

**p** IZBORI i marketing

**POLITIČKE VEZE**



**GLASNOGOVORNIK VLADE I HTV-a**

Krešimir Macan 1994. s Tuđmanom, u doba kad je bio načelnik Odjela za informiranje (gore), i 2003. sa Stipom Mesićem i Mirkom Galićem na ručku nakon obilaska gradilišta Dalmatine (dolje)



**OZBILJNA PRIPREMA**

Krešimir Macan kaže da ga je Željko Kerum angažirao početkom ožujka te da se splitski tajkun počeo pripremati za izbornu kampanju ranije i ozbiljnije od većine drugih kandidata i stranaka



' ŽELJKO KERUM JE ČOVJEK S VELIKOM ENERGIJOM, tako da rad

**GURU** Kerumove **IZI**



**KREŠIMIR MACAN,**  
stručnjak za krizne  
komunikacije, vodio je  
pobjedničke kampanje Željka  
Keruma, Borisa Miletića i Ivana  
Jakovčića i dokazao važnost  
dobrog PR-a u izborima

RAZGOVORAJ ROBERT BAJRUSI  
Sudionik MARIO STRMOTIĆ

**'R**ezultate izbora nisu kreirale stranke, već ljudi koji znaju svoj posao. Izborne kampanje su poput rata, moraš imati strategiju i taktiku. Mnogi to nisu shvatili, recimo Tonino Picula u Velikoj Gorici ili Plinio Cuccurin u Istri, koji je imao potencijal, a ipak je izgubio", rezimirao je u ponedjeljak ujutro Kresimir Macan, stručnjak za krizne komunikacije, koji je vodio pobjedničke kampanje Željka Keruma u Splitu, istarskog župana Ivana Jakovčića i Borisa Miletića, gradonačelnika Pule.

Rezultati njegovih klijenata opravdavaju zadovoljstvo: u Puli su izbori dobiveni u prvom krugu, a u Splitu i Istarskoj županiji osvojeno je 60 posto glasova. Macan je posebno ponosan na Keruma, s kojim suraduje od jeseni 2008., i koji je hametice potukao Ranka Ostojića, unatoč iznimno negativnoj kampanji iz SDP-a, u kojoj su se na račun novoga gradonačelnika širile uvrede, među inima i da je - čoban. "Naš je uspjeh i to što nismo htjeli biti nekulturni. Sada se vidi tko je ostao na razini, a tko je pravi čoban", kazao je Macan. Ta ocjena neće popraviti loše mišljenje SDP-a o njemu otkako je 2007. optužio Zinku Bardić za gubitak izbora, napustio Madison i osnovao vlastitu tvrtku Manjgura. Sada se koncentriira na predsjedničke izbore, gdje također ima klijenta za kojeg vjeruje da će pobijediti, ali kako kaže, zbog ugovora ne smije otkriti o kome se radi.

**NACIONAL:** Zašto ste radili s Kerumom čija medijska slika nije niti približno pozitivna?

- On je vrlo inteligentan i ima puno ideja. Prebrzo razmišlja, lako prelazi s jedne na drugu temu, i na prvom susretu shvatio sam da medijska slika ne predstavlja stvarnog Keruma. Ja sam još u rujnu prošle godine javno rekao da je on apsolutni favorit lokalnih izbo-

ra u Splitu, na što su se mnogi posprešno nasmijali.

**NACIONAL:** Kada ste započeli suradnju?

- Upoznali smo se u rujnu prošle godine, a kampanju smo pokrenuli početkom ožujka. Željko uvijek ponavlja da ako nešto ne zna, onda traži ljude koji to znaju, tako je on tražio ljude s kojima može surađivati na izborima. On je vidio moje stavove o političkim kampanjama u Hrvatskoj, brzo smo našli zajednički jezik i počeli razgovarati o projektu lokalnih izbora. Evo samo na ovom detalju vidi se koliko se on na vrijeme i ozbiljno pripremao za izbore, za razliku od većine stranaka i kandidata.

**NACIONAL:** Koliko ima istine u tezi prema kojoj je vaša glavna uloga sprečavanje Kerumovih javnih uloga, koji su ponekad na rubu blamaže?

- Željku Kerumu nitko ne može određivati što će i kada govoriti ili raditi, iako je više puta i on sam priznao kako mu je temperament najveća mana, i da će na tome morati raditi. Kada se to spoji s osjećajem za nepravdu koje je bilo dosta u medijskom pokrivanju izbora, nekad dobijete burnu reakciju. Željko će se sa svime time bolje nositi nakon izbora, jer je kampanja uistinu bila prljava.

