravy a bývalý šéf agentury ABL své lidi. A pavouk vztahů (nad tímto textem) není zdaleka úplný. Jde jen o výběr nejzajímavějších vazeb. Bárta tuto síť vytvářel léta. Začal u lidí z ABL a pak pronikl i do jiných sfér veřejného života.

I po vstupu do politiky řídí Bárta své impérium jako soukromou firmu s několika holdingy. Bárta má dnes přímý vliv na čtyři klíčové vládní resorty. Ale vůbec se nespoléhá jen na ministry Radka Johna, Josefa Dobeše a Kamila Jankovského. Jako své „hlídače“ vyslal na vnitro Miroslava Zahálku (dříve člen představenstva ABL).

K Josefu Dobešovi na školství také exmanažera ABL Kryštofa Hajna. A i když tito dva své náměstkovské pozice nedávno opustili, nahradili je jiní. U Jankovského sedí náměstek Michal Janeba, bývalý klient ABL.

Náměstkem za ODS, anebo ABL?

Poměrně překvapivé je zjištění MF DNES, že Bártův člověk je i v resortu obrany. Je to náměstek Michael Hrbata. Přestože je to významný člen ODS, měl v minulosti četné a důvěrné vztahy s ABL. Agentura mu pomáhala v začátku jeho kariéry, když se etabloval jako odborník na terorismus. S Bártovými lidmi konzultoval své přednášky. Hrbata odmítá, že by byl prodlouženou rukou Bárty u ODS. „Nejsem členem Věcí veřejných. Jsem za ODS,“ řekl. „Ale je pravda, že se s Bártou znám už několik let. Ale jen pracovně. Dělal jsem problematiku bezpečnosti v parlamentu. On byl expertem Asisu (asociace bezpečnostních agentur). Ale teď už jsem ho neviděl dobrý tři měsíce,“ říká Hrbata.

A jestliže jste v poslední době zaregistrovali, že má Bárta blízko k názorům prezidenta Václava Klause, může to být i tím, že mu cestu na Hrad „umetl“ další jeho tajný spojenec z ODS – šéf poslanců Boris Šťastný. To je jedna z nejdůležitějších spojek Hradu do ODS, ale vlastně i do VV. Stejně důležitá je pro Bártu i linka na „velký pražský byznys“ a jeho kmotry. Tady lze vystopovat z minulosti důvěrné vztahy s lobbistou Tomášem Hrdličkou a bossem Romanem Janouškem.

V průběhu času však Bárta navazoval kontakty i s dalšími lidmi, kteří o něm nebo ABL neměli ještě před třemi lety ani tušení.

Mezi takové lze řadit třeba Pavla Teličku, bývalého eurokomisaře. Jeho firma má poradenskou smlouvu na ministerstvu dopravy. Bárta získal na svou stranu i ekonoma a bývalého člena Topolánkovy skupiny expertů NERV (Národní ekonomické rady vlády) Pavla Kohouta. Jako zástupce VV je teď v dozorčí radě Českého aeroholdingu, kam chce vláda vložit majetkové účasti státu v Českých aeroliniích a ve společnosti Letiště Praha. Pro Bártu jsou – pokud jde o vliv – důležité ještě tři „státní subjekty“ Česká pošta, České dráhy a Ředitelství silnic a dálnic. I tady najdeme jeho známé. Do kategorie nových lidí Bárty lze zařadit i politologa Jan Kubáčka, jenž nyní radí Radku Johnovi. **Jaroslav Kmenta**

Metody VB: infiltrace, holky a špehování

Důležité upozornění na úvod: tento text není žádná mystifikace. Vychází z autentických zvukových záznamů, které si můžete poslechnout na iDNES.cz. Autorem klíčových výroků o metodách, **jak si získávat přízeň klientů**, je bývalý majitel agentury ABL a dnešní člen vlády.

