



Metode nagovaranja Poslovni ručak ili večera čisti su gubitak vremena, smatraju političari u Br

Male tajne suvremenih ma

MIHO DOBRAŠIN
miho.dobrasin@poslovni.hr

Uz lobističke aktivnosti često se vežu nelegalne radnje, pa je sve veći pritisak za jasnim definiranjem uloge lobista

Ako ste lobist u Bruxellesu i želite pridobiti tamošnjeg dužnosnika nipošto ga ne zovite na skupu večeru ili ručak. Taj način lobiranja jednostavno ne donosi rezultate. Naime, samo 2 posto donositelja odluka u institucijama Europske unije navodi kako je druženje uz skupa vina, losos i druge specijalitete korisno u osiguranju informacija o zakonima, uredbama i propisima na kojima rade. Čak i poslovni ručkovi, doručci i domjenci smatraju se gubitkom vremena, smatraju oni koje se pokušava lobirati.

Tako barem tvrde u Burson-Marstelleru, jednoj od vodećih lobističkih kompanija, koja je nedavno provela istraživanje o stavovima europskih političkih elita o lobiranju. Istraživanje je provedeno u 15 europskih zemalja i institucijama EU-a na uzorku od 500 ispitanika. Za razliku od raskošnih ručkova, sastanci 'licem u lice' znatno su učinkovitija tehnika lobiranja, smatra 40 posto ispitanika.

Kraj sumnjivih dogovora

Kakav god bio oblik lobiranja, odnosno utjecanja na onog koji donosi odluku, neophodna je transparentnost. Kako se uz lobističke aktivnosti često vežu nelegalne radnje, koje dovode do sukoba interesa onog na kojeg je lobiranje usmjereno, sve je veći zahtjev za jasnim definiranjem uloge ljudi koji se nazivaju lobistima. Na to upozorava 64 posto ispitanika, napominjući kako lobisti moraju predstaviti interese koje zastupaju bez razlike radi li se o privatnom ili javnom sektoru.

U Bruxellesu su se ovih dana prilično uzrujali nakon što je otkriveno kako su dužnosnici Europske komisije na račun kompanije Nike putovali na sportske utakmice. Naime, prije dvije godine dvojica pomoćnika bivšeg europskog povjerenika za trgovinu Petera Mandelzona otputovala su iz Bruxellesa u Pariz na prvu utakmicu svjetskog kupa u ragbiju. Naravno, Nike im je osigurao automobil dok su ih na pariškom stadionu čekala najbolja mjesta. Sam Peter Mandelson odobrio je ovaj aranžman. Uz napomenu kako se to nije smjelo dogoditi Europska komisija najavljuje stroža pravila

savjeti za lobiranje u Bruxellesu

1 Fokus na utjecajne osobe

Poznavati širok spektar ljudi s kojima je potrebno često razgovarati, ali se fokusirati na utjecajne osobe i donositelje odluka koji su ključni u pojedinom trenutku. Potrebno je potaknuti ljude da djeluju, odnosno tražiti saveznike i raditi unutar koalicija kad god je to moguće. Ad hoc koalicije te one usmjerene na specifični problem mogu biti jednako utjecajne, kao i dugotrajno partnerstvo.

2 Utjecaj kroz kreativnost i prepoznatljivost

Koristiti sve bitne komunikacijske kanale: digitalna informacija je najdostupnija i najvidljivija političarima, regulatorima i njihovima asistentima te utječe na njihovo razmišljanje. Važna kreativnost i prepoznatljivost.

3 Uvažavanje jezika, kulture i odnosa

Bitno je prepoznati i uvažavati europsku kulturu, jezičnu i misaonu raznolikost te je uzeti u obzir prilikom lobiranja. Nužno je imati na umu lokalnu, nacionalnu i europsku dimenziju političkih pitanja i postojećih odnosa između Bruxellesa i država članica.

