

Natko Vlahović:
Prva smo firma
koja je upisana u
hrvatski Registar
lobista

RANKO ŠUVAR/CROPIX



U OVOM POSLU NEMATE PRAVO NA GREŠKU

HRVOJE PRNJAK

P

rva firma koja je upisana u hrvatski Registar lobista je – Vlahović grupa. Njezin osnivač i direktor **Natko Vlahović** preuzeo je Vlahović grupu 2012. godine od oca, koji je tvrtku osnovao još 1990. Vlahović mladi započeo je svoju profesionalnu karijeru 1999. u Veleposlanstvu RH u Washingtonu, radeći na promociji hrvatskoga gospodarstva. Od 2005. do 2011. bio je voditelj Ureda Hrvatske obrtničke komore (HOK) u Bruxellesu. U toj ulozi bio je i glavni predstavnik i lobist Komore u institucijama EU-a i prvi lobist nekog hrvatskog poslovnog udruženja registriranog u Europskom registru transparentnosti u Bruxellesu. Učio je i od, kako rado kaže, “jednog od najpoznatijih američkih lobista, osnivača veli-

ke pravne i lobističke tvrtke Patton Boggs (danas Squire Patton Boggs), **Thomas Halea Boggsa**”. Višegodišnji kontakti u SAD-u razlog su zbog kojih je Vlahović bio pozvan i na nedavnu predsjedničku inauguraciju **Donalda Trumpa** u Washingtonu. Vlahović mladi godinama je najglasniji i najuporniji zagovornik “uvođenja reda” u lobistički posao u Hrvatskoj. Sudjelovao je u osnivanju Hrvatskog društva lobista 2008. godine. Ako vam je promaknulo, napokon i mi imamo Zakon o lobiranju, koji je donesen 14. ožujka prošle godine, da bi 1. listopada stupio na snagu i postao jedan od važnih alata u kreiranju i provođenju antikorupcijske politike.

•• Je li Zakon o lobiranju

uveo reda, da tako kažemo, i stvorio učinkovit regulatorni okvir na tržište usluga lobiranja u Hrvatskoj?

– Još je prerano za generalnu ocjenu. Zakon je stupio na snagu prije četiri i pol mjeseca. Za sada je, sa stanjem od 30. siječnja, u Registru lobista 57 registranata. To sigurno ne odražava pravo stanje i ne možemo reći kako postoji dovoljno raširena svijest o obvezi da svi entiteti koji lobiraju u Hrvatskoj kao preduvjet lobiranja odrade upis u taj registar, koji vodi Povjerenstvo za odlučivanje o sukobu interesa i koji je javno dostupan. Zato je važno stalno informirati adresate zakona kako je ulazak u Registar obveza, ali i iskorak u transparentnost, odnosno prelazak na “sunčanu stranu ulice”, kako to volim re-

Korupcija i lobiranje potpuno su nespojivi. Lobiranje je legitimna djelatnost, a korupciju se kažnjava zatvorom. U njezinom je suzbijanju edukacija važnija od sankcioniranja. I tu Zakon o lobiranju nalazi svoje mjesto. Ima već godinu dana kako je Zakon izglasan, ali je s odgodom stupio na snagu

Natko Vlahović, najpoznatiji hrvatski lobist

O regulaciji lobiranja u Hrvatskoj govori se već skoro 20 godina i konačno smo i to dočekali. Optimist sam i ne želim prihvatiti tezu po kojoj je svima u interesu da ostane sve po starom, a da se prema van može reći kako smo stavili kvačicu jer smo donijeli zakon. Zakon treba zaživjeti u praksi, javnost ima pravo na informacije o lobiranju

nju. Imamo još jednu situaciju, a to je da su tijela s javnim ovlastima u dvojnoj ulozi, i lobista i lobiranih osoba, i zato trebaju dobro proučiti Zakon o lobiranju i uskladiti svoja postupanja.