Je květen roku 2007 a Vít Bárta svolává do zasedací místnosti své bezpečnostní agentury mimořádnou poradu. Jde vlastně o školení, během kterého chce Bárta naučit klíčové manažery správnému jednání s klienty. Aby uměli rychleji získávat zakázky.

Bárta působí uvolněným dojmem. A „odhazuje“ i jakoukoli přetvářku. Ke svým manažerům, jichž je v místnosti asi dvacet, mluví otevřeně, protože chce, aby se zlepšili a byli ještě dravější než dosud. Jen tak má firma šanci se rozrůstat a získávat další stomilionové zakázky. Bárta se na ně rozhodl přenést všechny své dosavadní zkušenosti.

Manažeři, mezi nimiž sedí třeba i Václav Láska, bývalý elitní detektiv a později vysoký představitel protikorupční organizace Transparency International, mu odezírají z úst. Posluchači ani nedutají.

Bárta tehdy zformuloval něco, co je dnes důležité vědět pro pochopení jeho uvažování a přístupu k životu. Je totiž velmi pravděpodobné, že si tohle všechno přenesl i do politiky a veřejného života.

„Nasadit někoho na klienta“

Vít Bárta svým lidem vysvětlil, že musí své potenciální zákazníky špehovat a sbírat na ně kompromitující materiály.

„A ještě jednu metodu, kterou jsme v ABL moc nevyužívali, vám řeknu. A jsme hloupí, že to neděláme,“ začal klíčové téma Bárta. „Já si naprosto dokážu představit, že když mám opravdu velkého zajímavého zákazníka – a teď říkám extrém – že na něj na dva dny nebo na týden posadíme někoho, abychom věděli, kde je, co dělá, s kým se stýká. A potom se pokusíme infiltrovat natvrdo do toho jeho prostředí. Já si to dokážu představit, že to uděláme. Že provedeme výslovně infiltraci do jeho prostoru. Jsou zákazníci, u kterých tomu dám z fleku zelenou,“ řekl.

Detektivové ABL měli v té době za sebou již několik akcí, kdy sledovali politiky v Praze 1 a Praze 11, ale totální „výsadek“ do prostředí případného zákazníka tak často nedělali. „Pokud nemáte zmapovaného zákazníka, nemůžete ho ovládat,“ vysvětlil Bárta. Podle Bárty se musí vědět, co klienta baví nebo na co je hrdý. „Je potřeba člověka nechat vykecat. Musíte mu umět naslouchat. Jen tak uděláte byznys… Ale klienta je potřeba i znát. Nemusíte vědět, jak velkého ... má bezpečnostní manažer, ale vědět, že ho má podprůměrně malého a že z toho má problém, je pro řízení takového člověka velmi důležité,“ poučil kolegy Bárta.

„Holky, ty se vyplácí“

Jak si člověka nejlépe naklonit? Bárta nejdříve vyjmenoval klasické prostředky: zajít s ním na oběd, na sportovní utkání nebo do divadla. Ale jedno velmi podtrhl: „Ano. Řekněme si to stručně a upřímně: holky. To je široké pole působnosti. A to se setsakramentsky vyplácí.“

Podřízení to pochopili tak, že mají v případě zákazníka-muže najít vhodnou příležitost a zajít s klientem buď do nevěstince, nebo mu zařídit milou společnost, třeba jen hostesku. V takovém případě nemusí jít vůbec o sex. Hezká společnice vytvoří dobrou náladu a navodí příjemnou atmosféru. Pak se daleko lépe uzavírají dohody a přátelství v byznysu.

Bárta se velmi rád obklopuje krásnými ženami. Ve Věcech veřejných se z toho stal marketingový prostředek – blondýny na plakátech jako lákadlo na voliče.

V agentuře ABL dokonce existoval propracovaný způsob výběru půvabných dívek. Na „pozici hostesky“ se vyhlásilo výběrové řízení a Bárta jako předseda komise dívky vybíral. Skoro jako v soutěži o královnu krásy.

