

## PREFAȚĂ

### Arc peste timp

În toamna lui 1995 s-a înființat prima firmă de lobby din România, iar întâmplarea (fericită) a făcut ca eu să fiu parte din povestea ei încă de la început. Însuși Ionuț Tănase, autorul acestui volum, s-a alăturat după câțiva ani firmei respective. Vremurile erau tulburi: taxele crescuseră de 20 de ori, inflația și devalorizarea erau galopante. Sub președinția nemuritorului Ion Iliescu, și în guvernarea lui Nicolae Văcăroiu, România a depus cererea oficială de aderare la UE. Tot 1995 a fost anul în care Corneliu Coposu, liderul și eroul opoziției drepte s-a stins, lăsând însă o amprentă adâncă în democrația sălbatică ce a urmat.

Ce însemna lobbyul pe atunci? Nu exista internet, nu exista transparență decizională, când intrai la Guvern, lăsați telefonul la intrare. Multinaționalele atunci începeau să apară și vânau condiții speciale și scutiri de taxe. Tot în perioada aceea au început afacerile autohtone să crească și vânau și ele zonele defavorizate, care se înființau mai degrabă după nevoile afaceriștilor și nu după nevoile sociale. Întâlnirile cu decidenții erau cheia succesului și câțiva ani așa a stat treaba.

A fost o lungă perioadă în care primii lobbyiști profesioniști s-au format unii pe ceilalți ca într-un incubator, învățând din reușite, dar mai ales din propriile greșeli. Am învățat încă de atunci că dacă avem argumente solide și convingem cât mai mulți oameni de justetea demersului nostru, șansele să promovăm o reglementare stabilă se înzecesc. Am învățat încă de atunci că echidistanța politică a consultantului și atitudinea etică, profesionalismul și rigoarea sunt cele care ne determină reputația și ne mențin în joc.

După aproape 20 de ani, aceste lecții sunt încă primele pe care le propovăduiesc la universitate, în firmă, la clienți, în presă, în conferințe. Dar ce s-a schimbat de atunci și până acum? Tot restul.

2007 și aderarea la UE au marcat începutul boom-ului pe piața serviciilor de lobby și public affairs. În fiecare an apar din ce în ce mai multe firme de profil, firmele de PR își diversifică ofertele, punând public affairs în portofoliile lor de servicii. Companiile

multinaționale au poziții de corporate affairs/public affairs/government relations în organigrame și organizează licitații de servicii de public affairs și lobby. Numărul acestor licitații crește masiv de la an la an. Antreprenorii români serioși se uită și ei din ce în ce mai îndeaproape la beneficiile abordării politicilor publice într-un cadru profesionist. ONG-urile sunt din ce în ce mai preocupate în a se profesionaliza, think-tank-urile sunt prezente și active, sindicatele își rafinează comunicarea.

Comunicarea s-a schimbat nu doar în PR, ci și în lobby și public affairs. Astăzi, concurența subiectelor în spațiul public este mare și mai mult ca oricând decizia politică se ia punând în balanță nu atât oportunitatea socială, cât oportunitatea politică. Influența societății este din ce în ce mai mare în formularea politicilor majore, prin presiune socială și mișcări activiste. Și asta nu doar în România. Televiziunile și presa, dar și viteza de comunicare și spațiul virtual schimbă regulile jocului.

Cartea lui Ionuț Tănase acoperă acest arc peste timp, “de la începuturi la schimbarea de paradigmă”. După o trecere detaliată și utilă în revistă a originii lobbyului, a peisajului autohton, european și internațional, a tipologiilor de reglementări existente și a aspectelor etice, autorul face o analiză a reflectării în mass media a lobbyului și prezintă rezultatele unei cercetări cantitative privind percepția publică asupra lobbyului. Ionuț Tănase – el însuși practician în lobby – face o descriere a tehnicilor de lobby și prezintă tendințele în domeniul comunicării politice.

În final, autorul lansează o provocare comunității de experți în lobby, aceea de a face din activitatea de lobby o parte importantă a democrației participative și de a o aduce la nivelul de artă a persuasiunii politice. Și pentru ca acest deziderat să fie atins, Ionuț Tănase propune câteva măsuri, între care: promovarea mai intensă a beneficiilor lobbyului pentru democrație, poziționarea lobbyului ca o resursă utilă în procesul de legiferare, întărirea asociațiilor profesionale ale lobbyiștilor și ale codurilor de etică ale acestora și dezvoltarea mentoratului în domeniul lobbyului.

Preiau personal această provocare și încurajez autorul să își continue demersurile, iar pe cititori să citească această carte, cu speranța că schimbarea paradigmei începe chiar acum.

