



## Najveće parlamentarne stranke već su izabrale ključne ljude koji će im voditi kampanje



**Igor Dragovan**  
 Neki u SDP-u smatraju da je šef stožera trebao biti Mirando Mrsić



**Zinka Bardić**  
 Bivša novinarka drugi put vodi PR Zorana Milanovića na izborima



**Bruketa i Žinić**  
 Dobili su skraćeni program Saveza za promjene, na temelju kojeg će predlagati slogane, poruke, spotove, plakate



**Dinko Suton**  
 Pod njegovom kontrolom bit će 15 milijuna kuna troškova kampanje

# MOZGOVI POBJE

Dok je SDP odabrao da najkreativniji dio kampanje odrade Bruketa i Žinić, HDZ je za dizajnera izabrao Slovenca Dejana Verčića, što navodno nema veze s dobrosusjedskim odnosima s premijerom Pahorom. Pišu **Suzana Barilar, Nikola Sever Seni**

**I**ako kampanja zapravo traje već odavno, jednomjesečni sraz Jadranke Kosor i Zorana Milanovića počinje 4. studenoga. Šefica pozicije i vođa opozicije sučelit će se pred više od četiri milijuna birača, no pobjeda u ovom slučaju neće biti isključiva posljedica političke sposobnosti, pameti i znanjaca s predizbornih plakata.

Iza HDZ-a i Kukuriku koalicije već sada više-manje stoji vojska stručnjaka u čijim su rukama političari samolikovinsceni. Za Jadranke Kosor mozak operacije je Slovenac Dejan Verčić i zagrebački Digitel, dok Milanovića i njegove partnere Radimira Čačića, Silvana Hrelju i Ivana Jakovčića za bitku plakatima, porukama i obećanjima pripremaju agencije Madison i Bruketa&Žinić, pa će 4. prosinca u Zagrebu pobjedu de facto odnijeti ili uspješni Slovenac ili najhvaljeniji dizajnerski dvojac u

zemlji. Oporbeni savez već je dogovorio svoju kampanju gotovo do detalja, dok se u HDZ-u opravdavaju kako "nema žurbe" te da je još rano za dogovaranje.

### Prvi radni sastanci

Središnjica SDP-a na Iblerovu trgu u Zagrebu sredinom idućeg tjedna bit će mjesto na kojem će se na prvom operativnom sastanku okupiti Glavni stožer Kukuriku koalicije. Uloge ključnih mozgova kampanje u četveročlanoj lijevoj koaliciji SDP-a, HNS-a, IDS-a i HSU se znaju, obavljani su prvi radni sastanci, podijeljeni su zadaci... Naravno, iznad svih njih su oni čija će biti zadnja - Zoran Milanović, Radimir Čačić, Ivan Jakovčić i Silvano Hrelja. Još je prije nekoliko mjeseci, dok se samo moglo nađati kada će biti izbori, kako doznajemo, počelo osmišljavanje medijskog i kreativnog koncepta predizborne kampanje. Sada slijedi bla-

goslov politike odnosno predsjednika SDP-a, HNS-a, IDS-a i HSU. A onda testiranje strategije među građanima i njezino konačno brušenje. Vremena nema puno niti za onaj dosadniji operativniji dio jer pretkampanja počinje 4. listopada, a mjesec dana kasnije i kampanja.

- Cijela je kampanja napravljena, završena i pripremljena - tvrdi Igor Dragovan, glavni i odgovorni, odnosno šef središnjeg izbornog stožera koji je za iduću tjedan sazvao sastanak najužeg tima. Za izborni stožer u čijem je opisu posla operativni dio kampanje - odmora nema. Dragovan, inače već jedanaestu godinu glavni tajnik SDP-a te jedan od najbližijih suradnika Zorana Milanovića, uspio je ove godine uhvatiti manje od tjedan dana godišnjeg odmora.

Premda mu u SDP-u ne odriču organizacijske kvalitete, neki stranački kolege

ipak smatraju da možda Dragovan i nije trebao biti šef stožera.

- Igor je istovremeno i koordinator za 5. izbornu jedinicu. Na istoku Slavonije on će predvoditi listu i pitanje je koliko će uspjeti uspješno

**Oporbeni savez svoju je kampanju dogovorio gotovo do detalja, ali u SDP-u neki smatraju kako Igor Dragovan neće biti dobar šef izbornog stožera jer će istovremeno u Slavoniji morati predvoditi izbornu listu i biti koordinator za 5. izbornu jedinicu**

obavljati te dvije funkcije. Bilo bi bolje da je na čelu stožera netko tko uopće nije na izbornoj listi - smatra jedan član Predsjedništva SDP-a. Navodno je predsjednik Ivo Josipović preporučivao Milanoviću da šef kampanje bude Mirando Mrsić, s kojim je bio više nego zadovoljan kao šefom svoje predsjedničke kampanje. Mrsić se u Josipovićevoj kampanji pokazao kao odličan operativac i menadžer, no Milanović se odlučio za svog bliskog suradnika i glavnog tajnika.