4 Predstaviti interese licem u lice

Raskošni ručkovi i bogati domjenci sa onima na koje je lobiranje usmjereno nisu učinkoviti. Potrebno se fokusirati na druge odnose 'licem u lice' putem kojih se mogu izvući korisne informacije ili predstaviti interesi, kažu u anketi donositelji odluka.

5 Dokazi i argumenti

Poduprijeti političke argumente znanstvenom podlogom i neovisnim dokazima. Zapamtiti da se neće uvijek dobiti 100 posto od onoga što je zamišljeno - skloniji kompromisu pobjeđuju.



USKORO BI TREBAO BITI I OBJAVLJEN PRAVILNIK VEZAN UZ PRIMANJE PUTOVANJA I DAROVA U BRUXELLESU

za svoje zaposlenike, koje se očito često pokušava pridobiti na različite načine. Uskoro bi trebao biti i objavljen pravilnik vezan uz primanje putovanja i darova.

Istovremeno, Komisija sprema i stroža pravila za lobiste. Slijedom toga tražit će se detaljniji podaci o naknadama koje im plaćaju klijenti kao i dodatno pojašnjenje samog "lobiranja". Time bi dosadašnji dobrovoljni registar lobista u Bruxellesu trebao biti proširen, te osigurana veća transparentnost. Siim Kallas, europski povjerenik odgovoran za registar istaknuo je kako je više od 2100 organizacija upisano u registar, što je "veliki politički uspjeh". Pa ipak, brojni europarlamentarci time nisu zadovoljni već traže uvođenje obaveznog registra.

Upravo je nedovoljno definirana aktivnost i uloga lobista razlog zašto se u mnogim zemljama lobiranje smatra negativnom djelatnošću. Tako primjerice u Poljskoj samo 3 posto političkih elita smatra da ono pozitivno doprinosi demokraciji. S druge, pak, stra-

