

Mezi penězi a reputací

Velké firmy vynakládají nezanedbatelné peníze na posílení svého image, ale za jistých okolností pro ně mohou peníze znamenat více než dobrá pověst. Společnost BP je za svůj postup v Mexickém zálivu kritizována zejména proto, že údajně staví zisk nad povinnost poskytovat pravdivé informace a vypořádat náhradu škod. Pokud jde o domácí kontext, poté, co si Zdeněk Bakala z RPG zneprátlil ČSSD neuznáním předkupního práva nájemníků bytů původního OKD, musel se prostě v průběhu volební sezóny pokusit o její politické „vytěsnění“. ArcelorMittal Ostrava – jak se ukazuje v jeho sporu s minoritními akcionáři, kteří náhradou za vyklizení cesty většinovému vlastníkovi požadují navýšení ceny za akcii ze 4 000 na 7 000 Kč – si podle všeho cení své pověsti na 1 miliardu korun. Protože firma vypouští na veřejnost jen minimum informací, veřejnost se přiklání na stranu „[greenmailerů](#)“. Čtenáři nechť porovnejí tyto kauzy s případem PPF: když v roce 2005 potřeboval vytěsnit minoritní akcionáře České pojišťovny, vyplatil jim 40% bonus nad tržní hodnotu akcií. Jeho reputace od té doby vzrostla o zhruba 40%.



Greetings from the
Czech Republic?

Use stamps with
Alfons Mucha's
artworks

“E” for Europe
“Z” for Worldwide

Available at Czech
post offices



Česká pošta