### Ferenčakova presuda

Srećko Ferenčak, HNS-ov glavni operativac i Dragovanov zamjenik u Glavnom stožeru, upravo zbog svoje zahtjevne zadaće neće biti na izbornoj listi.

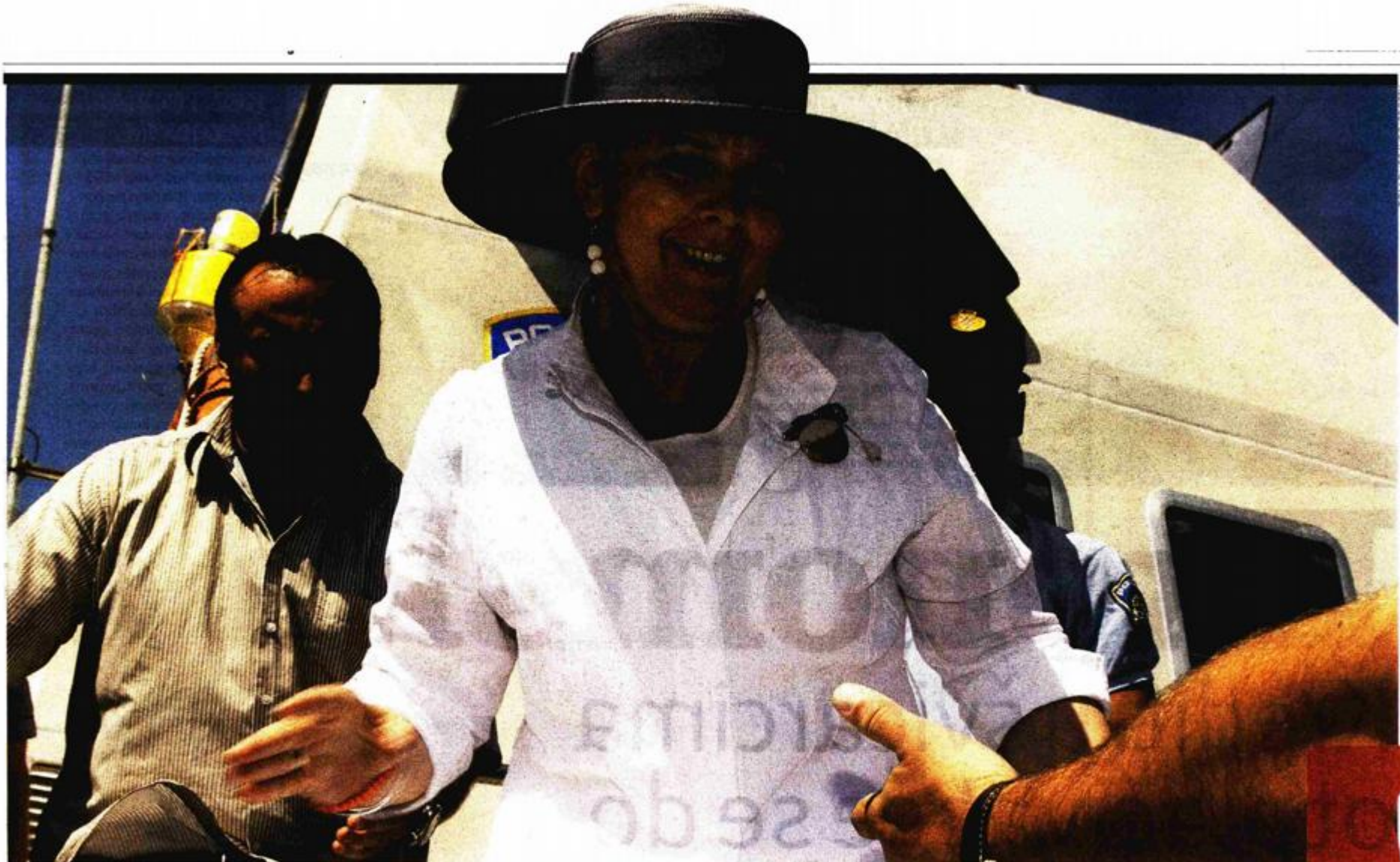
- Ja sam više za operativu nego za sjedenje u Saboru - kaže Ferenčak koji je odradio sve izbore u posljednjih 12 godina, pa i predsjedničke 2000. godine, kao član Mesićeva stožera. Ferenčaka, dugogodišnjega glavnog tajnika svoje stranke, inače prati nepravomoćna presuda od godinu dana zatvora zbog afera Nanbudo vezane za preprodaju gradskog zemljišta. Zbog izbora i kampanje Ferenčak ovo ljeto nije ni otišao na godišnji odmor. Imao je

