

# ZANIMANJE - LOBIST

## Kako lobirati za kompaniju ili državu i zastupati pravilno njihove interese

Lobisti su priznati konzultanti koji godinama djeluju na tržištu i imaju niz poznanstava i iskustava

LIDIJA KISELJAK

**K**ada se u našoj zemlji spomene zanimanje lobist, odmah se pomisli na osobe koje "prodaju maglu" i izvlače novac, a u stvari ili ne naprave ništa ili imaju dobra poznanstva, odnosno prave ljude na pravoj poziciji, što je dovoljno da ostvare posao. No, sigurno će se i to uvriježeno mišljenje kod nas morati promijeniti, znajući da velik broj međunarodnih kompanija angažira svoje lobiste, štoviše, neke imaju i vlastite lobističke urede, te da primjerice bez njihova znanja i sposobnosti niti jedna zemlja članica EU nije izborila bolje uvjete u pregovorima.

– Vratimo li se samo nekoliko godina unazad, prisjetit ćemo se primjerice kancelara Kohla, Kinkela, Genschera ili pak Chiraca, koji su za vrijeme Domovinskog rata zastupali interese kompanija iz svojih zemalja, a koje su namjeravale ući na hrvatsko tržište – prisjeća se konzultant Mate Granić, u to vrijeme ministar u Vladi, a danas vlasnik konzultantske i lobističke tvrtke Magra.

Granić je u lipnju izabran za prvog predsjednika Hrvatskog društva lobista, prve udruge u Hrvatskoj i široj regiji koja okuplja ljude što se bave lobiranjem. HDL sada ima oko 50 članova.

– Cilj Hrvatskog društva lobista jest donošenje zakona o lobiranju te uvođenje obveznog registra lobista pri Saboru i Vladi. Želja nam je da ova legitimna i potpuno legalna profesija i u nas dobije bolji status. Nama su potrebni dobri lobisti koji će zastupati interese na domaćoj i međunarodnoj razini – tvrdi Granić.

Najveći broj lobista u Hrvatskoj su poznati konzultanti, no razlika je u tome što su konzultanti eksperti u svom poslu, dok je lobiranje šira komunikacijska djelatnost, vezana za zagovaranje nekog projekta ili određene javne politike. Obavljajući svoj posao lobist može surađivati s više eksperata stvarajući tim stručnih ljudi koji moraju riješiti određeni problem

za svoga klijenta.

Marijan Kostrenčić, vlasnik konzultantske kuće Intel, počeo je raditi kao konzultant početkom devedesetih godina, kada je i to, kaže, bio utopistički posao. No, kako objašnjava, u poslu pravnog i poreznog savjetnika koji je obavljao pojavila se potreba za lobiranjem. I to je najčešće tako.

### Potrebna širina znanja

– Jer sam primjerice kod privatizacije ENT morao ući u dublja saznanja o tehnologiji. Počeo sam kao pravni konzultant, a s obzirom na to da su trebali osobu sa širim saznanjima, počeo sam raditi i na ostalim poslovima privatizacije, počevši od objašnjavanja plana Ericssona u Nikoli Tesli. Posao je umjesto u planiranih šest mjeseci bio gotov u tri godine, a u tom sam vremenu bio prisiljen naučiti o telekomunikacijskoj struci. Daljnji mi je angažman primjerice bio posao lobiranja za ulazak Mobilcoma u Hrvatsku. I dok je Kostrenčić osoba za ovih dana aktualan OMV, za drugu bitnu naftnu kompaniju na tržištu, MOL, interese zastupa Jasminko Umičević.

– Često se u naftaškim krugovima čuje "Moji Mađari", jer mene ljudi povezuju s MOL-om. Sedam godina radio sam u Mađarskoj i s Davorom Šternom bio sam jedini od predlagača povezivanja INA-e i MOL-a. Kroz posao kojim ste se bavili u prethodnom razdoblju steknete poznanstva i kontakte, kao što sam ja stvorio u naftnom biznisu radeći prijašnjih godina u INA-i. Pa kada za vas znaju, tada se mogu i mijenjati direktori, ali je vama pristup omogućen. Kompanija u stvari definira što želi, a ostali je dio posla na konzultantu, odnosno lobistu – kaže Umičević. – Primjerice – spominje Granić – moja konzultantska kuća osigurala je susret Todorića i makedonskog potpredsjednika, nakon čega je Todorić javno iznio želje ulaganja u tu zemlju. Ostali dio posla je na nama. Činjenica je da se niti jedan ozbiljan posao danas ne radi bez lobista – tvrdi Granić. Najčešće se i zna za koga lobi-

sti rade, kao što primjerice Marijan Kostrenčić godinama radi za Ericsson i OMV, Jasminko Umičević za MOL, a Mate Granić za Croatiju osiguranje i Dalmacija cement Cemex, itd. Uvijek se radi s potpisanim ugovorom i u vezi s tim nema pregovora.

