



Što smo bliže EU, više nam trebaju lobisti

Gost komentator

Interesi Hrvatskoj ne treba 20.000 lobista, ali su joj potrebni profesionalni lobisti koji će znati promicati specifične političke i gospodarske interese u zemlji i svijetu

Priče o lobiranju i interesnim lobijima svakodnevno se provlače hrvatskim medijima. Lobira se za sve i svašta, od poticaja za poljoprivredu preko poreznih olakšica, trgovinskih kvota pa do investicijskih projekata. Hrvatska je konačno pred završetkom pregovora s Europskom unijom i šest godina dug pregovarački posao došao je kraju. Pravna stečevina je usvojena, promijenili smo stotine zakona i osnovali nove agencije za rad s EU. I što sad? Što to znači za hrvatsku poljoprivredu, ribarstvo, bolnice ili sveučilišta? Kako će se stvari mijenjati i kojom brzinom? Koje će skupine dobiti EU novac i koliko? To su pitanja na koja mogu odgovoriti samo stručnjaci koje će Hrvatska trebati na svim razinama društva. U idućih pet godina vidjet ćemo puno detaljnije kako će se provoditi dogovorene aktivnosti, koje promjene će uslijediti i koji će učinak Europa imati na razvoj i životni standard građana.

Kome novac iz blagajne EU

No postoji i druga strana ove priče, a to je početak puno aktivnijeg i zahtjevnijeg sudjelovanja hrvatskog biznisa, politike, državnih institucija i agencija u procesu donošenja odluka, zakona i mnogih drugih pravnih akata koji će utjecati na položaj Hrvatske kako bi postala razvijenija i atraktivnija potencijalnim ulagačima. Hrvatskoj industriji, županijama, gradovima i općinama, ali i drugim akterima naglo će trebati osobe koje će moći artikulirati njihove interese prema europskoj administraciji kako bi se njihov glas čuo u moru tisuća drugih interesa. Lobiranje će postati izuzetno važan alat u ostvarivanju interesa, a teška i često zatvorena vrata moći će otvarati samo iskusni lobisti.

Da bi Hrvatska što više profitirala od završetka pregovora s EU, hrvatska Vlada zajedno s drugim institucijama trebala bi pokrenuti međunarodnu političku i gospodarsku ofenzivu te jaku komunikacijsku kampanju u stranim medijima kojom će se objasniti što se promijenilo u Hrvatskoj, na koji način i koje su naše komparativne prednosti pred ostalim zemljama u regiji.

Uskoro će se postaviti pitanje kako država namjerava raspodijeliti novac iz strukturnih i kohezijskih fondova EU te koja će područja dobiti najviše sredstava i za koje projekte. Regionalna politika i infrastruktura tradicionalno su najviše profitirali, ali i poljoprivreda je dobila velik dio kolača iz blagajne EU. Na operativnoj razini središnja država imat će nove zadaće u administriranju projekata i spuštanjem novca na jedinice regionalne i lokalne samouprave. EU-lobisti u ovom će dijelu imati važnu ulogu jer će morati argumentirano surađivati s hrvatskom i europskom administracijom kako bi se realizirali složeni međunarodni projekti čija priprema traje dvije godine.

Lobisti će se baviti zastupanjem partikularnih interesa specifičnih skupina koje će htjeti utjecati



U POJEDINIM PITANJIMA ZA INTERESNE SKUPINE U HRVATSKOJ VEĆU ULOGU OD ZAGREBA IMAT ĆE BRUXELLES

NATKO VLAHOVIĆ
 glavni je tajnik Hrvatskog društva lobista i akreditirani lobist HOK-a u Europskom parlamentu

na Vladine odluke. Skupina koja zagovara da Vlada iz proračuna izdvoji više sredstava za oboljele od raka imat će veće simpatije javnosti nego privatna kompanija koja lobira za dobivanje koncesije ili posao s državom. Oba slučaja su legitimne akcije, ali strategije i metode kojima će se koristiti skupine bit će različite.

