



IVAN STANKOVIĆ

Stručnjak za komunikacije

• Razgovarao: Goran Tarlać

• Foto: Nebojša Babić i privatna arhiva

Većina naših urednika i novinara - kucači slova se ne računaju - prema domaćim marketinškim i PR strategijama je u najboljem slučaju ravnodušna. To većim delom važi i za naslove iz domaćih knjižara posvećene reklamama, advertajzingu, marketingu, brendingu, ribrendingu, spinovanju, pi-aru ili pres klipingu. Ljudima koji prave novine to nije za pohvalu, naravno, ali neke od predrasuda su sasvim opravdane. Masovni i masivni mediji su izrodili oholost i hvalisanje kao poseban poštast svog doba, a sigurno je kako bi nam bilo bolje da se s vremenom u vreme i zacrvenimo pred ogledalom.

Ivan Stanković je, međutim, napisao sasvim drugačiju, izuzetnu knjigu. Otud ovaj razgovor, mada su *Osnovi kakodalogije* zanimljiviji. Poput klasika *Fanki biznis* i *Karaokе kapitalizma* sasvim sigurno bi mogla postati jedan od kulturnih bestselera poslovne literature, ne samo zato jer je domaća radinost.

Stankovićeve *Osnove kakodalogije*, međutim, ne prati odgovarajuća reklamna kampanja (prosto, čovek nije sklon samopromociji), a i ljudi kod nas sve manje čitaju, što je prava šteta za knjigu.

Ipak, ne treba žaliti šumu posećenu za njen papir: ovo će imati dosta zadovoljnih čitalaca. Autor se *Kakodalogijom* može samo ponositi, takođe i njegove kolege iz bujne privredne grane kakvo je oglašavanje, dok onima koji tek ulaze u reklamni biznis ovo može biti više nego korisno gradivo. Ono što unutra piše se ne uči na fakultetima, onlajn kursevima ili publikacijama iz istog foldera.

Stanković se pokazuje kao odličan pisac: bez fraza i stereotipa, nepretenciozan i gorko duhovit, sa reporterskim smisлом za detalj kao ilustracijom raznih istorija i historija, bez osuđivanja drugih i pre svega sa ličnim iskustvom kao primerom svih poruka i mudrosti, uspeha i poraza. "Lepo je dobiti nagradu, ali još lepše zaboraviti na nju", kaže u uvodu knjige.

Osnovi kakodalogije su hronika života Stankovića-biznismena, punokrvno štivo u čijem središtu je priča o usponu i padu prvog domaćeg advertajzing giganta Sači&Sači (filijala Balkan), te gorka i dirljiva istorija raznih uspona, padova i opet uspona Sačijevog koosnivača Stankovića. Njega, naravno, ne treba previše romantizovati: iako je ovu knjigu poštедeo pičeva, brejdstorminga, sajmova, ciljnih grupa, sloganata, skica multilevel marketinga, pozicioniranja brendova, istraživanja tržišta, budžeta i korporacijskih imidža, a verovatno i dilova sa sumnjivim licima, jasno je da sve to morao proći, a verovatno je i danas u tome. Ali i spram toga, on je cinik i samoinoričan. Recimo da to, npr; pokazuje u poglavljiju Od DRP-a do GRP-a u kome opisuje prvi susret sa pojmom "gross rating point": iako nije imao pojma šta je GRP, ceo dan je značajno klimao glavom na sastanku Sačijevih evropskih direktora u Frankfurtu '91, sve dok mu jedan pijani Holandanin nije objasnio o čemu je reč, a naš junak otrčao u klozet da to zapise na dlanu. *Osnovi kakodalogije* pokazuju i to da su marketing ljudi sazdani od krvi i mesa, ne samo od aj-ped organajzera i skupih cipela. A oni izuzetni među njima, poput Stankovića, svoj vek provedu u potrazi "za slatkim sokom življenja", kako bi rekao Tirnanić u jednom jubilarnom memoriamu Merilin Monroe, pre nego što se i sam preselio kod nje, "mrtve majke svih naših snova".

Epizode sa arogantnim evropskim bajom iz Sačija koji '91. prezivo odbija da se rukuje sa potčinjenima, sa zengama u vozu Zagreb-Pešta '93, inovativni šverc goriva preko bugarske granice '94, pregovori sa zapadnohercegovačkim ratnim kriminalcem koji je '95. odjednom postao vlasnik televizije ili kasnija gorka i poučna firmorazvodna parnica sa Draganom Sakanom su ono zbog treba čitati *Kakodalogiju*, pored svega ostalog.