Hostesky také dostávaly záludné otázky a měly rovněž ukázat, co v nich je. Mimochodem: ABL již několik let zajišťuje ostrahu a bezpečnost akcí spojených s výběrem České Miss a jedna z vítězek z roku 2006 Renata Langmannová pracuje v marketingovém oddělení ABL.

I ona působí jako magnet na klienty. Když se jednou objevila na večírku, kde byli i dva bossové radnice Prahy 11, starosta Dalibor Mlejnský a radní Jiří Janeček z ODS, ABL zajistila, aby se s nimi Langmannová vyfotila. Z dostupných fotek je zjevné, že to oba politiky potěšilo. (Mlejnský drží missku kolem pasu a oba se vedle ní culí jako malí kluci.)

Agentura ABL získala v Praze 11 od roku 2007 několik zakázek celkem za třicet milionů korun. Vábení s Langmannovou bylo jen drobnou epizodou.

Daleko větší přínos byl, že ABL pak špehovala v Praze 11 všechny Mlejnského oponenty, takže měla dokonalý přehled, kdo by chtěl spřízněnému starostovi škodit. Kdyby Mlejnský skončil, přišla by Bártova firma o zakázky.

„Pořád se omlouvejte. Pořád“

Ale vraťme se ke školení. Bárta tvrdí, že „je spousta zákazníků, kteří si nevezmou úplatek“.

„Ale všichni zákazníci, když mají problém a vy jim nabídnete, že jim ho umíte vyřešit, tak to čistě z lidských důvodů neodmítnou. Naše typická přednost, kterou umíme nabídnout, je, že máme vlastní advokátní kancelář. A naše advokátní kancelář zastupuje už několik našich zákazníků. To nám silně pomáhá. Dokonce víc než jakékoli nadstandardní vztahy,“ popsal Bárta další strategii klientelismu.

A další službičku, kterou Bárta prosazuje? „Musíte umět nabídnout vybraným lidem práci. To je skvělá cesta, jak se jim dostat pod kůži. Je to elegantní způsob,“ navrhl. A s ďábelským úsměvem na tváři dodal, že se to dá využít i k odstranění neposlušného klienta. „A když si s klientem nevíte rady, nabídkou zaměstnání ho můžete odevakuovat jinam. Práce s klientem, to je architektonická práce,“ řekl zálibně.

A jak začínat jednání s lidmi? „Já vám řeknu typickou věc, která patří k mé profesionální deformaci, ale na které stojí půlka mého osobního a obchodního úspěchu: Já se neustále zákazníkům omlouvám. Za blbosti. Já když přemýšlím, že někomu zavolám, tak si nejdříve vymyslím důvod, za který se mu omluvím.“

Jaroslav Kmenta
investigativní reportér MF DNES

Akce Mára aneb jak ABL sledovala Dalíka a Topolánka

MF DNES získala **videozáznam o sledování** bývalého poradce expremiéra Mirka Topolánka Marka Dalíka. Skryté nahrávky pořídili detektivové ABL

PRAHA Marek Dalík byl poradcem a důvěrným přítelem bývalého premiéra Mirka Topolánka. „Infiltrovat“ se do jeho prostředí a vědět, co dělá a s kým se stýká, bylo nanejvýš důležité. Dalo se od toho odvodit, co chce dělat Topolánek.

Dnes víme, co dělal Marek Dalík v úterý 24. dubna 2007. Dalík odjel na půl druhou do hotelu Hilton, kde se setkal s mediálním bossem a vlivným lobbistou Michalem Voráčkem. Za necelou hodinku se přemístil do luxusní restaurace Kogo v centru Prahy, kde se scházejí nejmocnější lobbisté a byznysmeni v zemi. A za další dvě hodinky přešel ulici a sedl si na drink do Obecního domu. Tentokrát mu dělal společnost šéf finanční skupiny Penta Marek Dospiva.