Registar kao prelazak na 'sunčanu stranu ulice'

•• **Sobzirom na percepciju o raširenosti korupcije u Hrvatskoj, možemo li i Zakon o lobiranju također shvatiti kao jednu od mjera u borbi protiv korupcije?**

– Apsolutno. I želim naglasiti kako su korupcija i lobiranje potpuno nespojivi. Lobiranje je legitimna djelatnost, a korupciju se kažnjava zatvorom. U njezinom je suzbijanju najvažnija uloga Kaznenog zakona s komponentom sankcioniranja i odvraćanja. Ali strukturno gledano, smatram kako je za suzbijanje korupcije još važnija edukacija s ciljem promjene načina razmišljanja i poslovne kulture. Dakle, rad na prevenciji. I tu Zakon o lobiranju nalazi svoje mjesto. Ima već godinu dana kako je Zakon izglasan, ali je s odgodom stupio na snagu.

U međuvremenu sam vodio jako puno razgovora s predstavnicima poslovnog sektora i prevladavajuća je percepcija i dalje da ulazak u Registar, prelazak na "sunčanu stranu ulice", za njih predstavlja određeni reputacijski rizik.

U smislu, "pa nismo mi baš lobisti, ne bismo da nas se tako percipira" i slično. A rizik je upravo suprotno – lobirati bez registracije, koristiti ustaljene obrasce ponašanja gdje se ono što je službena i poslovna komunikacija ciljano premješta u privatnu sferu itd. Pravilo je da iza profesionalnog lobiranja ostaje trag, da se ono odvija u institucijama i da se lobisti ne skrivaju.

Zakon o lobiranju trebao bi dovesti do promjene tih obrazaca ponašanja u cilju veće transparentnosti. Mislim da je šteta što zakonom nije stavljen veći naglasak na obveze lobiranih osoba, primjerice, da bi trebali javno izvijestiti o kontaktima s lobistima, što je rješenje koje ima Slovenija. To bi dovelo do mogućnosti dvostruke provjere, a javnost bi dobila još veći uvid u lobiranje. To je vrlo važno za jačanje povjerenja u donositelje odluka i demistifikaciju djelatnosti.

•• **Vaša je djelatnost u dije-lu ovdašnje javnosti bila neopravdano stigmatizirana, gotovo kao da se bavite nekim zakulisnim aktivnostima. Je li to sada prošlost? Jesmo li "odradili" i taj dio tranzicije?**

– Razlog je i to što smo jako dugo čekali na regulaciju lobiranja. O tome se u Hrvatskoj govori već skoro dvadeset godina i konačno smo to dočekali, ali tranzicija, kako ste je nazvali, tu ne završava, nego smo ušli u jednu novu fazu. Optimist sam i ne želim prihvatiti tezu po kojoj je svima u interesu da sve ostane po starom, a da se prema vani može reći kako smo stavili kvačicu jer smo donijeli zakon. Zakon treba zaživjeti u praksi, javnost ima pravo na informacije o lobiranju, kao što su nam sada dostupne informacije o lobiranju u SAD-u, u EU institucijama itd. Naš Zakon o

lobiranju prvi put postavlja "pravila igre". Nitko ne može biti sankcioniran jer lobira, nego se sankcioniraju nedopuštene lobističke aktivnosti. Za većinu profesionalnih lobista to nisu novosti jer su im metodologija i međunarodni standardi poznati, ali jesu za cjelokupni ekosustav u kojem se lobiranje odvija. Trebat će vremena kako bi se uspostavila nova higijena odnosa u tom ekosustavu.

•• **Koje su prednosti, a koje mane bavljenja ovim poslom u "maloj" Hrvatskoj?**

– Hrvatska jest mala, ali smo dio EU-a i sudjelujemo u donošenju odluka i oblikovanju regulatornog okvira, i zato smo u lobističkom smislu važnije tržište nego druge države slične veličine koje su izvan članstva. Jedna je od prednosti posla što smo u mogućnosti sagledati širu sliku i našim donositeljima odluka pružiti pravovremene i kontekstualizirane informacije. Svakodnevno pratimo i analiziramo globalne geopolitičke i poslovne procese, sagledavamo političke i regulatorne prilike i prijetnje za gospodarstvo i tražimo win-win rješenja. Ovaj je posao zanimljiv i dinamičan, istodobno traži i dubinsku analitiku i kreativnost. Važan je i pristup – povezan je s povjerenjem, a ono se stječe i gradi svakog dana. Jedan od najvećih rizika ili mana ovog posla je da tolerancija na pogrešku praktički ne postoji jer se posao zasniva na reputaciji. Budući da su lobisti ti koji moraju biti proaktivni i najčešće su oni koji ti koji iniciraju komunikaciju, potrebno je ulagati puno energije.