Kanali za pritisak

Primjeri lobiranja o zakonu o HRT-u, zakonu o golfu ili nekim drugim nedavnim zakonskim inicijativama pokazuju da lobiranje postaje sve više "sadržajno", a ne samo političko. Za uspješnu lobističku kampanju više nije dovoljno "poznati" premijera ili predsjednika države, već je potrebno razraditi širu metodologiju djelovanja, strategije i tehnike koje će obuhvatiti puno više točaka i kanala za pritisak. Hrvatska ulazi u fazu modernijeg i profesionalnog zagovaranja interesa. Interesne skupine u Hrvatskoj više neće moći izboriti sve svoje ciljeve u Zagrebu, veliku ulogu u pojedinim pitanjima imat će Bruxelles i službenici u Europskoj komisiji. Predsjed-

NEPOSTOJANJE JAVNOG REGISTRA LOBISTA ONEMOGUĆAVA VLADI DA ZNA TKO ZA KOGA LOBIRA

nik Barack Obama prije dvije godine odlučio je zabraniti sudjelovanje lobista u upravnim tijelima državnih agencija, no ubrzo je uveo izuzeća jer je iz prostora donošenja odluka izbacio često najstručnije i najiskusnije osobe koje znaju probleme i mogu pridonijeti kvalitetnim rješenjima.

Lobisti su sastavni dio svakoga demokratskog sustava jer u ime svojih klijenata i institucija za koje rade tumače političko odlučivanje i savjetuju koje su najbolje opcije da se ostvari neki cilj. Tom Boggs se 1967. godine registrirao kao savezni lobist u Washingtonu, bio je 67. na listi. Danas, četrdeset i pet godina kasnije, u Washingtonu je registrirano blizu 20.000 lobista, a Tom Boggs je vlasnik najveće odvjetničko-lobističke tvrtke u Americi. On je čvrsto uvjeren da je lobiranje časna profesija koja ima sigurnu budućnost. Objasnjava to jednostavnim zaključkom: "Nećeš operirati srce bez intervencije najboljega kirurga; lobisti znaju što Vlada radi i kako se na nju može utjecati. Bez lobista ne možeš ništa ostvariti u Washingtonu."

Organiziranje kampanje

Profesionalno lobiranje u Hrvatskoj je mlada profesija koja iz mjeseca u mjesec ima sve veću važnost i ulogu. Kriva je procjena da lobiste koriste samo tvrtke za ostvarenje svojih privatnih interesa. Lobisti rade za mnoge nevladine organizacije, pomažu sveučilištima, bolnicama, istraživačkim institutima, pa čak i vjerskim i karitativnim ustanovama koje traže nešto od vlasti ili suraduju s Vladom. Velik broj udruga i interesnih skupina u Hrvatskoj (od umirovljenika preko branitelja do predstavnika lokalnih i poslovnih interesa itd.) imaju opravdane zahtjeve prema Vladi, ali nisu u stanju organizirati sofisticirane kampanje koje će povećati njihov utjecaj, ali u konačnici pomoći Vladi da dođe do kompromisnih rješenja koja će ubrzati razvoj, rast i zapošljavanje.

Uspješno lobiranje zahtijeva rad s donositeljima odluka (političarima, političkim strankama, dužnosnicima), medijima, istraživačima, reklamnim i PR agencijama. Svi oni izravno ili neizravno sudjeluju u procesu donošenja odluka. Nedostatak za ovakvo djelovanje je nepostojanje javnog registra lobista u Hrvatskoj, što onemogućava Vladi da zna tko lobira za koga te da se uvede veći stupanj transparentnosti i šire konzultacije u zakonodavnom procesu.

Međutim, europska administracija nametnut će drukčiju dinamiku koja će tražiti veće sudjelovanje predstavnika civilnog društva i biznisa u donošenju odluka. Hrvatskoj ne treba 20.000 lobista, ali su joj potrebni profesionalni lobisti koji će znati promicati specifične političke i gospodarske interese u zemlji i svijetu i tako se oduprijeti jakoj lobističkoj konkurenciji izvana. Lobiranjem se mogu pokrenuti pozitivne promjene od kojih će koristiti imati cjelokupno društvo.