Niti jednom ozbiljnijem lobistu ili konzultantu nije u interesu da se uz njegovo ime veže loš imidž.

Natko Vlahović, glavni tajnik Hrvatskog društva lobista i akreditirani lobist HOK-a u Europskom parlamentu, s lobiranjem se prvi put susreo u UN-u, pa zatim na američkom kongresu u Washingtonu, gdje je jedno vrijeme radio u hrvatskoj diplomaciji. U Washingtonu su i najveće lobističke kuće.

– Jedan mi je američki lobist rekao da je vrijednost lobista u tome da zna gdje leži stvarna moć te da je u stanju kreirati aktivnosti koje će utjecati na taj centar moći. Ako plaćate nekoga za taj posao, lobist će skratiti put do glavnih ljudi koji donose odluke. U teoriji to izgleda jednostavno, ali u praksi je potrebno vrijeme i velika sposobnost da se na nešto utječe. Najgore je da organizacija kasni s uključivanjem u lobiranje i želi nadokna-

diti izgubljeno vrijeme. Ponekad je to nemoguća misija.

Kaže se da u Bruxellesu ima oko pet i pol tisuća akreditiranih lobista, odnosno oko 15.000 onih koji su uključeni u lobiranje na razne načine. Hrvatska trenutačno raspolaže s njih troje. Procjenjuje se da lobistička industrija u Bruxellesu generira oko 90 milijuna eura prihoda godišnje.

### Za EU i NATO trebaju lobisti

– Lobiranje u Bruxellesu nije isto što i lobiranje u Zagrebu na Markovu trgu. Naime, europsko lobiranje prvenstveno je stručno i zahtijeva tehničku pripremu, dok je, u osnovi, nacionalno lobiranje dominantno političko. Dakle, dominiraju dobre veze s političkim elitama. To je nepisano pravilo, koje potvrđuje dugogodišnji rad. Onaj tko lobira za neko pitanje, mora odlično poznavati ljude, institucije i način donošenja odluka u tim institucijama. Očekujem da će vrlo skoro sve domaće ambicioznije kompanije početi zapošljavati "in house" lobiste ili lobističke tvrtke, jer se bez toga neće moći proširiti na nova tržišta i utjecati na važne odluke u Uniji i regiji – tvrdi Vlahović.

Hrvatskoj je trenutačno lobiranje prije svega bitno zbog ulaska u EU, ali i NATO savez. Uključivanje Hrvatske u ova dva međunarodna sustava radikalno će promijeniti potrebu za modernim načinom lobiranja i zastupanja političkih i gospodarskih interesa naše zemlje.

To nikako ne treba shvatiti kao kratkoročnu priliku, nego je potrebno ulagati u razvoj, stručnost kadrova i rezultati će sigurno doći.

– Uzmite dva vrlo aktualna lobistička slučaja, kvote za šećer i brodogradnju, gdje se može puno napraviti. Osobno sam radio na pitanju kvota za šećer i uspjeli smo dobiti od EK povoljne kvote za daljnji izvoz hrvatskog šećera u EU. U jednom trenutku izgledalo je da će naša proizvodnja biti ugrožena i da će se morati ugasiti radna mjesta u hrvatskim šećeranimama. Zato je bitno da domaći

### SUDIONICI



**Mate Granić**, predsjednik Hrvatskog društva lobista i konzultantske i lobističke tvrtke MAGRA



**Natko Vlahović**, tajnik HDL-a i akreditirani lobist HOK-a u Europskom parlamentu



**Marijan Kostrenčić**, vlasnik konzultantske tvrtke INTEL



**Jasminko Umičević**, direktor tvrtke Oil and Gas Consulting, London



**Dubravko Miholić**, suvlasnik tvrtke Hauska i partneri i glavni tajnik Hrvatskih izvoznika



Radio sam na projektima u koje sam vjerovao i onda je to lakše, iako zahtijeva znanje raznih struka.

**Marijan Kostrenčić**, vlasnik konzultantske tvrtke INTEL



Sudionici okruglog stola su lobisti koji imaju godine iskustva u konzultantskim poslovima, a svoje su znanje proširili na lobiranje



Članstvo u NATO savezu otvara vrata za različite poslove, pa zato domaće tvrtke koje vide šansu poslovanja na NATO tržištu moraju imati lobiste koji će ih pripremiti za sustav nabava.

Natko Vlahović, glavni tajnik HDL-a i akreditirani lobist HOK-a u EP

menadžeri shvate da se ne mogu sami izboriti za takvo što, pa tako niti sami ući na tržište NATO-a – kaže Dubravko Miholić, suvlasnik tvrtke Hauska i partneri te glavni tajnik Hrvatskih izvoznika.