Važnost EU lobiranja

•• **U Europskom registru lobista ima više od 60 hrvatskih subjekata. Ali nisu se svi pojavili i u našem registru. Kako to objašnjavate?**

– Nema automatizma između dva registra, ali usporedba ima smisla. Moguće da je neki subjekt u EU registru samo zato što se orijentirao na neki uski zakonodavni prijedlog na EU razini ili je išao na sastanak u neku od EU institucija. Ipak, mislim da je većina njih prepoznala kako je važno kontinuirano biti angažiran oko EU zakonodavstva. Ako je tako, budući da se EU propisi tran-

sponiraju u zakonodavstvo RH, legitiman je interes utjecati i na to kako će izgledati nacionalni propis, posebno kad se radi o EU direktivama koje nacionalnom zakonodavcu ostavljaju manevarski prostor pri ispunjavanju zajedničkih ciljeva.

To je po definiciji lobiranje i povlači za sobom obvezu upisa u domaći registar. Nadam se kako će i ovaj broj od šezdesetak subjekata u EU registru biti puno veći. Naša poduzeća, strukovna udruženja i nevladine udruge trebali bi biti još puno brojniji i glasnjiji u EU lobiranju jer se većina propisa definira u Bruxellesu.

Zasad bez sankcija

•• **Što ako se netko iz farmaceutske industrije sastane s ministrom zdravstva? Što kad se predstavnik ugostitelja ili hotelijera sretne s ministrom turizma? Jesu li to situacije u kojima možemo govoriti o lobiranju i primjenama odredbi zakona? U nekim je situacijama ta granica dosta tanka?**

– Onaj tko inicira kontakt mora navesti cilj sastanka, tako da je iz toga jasno radi li se o lobiranju. Zastupnici interesa trebaju navesti i klijenta, odnosno korisnika lobiranja.

Lobirana osoba dužna je provjeriti je li osoba koja traži sastanak u Registru lobista, ako nije, treba odbiti daljnju komunikaciju. Lobiranje je svaki oblik komunikacije, ne isključivo sastanak. Sastanak jest najtradicionalnija forma i vjerovatno na najbolji način omogućuje strukturirano prenošenje informacija u vezi s javnim odlučivanjem, što je zapravo zakonska definicija lobiranja.

Vjerujem da se pravi interesi koje se lobira često maskiraju u formu kurtoaznog sastanka kao način da se lakše uđe u institucije. To je sada kažnjivo, traži se maksimalna transparentnost od samog početka, a odgovornost da prikrivene pokušaje lobiranja odbiju zakon je stavio na lobirane osobe.

Nažalost, nema nikakvih sankcija ako lobirana osoba ne provjeri je li lobist u Registru, ako o pokušaju neregistriranog lobiranja ne obavijesti Povjerenstvo ili se sastane s neregistriranim lobistom.

Pogledajte top pet sektora po potrošnji za lobiranje u SAD-u. To su zdravstvo, financije, komunikacijska industrija/telekomi i energetska sektor. Niti jedno poduzeće iz tih sektora još nije u našem Registru lobista. Dodajmo tome i sektor poljoprivrede i šumarstva, koji je vrlo aktualan ovih dana

Važno je i da poduzeća u javnom vlasništvu, bilo državna bilo lokalna, osvijeste kako i oni lobiraju i da se trebaju uskladiti sa Zakonom o lobiranju. Primjerice, kad neki lokalni vodovod ide u Hrvatske vode, ili komunalno društvo u Fond za zaštitu okoliša kako bi utjecali na plan nabave ili investicija, radi se o lobiranju

Imamo još jednu situaciju, a to je da su tijela s javnim ovlastima u dvojnoj ulozi, i lobista i lobiranih osoba, i zato trebaju dobro proučiti Zakon o lobiranju i uskladiti svoja postupanja