**Laura Florea**

*Laura Florea este Managing Partner al firmei Point Public Affairs și Președinte al Asociației Registrul Român de Lobby, profesor asociat la Universitatea București, Facultatea de Jurnalism și Științele Comunicării, avocat și lector al Institutului de Guvernanță Corporativă al Bursei de Valori București.*

\*\*\*\*

### **„Lobbyul bun” chiar există!**

Una dintre cele mai vechi modalități de influențare este acțiunea de „lobby”: abordarea factorilor de interes, a oficialilor publici sau a politicienilor. În anumite limite, stabilite de autorități prin lege și/sau de media, care exercită un rol de supraveghere la nivel social, aceasta este o activitate liberă în orice stat membru al Uniunii Europene și la nivelul instituțiilor U.E.

Ionuț Tănase are marele merit de a prezenta publicului român, prin intermediul acestei cărți, o imagine de ansamblu a practicilor actuale și a limitelor activității de lobby în mai multe țări din Uniunea Europeană și la nivelul instituțiilor europene, dar și prin comparație cu Statele Unite ale Americii.

În multe țări, lobbyul are o reputație șubredă, ceea ce nu este deloc de mirare, deoarece orice în viață poate fi îmbrăcat într-o formă decentă sau urâtă și poate fi perceput ca bun sau rău. În țările în care reputația acestei activități nu este din cele mai bune, există fără îndoială mult loc pentru un lobby de o mai bună calitate, mai responsabil, mai transparent și mai prudent, într-un stil machiavelic real (și nu prefăcut).

Datorită rolului tot mai important al „câinilor de pază” sociali, tendința actuală în toate țările este spre adoptarea unor limite legale mai aspre și o supraveghere socială mai atentă a activităților de lobby.

La nivelul UE, lobbyul a devenit parte din abordarea mai cuprinzătoare a „managementului afacerilor publice”: o gândire *ex-ante* mult mai studiosă și mai prudentă referitoare la „cui i se adresează acțiunile de lobby, de ce, pentru ce, despre ce, cum, unde, când și cu ce rezultate”?

În mod interesant, această calitate superioară a lobbyului la nivelul U.E., în contextul general al managementului afacerilor publice, a dus la o apreciere tot mai mare a grupurilor de interese din lobby din partea funcționarilor publici ai Comisiei și a deputaților europeni, având astfel acces la informații și sprijin din statele membre.

În plus, perfecționarea practicilor de lobby de la nivelul U.E. are un impact tot mai mare asupra lobbyului de la nivel național, contribuind astfel la transformarea unor practici altfel obscure în unele acceptabile, benefice pentru cetățeni, pentru grupurile de interese și oficialii publici.

Grație demersului domnului Ionuț Tănase, românii au foarte multe de învățat din această radiografie a practicilor și a tendințelor din lobby în alte țări și în Uniunea Europeană. Acum stă în puterea lor să devină și să rămână forța motrice din spatele unui „lobby bun”!

**Prof. dr. Rinus van Schendelen**

*Profesor Emerit de Științe Politice în cadrul Universității Erasmus din Rotterdam, Olanda; consilier de afaceri publice pentru diferite grupuri de interes din U.E.; autor al cunoscutei lucrări „The Art of Lobbying the EU: More Machiavelli in Brussels”(2013).*

\*\*\*\*

**O lectură pentru cei care doresc să înțeleagă adevărata natură a lobbyului**

Această carte cuprinde experiența acumulată de-a lungul evoluției practicii de lobby în general, precum și în contextul românesc. Este important de subliniat că lobbyul trebuie abordat în aceeași manieră metodică în orice țară - în România diferă numai stadiul evoluției democratice.

Autorul volumului „Dinamica activității de lobby în România” face o distincție înțeleaptă între practicile de lobby, care ar trebui mult încurajate, pe de o parte, și cele legate de mită și corupție, pe de altă parte, care desigur trebuie depistate în mod vigilent și pedepsite de către justiție.

Dezvoltarea constructivă și pozitivă a societății românești va fi impulsionată pe măsură ce se fac pași în continuare în direcția unei transparențe sporite a procesului decizional, precum și a îmbunătățirii accesului către factorii decizionali și instituții.

Lobbyul profesional aduce o contribuție importantă și durabilă la dezvoltarea unei democrații sănătoase și mai cu seamă participative, iar cartea domnului Tănase contribuie în mare măsură la progresul în această direcție.

O astfel de lucrare constituie o lectură esențială pentru oricine din cadrul autorităților care dorește să înțeleagă adevărata natură a lobbyului, de la parlamentari la membri ai instituțiilor publice, consilieri sau jurnaliști.

### **Guy Burrow**

*Guy Burrow este fondatorul primei firme de lobby din România, Central Europe Consulting Government Relations (CECGR), în anul 1995. A fost, de asemenea, director general al companiei Shell România. În prezent, conduce firma de consultanță strategică și lobby Candole Partners.*