važnijeg posla: već je, kako doznajemo, podigao kredit za financiranje kampanje, što prema koalicijskom sporazumu mora pokriti njegova stranka. Vođenje financija kampanje pripalo je SDP-ovu poslovnom direktoru Dinku Sutonu, pod čijom će kontrolom biti svih 15 milijuna kuna troškova kampanje, koliko lista Kukuriku koalicije prema zakonu maksimalno može potrošiti u 10 izbornih jedinica.

U Glavnom stožeru sjedit će još i HSU-ovi predstavnici: Branka Valentić, bivša dugodišnja novinarka Vjesnika i aktualna glasnogovornica stranke te jedna od najbližih suradnica Silvana Hrelje, te Jurica Galešić, kao i IDS-ov glavni tajnik Tedi Chivalion. Premda ni Valentić niti Galešić nisu stranački dužnosnici, Hrelja je upravo njih odredio za stožer.

- Glavna tajnica stranke ima previše posla i ne bi stigla obavljati posao u stožeru, a potpredsjednici stranke nisu iz Zagreba. Zato su Valentić i Galešić kao dobri operativci bili logičan izbor - objašnjava Hrelja.

Posao Glavnog stožera bit će nadzor nad nekoliko različitih koordinacija, ali i deset stožera u svakoj od izbornih jedinica. Kukuriku koalicija



**Branko Bačić**  
Iako nema nikakvih službenih dogovora, poznavatelji situacije u HDZ-u uvjereni su da će biti šef stranačke kampanje



**Dejan Verčič**  
Slovenski PR stručnjak izabrao je tim s kojim bi trebao HDZ-u osigurati novi vizualni identitet



**Ana Tkalac Verčič**  
Stručnjakinja za marketing i odnose s javnošću supruga je Dejana Verčiča



**Mladen Pavić**  
Vodit će odnose s javnošću. Kao i Maček, ima odlike uspješnog spin doktora

# DE SDP-a I HDZ-a

osnovala je koordinacije za odnose s javnošću, marketing i osmišljavanje vizualnog identiteta, posebna događanja i izradu plana putovanja, pravne poslove, distribuciju plakata, volontere. Za najkreativniji dio kampanje izabrali su agenciju Bruketa&Žinić. SDP je dugo godina surađivao s Borisom Maševićem. No, ljubav je pukla nakon što je ugledni dizajner radio za Milana Bandića. Ovaj put koalicijska četvorka izabrala je agenciju koja je bila angažirana u kampanji Ive Josipovića.

## Greške u koracima

Premda su Bruketa&Žinić u svom poslu među najboljima i najnagrađivanijima, Josipovićevo pobjeda bila je i više nego dovoljna referenca. U SDP-u i HNS-u nakon prvih sastanaka koji su odradili s Bruketom i Žinićem imaju samo riječi hvale. Doduše, njihove konačne ideje tek trebaju vidjeti.

- Dali smo im skraćeni program Saveza za promjene na 20 stranica, na temelju kojeg će predlagati slogane, poruke, spotove, plakate - otkriva izvor iz Kukuriku koalicije.

S Bruketom i Žinićem te njihovim timom od 60 ljudi već surađuje agencija Madison na čelu sa Zinkom Bar-

dić, dugogodišnjom suradnicom SDP-a i osobom od povjerenja Zorana Milanovića. Mnogi su u SDP-u nakon prošlih parlamentarnih izbora upirali prstom upravo u Bardić, prebacujući na nju krivnju za ozbiljne greške u koracima u kampanji koje su socijaldemokrate stajale gubitka prošlih parlamentarnih izbora.

Kad je riječ o HDZ-u, za razliku od zadnje parlamentarne kampanje Ive Sanadera, Jadranka Kosor ne želi se oslanjati isključivo na stranačke snage. Trenutačno je za pretkampanju, a po svemu sudeći i za kampanju, angažirana slovenska kompanija Pristop Dejana Verčiča, koja je u poslovnom odnosu sa zagrebačkim Digitelom, kompanijom koja se godinama povezuje s HDZ-om.

Dejana Verčiča Jadranki Kosor preporučili su, priča se, Davor Stier i još nekolicina bliskih suradnika u stranci, a "veza" za taj posao bila je profesorica Ekonomskog fakulteta u Zagrebu Ana Tkalac Verčič. Stručnjakinja za marketing i odnose s javnošću supruga je Dejana Verčiča i ujedno jedna od pet članova HDZ-ova tima za pretkampanju. Uz nju, u timu koji je odabrao njezin suprug su i Nedžad Haznadar, Mirela Ser-

tić-Janković te Marjan Jurleka. Prema dostupnim informacijama, slovenski PR stručnjak autonomno je birao tim najbližih suradnika s kojima bi trebao HDZ-u osigurati novi vizualni identitet i repositionirati ga u odnosu na sadašnju percepciju javnosti.