Pravilo je da iza profesionalnog lobiranja ostaje trag, da se ono odvija u institucijama i da se lobisti ne skrivaju. Zakon o lobiranju trebao bi dovesti do promjene tih obrazaca ponašanja u cilju veće transparentnosti

•• **U kojoj mjeri Vlada koristi usluge lobista? Ima li tu prostora za širenje suradnje na obostranu korist?**

– Vlade najčešće koriste usluge profesionalnih lobista, odnosno agencija u Sjedinjenim Američkim Državama. I to zbog specifičnosti političkog sustava te tradicije i snage lobističke industrije. Nekidan je izašla vijest kako je Europska unija angažirala lobističku agenciju u SAD-u kako bi im pomogla oko trgovinske i investicijske komunikacije strategije, naravno uslijed dolaska nove administracije i Trumpovih najava, koje neki vide kao budući trgovinski rat. To je presedan. Posljedica je lekcije iz vremena prvog Trumpova mandata koja je povezana i s pristupom američkoj administraciji.

Jedna susjedna država trenutno plaća tri lobističke agencije u Washingtonu. Hrvatska ih je koristila 90-ih godina, i to veći broj, a na Vladi je da prosudi koji su to naši strateški interesi koji se bilateralno mogu rješavati uz pomoć lobista. U svakom slučaju, pa i kad ih ne angažiraju vlade, nego privatni sektor, lobisti su jako važan izvor informacija koji dužnicima pomažu sagledati širu sliku i donijeti informiranu odluku.

Geopolitika i biznis

•• **Imate li još nekih neostvarenih poslovnih izazova?**

– Nedavno sam sa suradnicima pokrenuo Zakladu Nova granica. To je think tank koji se bavi utjecajem geopolitike na biznis i po tome smo jedinstveni u Hrvatskoj. Naš je rad prepoznao respektabilan niz kompanija, koje nam daju podršku kako bismo na dnevni red stavili vrlo važne teme poput kibernetičkih izazova, energetske sigurnosti ovog dijela Europe, umjetne inteligencije, investicijskog potencijala Inicijative Triju mora itd.

Uspostavili smo jako dobru suradnju sa srodnim organizacijama u regiji srednje i istočne Europe i SAD-u i nastavljamo dalje. Izuzetno je zanimljivo i dinamično i trenutno me to sasvim ispunjava. Vjerujem da na taj način možemo dati značajan doprinos približavanju svjetski aktualnih i relevantnih tema hrvatskoj javnosti.

ći. Od same brojke još je važnije da u tom registru budu perjanice hrvatskoga gospodarstva. Pogledajte, primjerice, koji su top pet sektora po potrošnji za lobiranje u SAD-u. To su zdravstvo, financije, komunikacijska industrija/telekomi i energetska sektor. Niti jedno poduzeće iz tih sektora još nije u Registru lobista. Dodajmo tome i sektor poljoprivrede i šumarstva, koji je vrlo aktualan ovih dana, gdje se često lome koplja oko pravila dodjele poticaja i kvota. Dobro je da su se registrirale neke sektorske asocijacije i vjerujem kako će njihov primjer slijediti i ta poduzeća koja su u pravilu njihovi članovi, jer teško mi je zamisliti da u Hrvatskoj oni nisu ti koji i samostalno lobiraju. Jednako je važno i da poduzeća u javnom vlasništvu, bilo državna bilo lokalna, osvijeste kako i oni lobiraju i da se trebaju uskladiti sa Zakonom o lobiranju. Primjerice, kad neki lokalni vodovod ide u Hrvatske vode, ili komunalno društvo u Fond za zaštitu okoliša kako bi utjecali na plan nabave ili investicija, radi se o lobira-



Ovaj je posao zanimljiv i dinamičan, istodobno traži i dubinsku analitiku i kreativnost. Važan je i pristup - povezan je s povjerenjem, a ono se stječe i gradi svakog dana

RANKO ŠUŠVAR/CROPIX



Nadam se da će broj od šezdesetak subjekata iz Hrvatske u EU registru lobista biti puno veći. Naša poduzeća, strukovna udruženja i nevladine udruge trebali bi biti još puno brojniji i glasnjiji u EU lobiranju jer se većina propisa definira u Bruxellesu