Dalík měl na sobě světlý oblek a do růžova laděnou košili a kravatu. Jak to víme? Viděli jsme záznam o sledování Dalíka, které tehdy vedli detektivové ABL.

MF DNES má nahrávku k dispozici. Detektivové to nazvali Akce Mára. A pro své šéfy z ABL připravili sestřih klíčových ukázek. Snímek sestříhaný ze sledování trvá necelé dvě minuty a detektivové ho opatřili poznámkami „Schůzka v restauraci Kogo ve společnosti dvou mužů“ nebo „Mára s mužem v Obecním domě“.

MF DNES pustila záznam Dalíkovi. „My jsme tušili, že nás ABL šmíruje. Ale tenhle záznam vidím poprvé,“ řekl k tomu Dalík. A pak komentoval záběry z kamery: „S Voráčkem v Hiltonu? Aha. Tak to jsme asi řešili mediální záležitosti. Jo, a tady v tom Kogu sedím s mým dlouholetým kamarádem Jaroslavem Veverkou a podnikatelem Janem Demjanovičem (šéfem Severočeských dolů – pozn. red.).“

A po podrobném prozkoumání záznamu sám Dalík upozornil, že v Hiltonu byl nejspíš i jeho šéf Topolánek. Na záznamu je v krátké sekvenci vunitř Hiltonu opravdu vidět postava nápadně se podobající komíhavé a typické chůzi Topolánka. I jemu jsme proto záznam pustili.

„Jo, máte pravdu. Nejspíš jsem to já. Ale takových schůzek jsem měl mnoho. Takže už nevím, o čem přesně byla tehdy řeč,“ řekl expremiér. A i on připouští, že věděl o aktivitách agentury ABL. „Již jednou, když se objevily snímky z mé dovolené v Toskánsku, jsem uvedl, že na mě ABL sbírá kompromitující materiály. To, co dnes vidím, mě tedy nepřekvapuje,“ řekl.

Topolánek: Věděl jsem o nich

Kdo si podle něj mohl sledování objednat? „Nechci přilévat olej do ohně. Takže vám k tomu nic neřeknu. Vše, co bych uvedl, by byly jen dohady a spekulace. A já už chci mít klid a normálně žít,“ prohlásil.

Topolánek to říkat nechce, ale z jeho slov je patrné, že měl na mysli vnitrostranický boj, který tehdy v ODS panoval. Na jedné straně stál Topolánek a na druhé tehdejší šéf pražské ODS Pavel Bém, za nímž stáli vlivní lobbisté a „kmotři“ Roman Janoušek a Tomáš Hrdlička.

Kdo si sledování Dalíka (a Topolánka) tehdy objednal, není možné zjistit. Ale jestli platí to, co říkal v roce 2007 majitel ABL Vít Bárta na školení svých zaměstnanců o infiltraci klientů, nemusíme za tím hledat složité manévry. Třeba objednavatel ani není. Třeba to ABL dělala sama pro sebe…

Podobně jako tomu bylo v případech v Praze 11 a v Praze 1. MF DNES už detailně zmapovala, jak se špehovali politici na „jedenáctce“. A výsledek? ABL tam pak získala zakázky. A jak to bylo v Praze 1? Tady ABL sledovala v roce 2006 údajně nekalé praktiky tehdejších starostů z ODS a výsledky pátrání předávala jako tipy na články do propagačního časopisu Věcí veřejných Pražan. Výsledek se dostavil zanedlouho. Bártovy Věci veřejné zde hned poté zaznamenaly největší úspěch v komunálních volbách. Staly se druhou nejsilnější stranou s 22 procenty hlasů.

Jaroslav Kmenta, Václav Dolejší

V hlavní roli Dalík Na záznamu skryté kamery detektivů ABL Marek Dalík (menší muž zcela vlevo) v hotelu Hilton s tehdejším premiérem Mirkem Topolánkem a krátce poté Dalík (v růžové košili) před hotelem.