Stanković tokom intervjuja ostavlja utisak poput svoje knjige.



» Nikad nisam prekoračio crvenu liniju

STATUS: DA LI VAM JE ŽAO ŠTO STE TOLIKO VREMENA PROVELI PRAVEĆI spotove, bilborde, banere... koji su često zaboravljeni pola godine kasnije, umesto da ste se kao kreativan čovek bavili pisanjem knjiga ili snimanjem filmova? To pitanje se nameće posle čitanja *Osnova kakodalogije*.

IVAN STANKOVIĆ: Nemam ambicija da sebi pravim posthumni spomenik.

Moj spomenik su moja porodica, deca i moj život. Imam 57 godina, a ponašam se kao da imam 35, nemam još ni penziji plan. Ali, moguće je da će sa 65-70 godina sam sebi kazati: "Aha, morao bih svojim naslednicima ostaviti još nešto osim imovine." I onda će možda napraviti nešto o čemu govorite. Ne smatram se nikakvim filozofom ili kreatorom sveta, ja sam vrlo jednostavan čovek, prosti sam tako napravljen. Postoje ljudi rođeni za velika dela, ali ja sam ubeđen kako sam rođen za mala: da svoju porodicu činim srećnom, svoje prijatelje i zaposlene zadovoljnim, i rekao bih da u tome nisam loš. Voleo bih da sam visok, lep i plav, sa čelično sivim očima i pločicama na stomaku, ali nisam. I bolje se prilagoditi tome što jesi, nego da budeš ono što nisi. Nemoj da si lažnjak. Tajna Bogoljuba Karića je bila u njegovoj autentičnosti. Čim je obradio one rabadžijske brkove, izgubio je pola originalnosti.

U svetu reklama svi su lepi i srećni, mame koje presvlače ukakane bebe su manekenke od 19 godina, nema luzera, onaj Novopazarac što je sam sebi odsekao prst nikad neće snimiti reklamu. Pošto dolazite iz takvog sveta, malo iznenađuju što ste napisali ovakvu knjigu. Ceo stvarni život u njoj se vidi sa svom lepotom i bedom, ono čega u reklamama obično nema?

Slažem se da je najveća vrednost knjige autentičnost i nelakiranje. Ali opet, to sam ja, zaista ja. Profesionalac kad radi posao, čovek kao i svaki drugi kad je vesel i kad mu je teško. Kad pravim reklamu, trudim se da to bude što bolje upakovano. Ne lažem, ne prečutkujem ono što je važno, ali možda neke stvari više ističem.

Niste valjda podvojena ličnost: od devet do pet lakirate, a od pet do devet... stržete.

Ne lakiram, ne... Gadno je pitanje, ne znam, nisam nikad tako posmatrao svoj život. I pre i posle pet sam isti čovek. Stvarno verujem u proizvode za koje radim. I trudim se da budem pošten i iskren u svemu što radim.





Iz knjige: poglavlje "Ciljna grupa u Crnoj Gori"

Crna Gora je bila poslednja od zemalja koju smo otvorili. Nešto zbog činjenice da je bila na nivou Novog Beograda po broju stanovnika, nešto zbog toga da se mogla pokrivati iz Beograda.

Sticajem okolnosti, u proleće 2000. godine, došlo je vreme da se otvori i agencija u toj zemlji. Imali smo i dodatni razlog koji je mene naterao da odem - veliki oglašivač je odlučio da krene sa reklamama i na crnogorskim televizijama. To je bio i osnovni razlog što sam se ja uputio u Crnu Goru, jer sam hteo da pripremim lokalne medije na "zemljotres" zvani pregovori za tim klijentom.

A prilika je bila dobra. Nešto smo radili za Institut Dr Simo Milošević u Igalu i to je bila šansa da napravimo prijem u Titovoj vili, gde smo mogli da obavimo i taj radni deo posla.

Bio sam naivan, misleći da će moći da imam jedan "plenarni" sastanak sa svim televizijama. Ispostavilo se da su one u međusobnim konfliktima i da ne razgovaraju, tako da sam morao da idem od stola do stola, od televizije do televizije, uvodeći ih u priču. Osnovni razlog zašto sam to radio je bio da ih na neki način "zaštitim" od tog velikog klijenta, koji su, kao najveći svetski oglašivač, vrlo kompetentni i agresivni u pregovorima. Iskustva su bila da su stанице često bivale nezadovoljne nakon što su ih dobili kao klijenta, bez obzira na ogromne budžete, jer ih je veliki klijent prosti išao, iskoristivši njihovo neznanje. A to se, onda kasnije, nama vráčalo kao buferang, što nije bilo priyatno. A ja sam se uvek zalagao za *win-win* strategiju, ma što to značilo. Za mene je to, pojednostavljenje, bilo da im sačuvamo obraz. Što bi rekli drugovi Crnogorci: junaštvo je zaštititi druge od drugih, čoštvo druge od sebe. Ovde se radilo o čoštvo. Sa primesom junaštva.