**NACIONAL:** Njegovi protivnici upozoravali su da je glas za Keruma glas za HDZ. Koliko je istinita ova hipoteza?

- Željko je nekoliko puta istaknuo kako on nije političar nego da je u koaliciji s narodom. Ostvario je izuzetno dobre rezultate i u Splitu i u Splitsko-dalmatinskoj županiji, i to dokazuje da doista iza sebe ima narod uz čiju će pomoć gurati kvalitetne projekte. U razvoju događaja i SDP i HDZ će biti promatrači.

**NACIONAL:** Koja je u svemu ovome bila vaša uloga?

- Podrška izbornom stožeru koji je uspješno vodio Jure Šundov da postavi kampanju po svim pravilima profesije, te da je potom izvedemo bez pogreške. Dakle od on-line kampanje, koja je jedna od najboljih na ovim izborima, do predizbornih skupova i promatranja izbora. Na sve se nadovezao Željko, koji je osobnim pristupom kampanji, kroz svojevrsne oglase, dnevnik pisan "narodnim" jezikom, uspio pokazati Splitsčanima u kojem smjeru želi voditi

jim predstavlja iskustvo koje se nikakvim novcem ne može platiti'

# IZBORNE KAMPANJE



## **p** IZBORI i marketing



**KREŠIMIR MACAN** u pratnji Ivice Račana, koga je u Dubrovniku dočekala gradonačelnica Dubravka Šuica, 2003.

Split. On je o svemu odlučivao, ali uvijek saslušavši što mu imamo reći.

**NACIONAL:** Je li velika razlika u radu s Kerumom od suradnje s istarskim županom Ivanom Jakovčićem, koji je etabliran političar?

- Točno, ali i to je bio veliki profesionalni izazov. Ovo je prvi put da je Jakovčić morao ići u osobnu kampanju jer do sada je uvijek išao s IDS-ovom kampanjom ili nekom koalicijskom listom. Tada su mu različite koalicijske kombinacije omogućavale pobjedu, a ovoga puta je osobno morao odnijeti pobjedu.

### **POLITIČKA KOMUNIKACIJA**

**NACIONAL:** Dok ste u Splitu radili kampanju za tajkuna Željka Keruma, u Istri ste pomagali Jakovčiću, koji se suprotstavio tamošnjem tajkunu Pliniu Cuccurinu?

- Svaka je kampanja priča za sebe, nema šprance, pa smo željeli vidjeti vrijedi li ono za što se zalazemo u kampanjama u dvije posve oprečne kampanje. Jakovčićevu kampanju sam dobio, jer sam radio kampanju za gradonačelnika Pule Borisa Miletića koji je izbore dobio uvjerljivo u prvom krugu. Na Miletićevu inicijativu, kasnije smo se uključili i u kampanju za Istarsku županiju.

**NACIONAL:** Koliko u PR-u ima etike, recimo vaši klijentu su i tvrtka Rockwool, za koju većina lokalnog stanovništva vjeruje da ugrožava ekološku ravnotežu u Istri?

- S Rockwoolom smo radili, ali danas većinu PR poslova obavlja njihova služba za odnose s javnošću. Rockwool je ogledni primjer kako se pogreškama u komunikaciji može napraviti ogromna šteta u odnosima s lokalnom zajednicom. Uvjerem sam da Rockwool ne zagađuje i da nisu imali nikakve skrivene namjere, ali napravili su niz pogrešaka u koracima i pogoršali odnose sa susjedima. Sada je jako teško vratiti izgubljeno povjerenje. Bez etike se u PR-u ne može poslovati. Nikada ne bih radio s ljudima za koje znam da svjesno krše zakone ili imaju skrivene namjere.

**NACIONAL:** Odnosi li se to i na političare?

- Meni je važno razmišljati na sličan način poput osoba s kojima surađujem. Boris Miletić je mlada zvijezda u usponu, političar kakvih bi trebalo biti

više, i to me motiviralo da počnemo zajedno raditi. Željko Kerum je "munjara" i čovjek s tolikom energijom, tako da rad s njim predstavlja iskustvo koje se nikakvim novcem ne može platiti. Imali smo teških trenutaka, ali njegova energija i iskustvo su fascinantni. S Jakovčićem me zanimalo možemo li napraviti spoj konzervativne i moderne političke komunikacije, i mislim da smo u tome uspjeli.

**NACIONAL:** Kada ste se počeli baviti odnosima s javnošću, PR-om?

- U PR-u sam od 1991. Moj prvi posao bila je objava pada Vukovara. Sjednica Vlade trajala je satima i nitko nije znao što treba reći javnosti. Bio sam tajnik u Ministarstvu informiranja, a u mojoj se sobi nalazio Reutersov dopisnik koji je čekao ministra i slušao moje razgovore, od kojih su neki bili s Vukovarcima. Nakon nekoliko sati pitao me je li Vukovar pao. U PR-u nema laganja, ali ne morate uvijek reći sve do kraja, pa sam se odlučio za formulu "nema vojnog rješenja za spas Vukovara", što su oni i prenijeli, no svi su znali da je Vukovar pao. Vesna Škare Ožbolt mi i dan danas sa smijehom prepričava da je Tuđman vikao - "Tko je taj idiot".