## Nezadovoljni izborom

Dio stranačkog vodstva, uz ogradu da se u marketing i odnose s javnošću zaista ne razumiju, prilično je nezadovoljan izborom Nedžada Haznadara. Smatraju da "ljevičar poput njega ne može kvalitetno odraditi kampanju velike stranke desnog centra kojoj će u predstojećoj kampanji desna konzervativna komponenta biti izuzetno bitna".

Isto u posljednje vrijeme, očito, okupira i Haznadara. Iz kruga njegovih bliskih suradnika može se čuti kako mu posao za HDZ predstavlja velik profesionalni izazov, ali kako nema straha da će tu kampanju odraditi u bilo kojem segmentu lošije od, primjerice, predsjedničke kampanje koju je radio za Milana Bandića. Zanimljivo, nikoga u HDZ-u ne zamara što je i Dejan Verčič dosad radio za socijaldemokrate, odnosno lijevčare. Unatoč timu profe-

sionalaca, glavni mozak i ove HDZ-ove kampanje bit će predsjednik, odnosno predsjednica stranke Jadranka Kosor.

Prema tvrdnjama upućenih, ona je ta koja će odobravati sve poteze i poruke u kampanji, odlučivati što je prihvatljivo i u kojem će mediju stranka izaći s pojedinim zamislima i idejama. Osim što će odlučivati o najbitnijim dijelovima kampanje, Jadranka Kosor, doznajemo, bit će i prvo lice kampanje po principu: sve što je dobro napravljeno, napravila je ta žena.

**Jadranka Kosor odlučivat će o najbitnijim dijelovima kampanje i bit će njezino prvo lice po principu: sve što je dobro napravljeno, napravila je ta žena. One koji su griješili ona će kazniti, bitno je da ona ni za što nije kriva**

na. One koji su griješili ona će kazniti, bitno je da ona ni za što nije kriva.

- Mi još nemamo formiran stožer kao što ga ima Kukuriku koalicija. HDZ i predsjednica Jadranka Kosor nemaju vremena kampanju protezati na pola godine. I prije kampanje u Vladi, Saboru, poglavarstvima radimo za građane kako bi nas u narednom mandatu dočekala što bolja situacija - kaže izvor iz vrha HDZ-a.

## Podijeljena stranka

Iako nije bilo nikakvih službenih dogovora, dobri poznavatelji situacije u vladajućoj stranci uvjereni su da će šef stranačke kampanje biti Branko Bačić te se prisjećaju situacije iz predsjedničke kampanje Andrije Hebranga kada je dane provodio iščitavajući izborne zakone i opći porezni zakon. Riječ je o idealnom rješenju za HDZ koji je i dalje suštinski podijeljen na HDZ Jadranke Kosor i HDZ Vladimira Šeksa. Bačić je, naime, blizak suradnik predsjednice stranke, dok ga s potpredsjednikom Šeksom povezuje kumstvo i također odlični odnosi. Uz šefovanje u središnjici HDZ-a, Bačić bi trebao biti i ključna osoba HDZ-ove kampanje u X. izbornoj jedinici.

Kada je riječ o odnosima s medijima, stožer bi trebao voditi aktualni glasnogovornik Vlade Mladen Pavić, dok će u Banskim dvorima njegovu ulogu preuzeti zamjenica Sandra Puhovski. Pavić je odani suradnik Petra Čobankovića i sposobni komunikator, kad mu je u interesu prenijeti informaciju. Baš kao i najpoznatiji glasnogovornik HDZ-a Ratko Maček, i Pavić ima odlike uspješnog spin doktora. Kako se pripovijeda u HDZ-u, to je dobro, jer Maček, barem u prvom planu, neće sudjelovati u kampanji svoje stranke.

## Istrage i afere

- Uvijek postoji mogućnost da on bude čovjek iz sjene koji bi Jadranku Kosor u ključnim trenucima trebao usmjeravati. Ima odlično iskustvo koje je stekao uz Ivu Sanadera i zna prepoznati najbezbolniji put iz problematične situacije - kaže blizak suradnik Jadranke Kosor te zaključuje:

- Ali zbog svih istraga i afera u kojima se spominje njegovo ime, baš kao i zbog činjenice da ga narod zna prije svega kao 'Sanaderova spin doktora', Maček ne može biti isturen u kampanji niti može očekivati mjesto na listi. ●