Da bi se to sprečilo, planirali smo da uradimo neku vrstu edukacije koja je bila neophodna imajući u vidu njihovo (ne)znanje osnova kupovine medija. Mi smo sve to naučili na svojim leđima, trudeći se da nikad ne ponovimo istu grešku dva puta.

Dodatni problem je bila činjenica da sam sledeći dan, leteo u šest izjutra za Beograd, a onda za San Francisko, gde sam sledeći dan morao da budem na završnoj svečanosti dodele diplome srednje škole za moju najstariju Čerku Selenu. Leganje u "pristojno" vreme mi je bila želja. Kako je veče odmicalo, shvatao sam da će to biti i ostati pusta želja.

Poslednji sastanak koji je počeo posle ponoći, ispostavilo se da će biti i najduži.

Razgovarao sam sa jednim od "medijskih magnata" Crne Gore, koji je imao uzbudljivu biografiju. Počeo je kao krivolovac, loveći ribu dinamitom. Normalno da je učestvovao u ratu i da se istakao u "oslobađanju Dubrovnika". Nakon toga, uz malu pomoć strica koji je postao neki ministar u Crnoj Gori i svog prethodnog znanja o korišćenju dinamita, postao je glavni dobavljač dinamita za rudnike. Karijeru strica je uspešno pratio, tako da je ušao u posao sa *duty free shopovima*, koji su tih godina bili Eldorado za brzi novac. Malo se radilo i sa naftom i drugim deficitarnim proizvodima. I nakon svega toga, logično je da je sledeći korak bila investicija u medije. Prvo radio, pa onda lokalna, a onda vrlo brzo, uz malu pomoć predobrog i prepoštenog strikana i nacionalna televizija.

Program je podržavao opciju koju je zagovarala vlast (normalno) i bazirao se na besomučnom korišćenju satelitskih programa bez licence, par lokalnih vesti i blagom začetku latinoameričkih sapunica. Dovoljno da bude jedan od gledanijih u Crnoj Gori i kao takva podobna za razgovor sa našim klijentom.

A vlasnik je bio pravi Crnogorac, kao iz viceva. Pun i prepun sebe. Renesansni čovek, stručnjak za sve - od filozofije, religije, politike, do sporta, seksa i međuljudskih odnosa. Visok, krupan, sardačno bahat, u poslednje

vreme često nije razumeo šta znači reč ne. Uvodni deo, koji je kod ostalih bio sveden na uobičajene kurtoazije i bio izrazito kratak (čim nisam imao nikakvog crnogorskog porekla), kod njega se

Prvi u SFRJ ste reklamirali Kosmodisk, ali tek nakon što ste preko majčinog primera uvideli da to zaista deluje. Da li i danas tako radi - reklamirate samo ono u šta verujete?

Ne radim reklame za očigledne prevare. Da bih uradio dobru reklamu, ja stvarno moram da verujem u ono što pričam. Bez toga neće ići. Što se tiče onih stvari između, uzimimo primer vode. Naravno da voda neće izlečiti tuberkulozu ili išjas, ali će redovno pjenje zdrave i dobre flaširane vode svakako dobro uticati na organizam.

Ovo je bio uvod u pitanje zašto kod nas pojam "marketing" znači toliko toga ružnog?

I ja se pitam. To je kod nas jedna od najvećih hvata: "Ma, to je tvoj marketing, nema veze sa stvarnošću." To je donekle problem društva, ali i to što je marketing neopipljiva stvar, nije atomska fizika da sve možete izračunati u zadnjim decimalama. I vrlo često se dođe do vulgarizacije, pa se on poistovećuje



sa laganjem. Gde su drugovi političari vodeći u kreiranju takve slike.

Koja poslednja reklama sa naših televizija, iz novina ili sa bilborda vas je oduševila?