**NACIONAL:** Kraj 90-ih, kada ste postali glasnogovornik HTV-a, predstavlja jedan od najmračnijih perioda ondje?

- Bilo je to vrijeme kada se HTV pokušao liberalizirati, a moja zadaća je bilo pružanje pomoći generalnom direktoru Ivi Vrkčiću. Baš zbog Vrkčića HTV je 1999. bio tolerantiji, a svoj vrhunac doživjela je u eri Mirka Galića. Nažalost, HTV je napravio krug, i sada je stanje kao prije mog dolaska na Prisavlje.

### **POGREŠNA PREZENTACIJA**

**NACIONAL:** Kako ste postali medijski savjetnik Ivice Račana?

- Poznanik sam i kolega s njegovim sinom Ivanom, s kojim sam razgovarao o tome zašto bolje ne komuniciraju rezultate koji su meni vidljivi, i onda me Ivice Račan pozvao na sastanak. Mene zanimaju fenomeni u politici, dakle, politička komunikacija, a pratim i svjetske trendove. Ivice

Račan je proveo bolne reforme da bi spasio državu od kolapsa i postigao dobre rezultate, ali ih nije znao javno prezentirati.

**NACIONAL:** Kako onda objašnjavate Račanov izborni poraz?

- Račan je izgubio jer nije napravio izbornu kampanju kakvu je 2001. proveo Tony Blair, pa ju je onda napravio 2007. Ivo Sanader. Račan je trebao provesti kampanju "Idemo dalje" i pokazati novu autocestu, smanjenje nezaposlenosti i 5-postotni gospodarski rast godišnje, i na taj način predstaviti što je sve njegova vlada napravila u četiri godine.

### **PROPUŠTENE PRILIKE**

**NACIONAL:** Kako biste opisali javne nastupe Milanovića i Sanadera?

- Sanader je vrhunski komunikator koji i kad nema rezultata, zna ispričati priču. Na zadnjim parlamentarnim izborima našao se u poziciji gubitnika i trebao je biti poražen, a na kraju ih je dobio. I ovi izbori su pokazali da je on jedini političar u Hrvatskoj koji je shvatio kolika je moć komunikacije. To me ne čudi kada znam da je surađivao s PJ Marom, koji je u Irskoj pobijedio tri puta zaredom. Ivo je rođeni komunikator, a znao je i primjeniti sugestije koje su mu davali najbolji PR stručnjaci na svijetu. Njegov problem je da tu vrhunsku komunikaciju treba svejedno potkrijepiti rezultatima, a to mu očigledno ide malo teže.

**NACIONAL:** Što je s Milanovićem?

- U SDP-u računaju da se neke stvari automatski podrazumijevaju. To je netočno. Izbori se ne dobivaju, oni se uzimaju. Protivnik vam nikada neće prepustiti vlast, a osim toga u SDP-u su izabrali potpuno promašene teme, poput glasanja dijaspore. To jest tema koja nervira hrvatske bira-

**'Kerumova energija i iskustvo doista su fascinantni', kazao je Krešimir Macan**

če, ali nije mogla mobilizirati ljude u dovoljnom broju da glasuju protiv HDZ-a, a istovremeno je mobilizirala hadezeovo biračko tijelo. Zoran se za novo mlado lice drži prepaletno, distancirano, npr. priča francuski u Saboru i ljudi ne mogu s njim uspostaviti onu komunikaciju koju imaju Sanader, Nino Jakovčić, Bantić ili Kerum. On je imao veliku priliku, ali ne znam zbog čega je nije iskoristio.

**NACIONAL:** Nakon ovakvih ocjena ne iznenađuje da ste na web-stranici svoje agencije napisali "U SDP-u me ne mogu vidjeti ni nacrtanog"?

- Ne mogu me vidjeti jer i njima stalno govorim ovo što sam sada rekao i vama, a kao što znate, najlakše je ubiti glasnika, makar ćete potom izgubiti izbore. Napisao samo to malo oštrije jer su u Jutarnjem listu objavili lažan tekst kojim su mi željeli zaljepiti naljepnicu da i dalje radim s SDP-om. To nije točno, radio sam za Račana, ali već dvije godine nemam poslovne veze s SDP-om. No ondje ima dragih i kvalitetnih ljudi i prijatelja s kojima sam izvanredno surađivao, pa me to ne sprječava da i dalje s njima ponekad bistrim politiku, a ponekad i pomažem dobiti izbore, kao Mihaelu Zmajloviću, novom gradonačelniku Jastrebarskog.

**” U SDP-u krivo misle da se neke stvari podrazumijevaju**