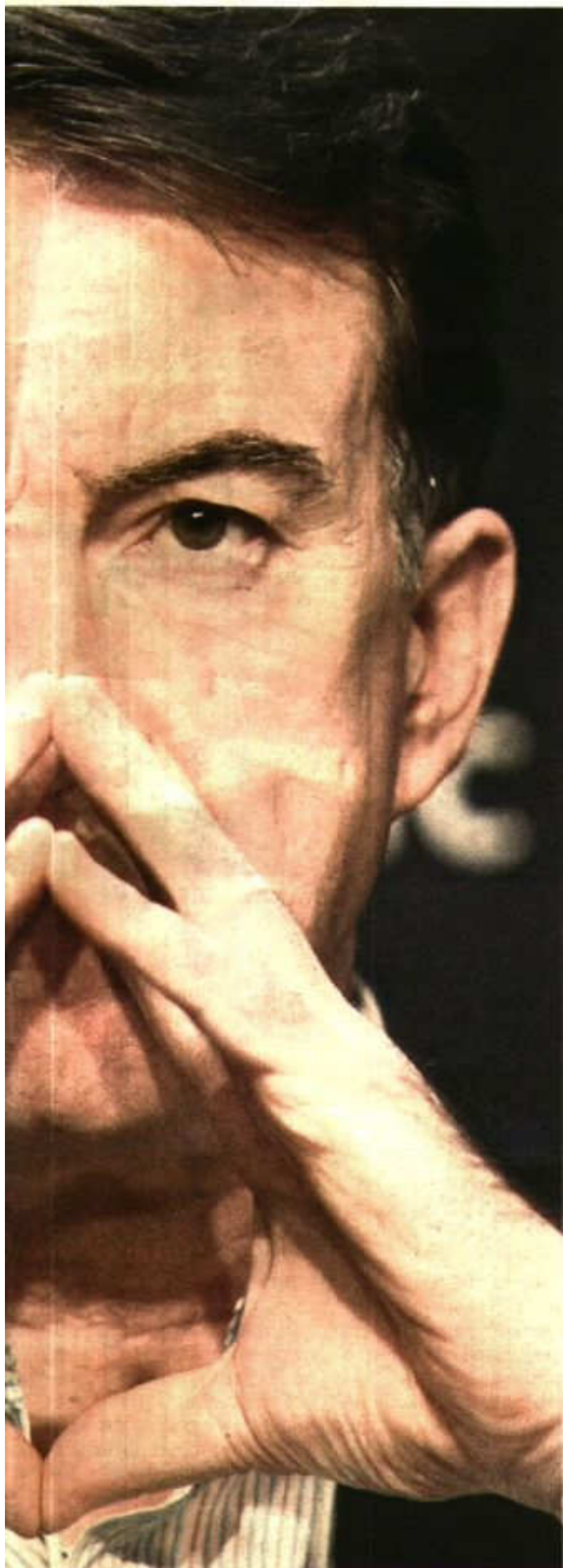


Peter Mandelson izazvao je skandal kada je sv



ellesu, na koje lobisti pokušavaju prenijeti svoj utjecaj

Majstora lobiranja



moćnike poslao na utakmicu, a put i ulaznice platio je Nike PD

ne istraživanje pokazuje kako 57 posto političara u Mađarskoj i Italiji vjeruje da lobiranje ima pozitivan učinak na demokratske procese.

"Ogromna razlika u percepciji lobiranja od strane političara u različitim europskim zemljama jasan je signal kako bi lobisti trebali nastupati u svakoj pojedinoj zemlji", izjavio je Jeremy Galbraith, predsjednik Uprave Burson-Marstellera.

Jedan od njegovih savjeta za uspješno lobiranje je prepoznati i uvažavati europsku kulturnu, jezičnu i misaonu raznolikost te je uzeti u obzir prilikom lobiranja. Nužno je imati na umu lokalnu, nacionalnu i europsku dimenziju političkih pitanja i postojećih odnosa između Bruxellesa i država članica.

Registracija lobista

Kakva je percepcija lobiranja među gospodarskom elitom u Hrvatskoj trebalo bi biti poznato krajem godine. Hrvatsko društvo lobista u suradnji sa Hrvatskom udrugom poslodavaca i Hrvatskim izvoznicima trenutno provodi istraživanje. Inače, formirana je radna skupina za izradu prijedloga Zakona o lobiranju u Hrvatskoj.

Natko Vlahović, glavni tajnik Hrvatskog društva lobista kaže - "Zalažemo se za obveznu registraciju lobista u Hrvatskoj što će uvelike doprinijeti prepoznatljivosti lobiranja kao legitimnog alata u borbi protiv korupcije, ali i legalnog načina da se utječe na odluke izvršne i zakonodavne vlasti".

Domaći lobisti, i oni koji se takvima smatraju, napominju da je preduvjet za razgovor sa stranom koju se želi pridobiti, nužna transparentnost interesa. Važno je, nadalje, biti dijelom procesa, odnosno najjednostavnije je utjecati na politiku u njenom začetku te ju je neophodno slijediti tijekom svih stadija njenog razvoja.

Lobisti savjetuju i da treba razmišljati politički, dakle identificirati fokus političke rasprave, vrijednosti i interese koji su uključeni, te potencijalnu osnovu za konsenzus. Naravno, neće se uvijek dobiti 100 posto od onoga što je zamišljeno, i to je potrebno imati na umu. No ukoliko se politički argumenti podupru neovisnim dokazima te znanstvenom podlogom, veća je vjerojatnost uvjeravanja. A da bi se do njih došlo potrebno je koristiti sve komunikacijske kanale, navedeno je među savjetima Burson-Marstellera. Kažu kako je neizostavan dio uspješnog lobiranja poznavanje širokog spektra ljudi, s kojim treba često razgovarati, te fokusiranje na utjecajne osobe. ♦