Reklama Lige socijaldemokrata Vojvodine na kojoj Nenad Čanak na tamburici izvodi *Mladu partizanku* je sjajna po svojoj jednostavnosti i beskompromisnosti. Uspeo je da bude drugačiji i jedinstven, što je prvi korak da bude zapažen. Inače, gospodin Čanak je, po mom skromnom mišljenju, promašio profesiju i više bi uradio u reklamnoj, nego u političkoj struci. I bolje bi mu bilo, lepše bi se osećao. Briljantan um, velika muda.

Mislite li da mi je potreban psiholog jer sam oduševljen vašom reklamom za povećanje nataliteta "Jebi se, Srbijo"?

Ne, zašto kod psihologa? Smeh je terapeutski delotvoran i to je super priča. Možemo da se smejemo - fenomenalno. Druga je stvar zašto taj oglas nije mogao na bilbord. Da ste vi ministar, da li biste okačili tu reklamu? Zamislite da to vide Amfilohije ili, ne daj bože, Pahomije? Negde na kompjuteru imam ceo folder kreativne zajebancije stvorene u ovoj agenciji - dva sata biste urlali od smeha.

Da li ste nekada više verovali reklamama? Kako je naša oglašivačka industrija izgledala 1990., kad ste osnovali jugoslovenski *Sač&Sači*?

Sve što je prošlo izgleda lepo. Čak i rat ili sankcije. Videli ste onaj festival *Volim devedesete* - puna Arena. Ljudski mozak je formiran tako da zanemaruje loša sećanja. Pa ćete tako i oko jugoslovenske reklame tog

Bio je šokiran - ko da ne bude zadovoljan takvim sjajnim programom?

Rekao sam: "Njihova ciljna grupa su žene, njih isključivo interesuju žene!"

Osmeh je ozario njegovo lice, potrčka je poslao da naruči Dom Perinjon. Nisam shvatao odakle takva promena.

Pobedonosno je rekao: "Imamo posao! Ako njih stvarno interesuju žene, smatraj da je sve završeno."

Moju nevericu je objasnio sa još većom sigurnošću: "Nemoj da brineš, sve je pod kontrolu. Ako njih žene interesuju nema da nema - imaju da biraju što hoće. Ukrainke, Ruskinje, Moldavke; niske, visoke; debele, mršave, sisate ili guzate... Ako su im žene ciljna grupa, smatraj da smo se dogovorili. Bio sam se zabrinuo da im je ciljna grupa muškarci. Imao sam jednog takvog stranca, pa sam se i tu snašao - poslao po jednog Bosanca i posao je bio moj. Ode, nema problema - da proslavimo."

Već je bilo tri, ja sam za dva sata trebao da budem na aerodromu, shvatio sam da sam nešto novo naučio i prihvatio ponuđeni šampanjac.

Sam sastanak sa tim velikim klijentom, kojem srećom nisam prisustvovao, bio je katastrofa. Naravno da su odbili helikopter i turističko razgledanje zemlje. Naravno da su došli kod njega u kancelariju tačno u 10, u "oblake dima i alkoholnih isparenja", privi 45 minuta su odbijali da sastanak započnu čašom "domaće loze, za sreću", a poslednjih 15, od ukupno sat koliko su ostali, gledali su kako da izvuku živu glavu.

Moj posao rada sa lokalnim stanicama su počeli više da cene, a ja tog vlasnika lokalne TV stanice više nikad nisam imao priliku da sretнем.

Ali sam naučio da ciljna grupa ima različito značenje.

Šta sam naučio:

1. Različiti ljudi različito percipiraju iste pojmove.
2. Prilagodi se lokalnim specifičnostima.
3. Sa konzervativnim američkim kompanijama, ne preporučuje se insistiranje na alkoholu za početak sastanka, pogotovo ne ujutru



ZNAM KAKO NISAM ČOVEK ZA VELIKA DELA, NISAM OVDE DA BIH MENJAO SVET. BILO MI JE DOVOLJNO DA UČINIM NEŠTO LEPO I KORISNO ZA PORODICU, KOLEGE, PRIJATELJE I SEBE. AKO JE TO U SKLADU SA MORALOM, ONDA MOGU MIRNO DA SPAVAM



doba uvek naći idiličnih priča.

Na primer?

Svima nama koji smo se bavili ovim poslom je bilo zajedničko to što smo morali direktore raznih preduzeća ubedljivati kako smo im potrebni. Bili smo pioniri, stvarali potrebu za novim načinom oglašavanja. Sećam se da sam tih godina imao na desetine prezentacija po firmama: šta se radi, kako se radi, zašto je potrebno istraživanje tržišta, planiranje, čemu služi strategija. Doduše, to je imalo i nekih prednosti: klijenti nisu bili edukovani i takav ti uvek kaže: "Neću da te ograničavam, daj mi nešto interesantno." Obrazovani klijenti imaju planove, strategije i daju ti precizan zadatak u čijim granicama moraš da radiš.