– Lobisti ne mogu zamijeniti ni Vladu ni Sabor, niti to žele, ali postoje pregovaračka poglavlja gdje iskustva nekih od nas mogu biti jako korisna – kaže Granić.

– Dovoljno je pogledati uspješno lobiranje austrijskih kompanija u jugoistočnoj Europi, a pogotovo u Hrvatskoj. Austrijanci imaju globalnu gospodarsku strategiju i njihove banke, građevinske i telekomunikacijske kompanije krenule su odmah nakon pada Berlinskog zida u ekspanziju prema istoku – kaže Kostrenčić.

Iako su tek sada odlučili osnovati udrugu i zalagati se za prav-

ni okvir, lobisti-konzultanti kod nas postoje dulji niz godina, a osim zastupanja stranih kompanija koje imaju interes ulaganja u našu zemlju, sve zapaženija im je uloga lobiranja za domaće kompanije koje se odlučuju na širenje u regiji.

Sudionici okruglog stola na kraju zaključuju da lobiranje nikako nije korupcija, nego način da se ona spriječi te da se s valjanom argumentacijom prezentiraju sve okolnosti vezane za neku poslovnu ili političku odluku za koju se lobira.

I tvrde da će njihovo zanimanje kod nas zasigurno još neko vrijeme imati negativan prizvuk, ali kako napominje Umičević, razlog tomu možda je taj što se kod nas tako gleda na sve koji su nešto postigli.

## ZAKLJUČCI

**1** Marijan Kostrenčić: Lobist mora znati prezentirati argumente druge strane, kako bi se znali dobri i loši elementi, te što drugoj strani smeta. Odnosno istinito i uvjerljivo reći što druga strana želi i može. Lobist treba biti informiran i upućen u više struka.

**2** Jasminko Umičević: Kroz posao kojim ste se bavili u prethodnom razdoblju steknete poznanstva i kontakte, te iskustvo i znanje koje onda možete prenijeti nekome drugome, čiji posao nije da mora znati sve. Primjerice ministru, čiji posao nije da zna sve.

**3** Mate Granić: Želja nam je da ova legitimna i potpuno legalna profesija i kod nas dobije bolji status. Hrvatskoj su potrebni dobri lobisti, koji će njezine interese zastupati na domaćoj i međunarodnoj razini.

**4** Dubravko Miholić: Domaći menadžeri trebali bi lobiste zbog pregovora s EU. Jer ih imaju i strani menadžeri, koji naše tržište vide šansom, te zato i angažiraju lobiste da im izlombiraju bolje uvjete poslovanja u našoj zemlji.

**5** Natko Vlahović: Lobiste bi mogli imati i branitelji ili umirovljenici, jer bi im oni osmislili strategiju i prioritete za rad prema Vladi i Saboru i njihov glas čuo bi se prilikom odluka vezanih za njihove probleme.

## Lobist mora biti informiran, znati struku i imati dobre argumente

Za kvalitetan lobistički rad nije potrebno samo poznanstvo, nego druge kvalitete, kao što je primjerice želja za upoznavanjem struke kompanije koja se zastupa, a potrebne su i organizacijske sposobnosti te jasna komunikacija s argumentima.

– Lobist treba prezentirati i neke argumente druge strane, da se znaju dobre i loše stvari i što smeta drugoj strani, dakle, istinito i uvjerljivo reći što druga strana želi i što može. Zatim, lobist mora biti dobro informiran, upućen u razne struke. Jer, nije dovoljno imati samo dobro poznanstvo. To je dovoljno samo za prvi razgovor, no već drugi nećete izdržati, jer više nemate argumente. Čovjek mora biti pošten prema objema stranama. Kod nas ima puno ljudi koji su preko rođaćkih linija došli do nekoga, pa prenose želje nekoga, koje i nisu u potpunosti točne, te zbog slabe komunikacije projekti propadaju – tvrdi Kostrenčić.

Nije nužno da se pozna osoba s kojom imate sastanak, ali vam vrata mogu otvoriti kompanije za koje radite. Jer, pretežno je riječ o respektabilnim kompanijama koje i ne bi uzele bilo koga da ih zastupa u interesima, odnosno da za njih lobira.

Jasminko Umičević

Osim što smo usredotočeni na neki posao ili kompaniju, možemo i doći ministru, koji i ne mora sve znati, te mu savjetovati zašto je nešto dobro ili ne. Jer, mi imamo iskustvo.

Dubravko Miholić

Neki menadžeri smatraju da im lobisti ne trebaju te da će za njih lobirati resorni ministar. To nije točno. I kompanije iz EU imaju lobiste, jer žele raditi kod nas pod povoljnijim uvjetima.