Kako je izgledala vaša karijere pre Sačija?

Krajem 80-ih sam radio u Studio marketing Delu, ali nisam tu baš bio srećan - ni zbog para ni zbog zadovoljstva. Dragan Sakan mi je bio šef i neprestano sam se sukobljavao s njim oko najrazličitijih pitanja. To je bilo vreme Ante Markovića, opšti progres, pa sam poželeo da se osamostalim. Zvao sam Dušana Stojanovića, bivšeg kolegu iz Dela, da mi bude partner i osnujemo novu agenciju. On je, međutim, tada bio šef marketinga Crvene zvezde i nije htio da siguran posao menja za maglu i rizik. I onda me je odjednom iz Londona pozvao Majk Libling iz agencije Sač&Sači, ponudio mi da budem njihov čovek za Jugoslaviju i tu se sve promenilo. Na kraju me je zajednički prijatelj, dr Veljko Đurić, nagovorio da u celu stvar uđem sa Sakandom po principu jedinstva suprotnosti.

Da li ste očekivali rat?

Ma kakvi, ni u ludilu! Recimo, '91. sam se družio sa kulturnim atašeom američke ambasade, on je kasnije u Iranu uhapšen kao agent CIA. Kod njega sam ovde u Američkom kulturnom centru prvi put u životu video mekintoš. U novinama se jednog dana pojavila nekakva američka prognoza - raspašće se Jugoslavija! I pošto smo se pomalo sprijateljili, sutradan ga pitam: "Čekaj, bre, da li je to stvarno

moguće?" On me gleda onako poluškiljeći: "Pa, bojim se da jeste." "Ma, vi nemate, pojma", viknem na njega, "nema šanse da rikne Jugoslaviju" Uvek sam bio glup za te stvari - teorije zavere, CIA, Vatikan, uvek sam bio lakoveran.

Šta se te '91. dešava sa reklamnom industrijom u umirućoj SFRJ? Naokolo gruvaju topovi, a vi i dalje treba da reklamirate dobar život i dobre proizvode?

Pa i dok je Titanički tonuo, orkestar je svirao. Mi smo se i dalje bavili nekim reklamama, sve dok se to moglo. A i kad su krenule sankcije i hiperinflacija, radili smo neke reklame, bez obzira na sve što se dešavalo. O tome ne znam mnogo, jer sam se u to vreme bavio razvojem naših agencija izvan Srbije. U Sloveniji smo '91. otvorili Sači&Sači, u Bugarskoj '92, u Makedoniji '93, u Hrvatskoj '94, valjda naredne godine u Albaniji, pa '96. u Sarajevu. U beogradskom Sačiju je sedeо Sakan i tu smo okupili kreativni krem Beograda. Teško mi je da nabrojim sva imena, ne bih želeo nekog da preskočim, a nekog da podsetim na njegove ili njene početke, jer su se u



međuvremenom ubedili u neku drugu sliku. Sači je bio ostrova dobra u moru zla. Na srpskoj reklamnoj sceni danas ne postoji nijedna značajna ličnost koja tada nije bila u Sačiju. Par brojeva dalje od nas u Hilendarskoj ulici bilo je sedište agencije Spektra. Mi smo imali taj elitistički pristup da smo mi eksperti, kobajagi neki umetnici, a Milan Beko, Beba Popović i ostali iz Spektra su bili stručnjaci za pare, u tome su bili brillantni.

Kakav je bio Dragan Đilas kad se zaposlio kod vas?

Njega je u Sači doveo profesor Ivan Štajnberger, tada dekan Filozofskog fakulteta. Filozofski je tada bio vrlo aktivan u studentskim protestima, a jedan od studentskih vođa je bio Đilas. I tako je nam je poštovani i dobri profesor doveo "dečka koji obećava".

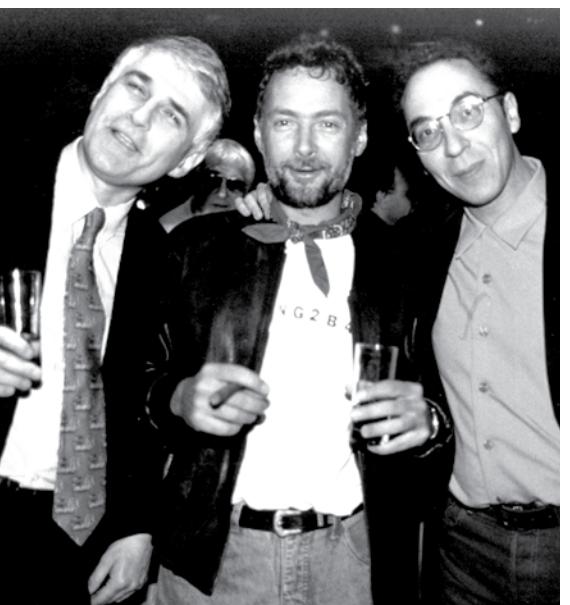
Koji te 1992. izjavljuje: "Ja hoću da budem premijer."

Da li je rekao '92, '93 ili '94. ne znam, ali je rekao tada da mu je to životna ambicija. Mislim da bi bio sjajan premijer: ima muda, pametan je i sposoban, bahat dovoljno da ga se ljudi plaše. Veliki je radnik i sposoban organizator - mislim da bi bio odličan premijer.

Da li ste mu verovali kad je rekao to za premijera, da li se tada videlo da je sposoban za velike utakmice?

Ne znam da li sam o tome uopšte i razmišljao. Verovatno sam to uzeo samo kao jednu konstataciju i deo njegove ličnosti. A on je kasnije sve svoje aktivnosti vrlo svesno, usmereno i pametno vodio u tom pravcu. I sad igra odlično, svaki mu je potez

SVE ŠTO JE PROŠLO IZGLEDA LEO. ČAK I RAT ILI SANKCIJE. VIDELI STE ONAJ FESTIVAL VOLIM DEVEDESETE - PUJNA ARENA. LJUDSKI MOZAK JE FORMIRAN TAKO DA ZANIEMARIJUJE LOŠA SEĆANJA



NE RADIM REKLAME ZA OČIGLEDNE PРЕВАРИЕ. DA BIH U RADIJO DOBRU REKLAMU, JA STVARNO MORAM DA VERUJEM U ONO ŠTO PRICAМ

vrlo dobar. Otkriću i jednu tajnu, koju mali broj zna. On je iz Sačija otišao zbog nekog sukoba sa Sakanom. Rekao mi je da ide i pozvao mene da mu se pridružim, objašnjavajući da bismo mogli da budemo dobar tandem, jer je on bolji menadžer od mene, a ja bolji stručnjak od njega.

U knjizi pišete o raznim putovanjima po Balkanu tokom '90-ih. Koliko su rat i raspad zemlje promenili ljudе, naročito one koje ste ranije poznavali?

Prvo, nikad nisam imao stereotipe o ljudima: Bosanci su tupavi, Hercegovci lopovi, Hrvati podli... To su sve gluposti. Na mene možda jedino deluje stereotip o Crnogorcima - drčnim i kurčevitim. Drugo, tokom rata nisam izgubio nijednog prijatelja od ranije, nijednog nigde. Svi oni su bili manje-više građanski orientisani, apolitični, znali su šta se dešava.

Kako je 1992. izgledao Zagreb u odnosu na tadašnji Beograd?

Ne sećam se baš prvog utiska, jer sam tamo prvi put otišao prilično zastrašen. Čini mi se da nisam glup čovek, ali kad pre toga u beogradskoj štampi čitate o crnim košuljama i srbosjecima, u čoveku se ipak stvori neka nelagoda. U Zagrebu se osećalo da je Hrvatska zemlja u ratu, ali sam ja bio zaštićen društvom tamošnjih prijatelja. Jedinu neprijatnu scenu sam imao kad me rođeni stric, koji je živeo u centru Zagreba, pita: "A što nas vi bombardujete?" Pitam ga kako ga mi to bombardujemo, ko smo mi, a on odgovor: "Pa, eto, i Dubrovnik ste noćas rokali." Pa je malo trajalo dok se nismo sporazumeli.

U Zagrebu se tada ipak znalo ko ste i odakle dolazite. Naročito na HRT-u, tada HTV-u.

Imali smo sreću što je Sači pred sam početak sukoba izmirio sve dugove prema HTV-u. Zapravo, bili smo ostali dužni par stotina hiljada dolara za neku kampanju, ali smo se Sakan i ja potrudili da se to zatvori preko neke sedme kompenzacije. Usput, možda je to bila tajna naše dugotrajnosti - što nismo prevaranti. Hoćemo da zaradimo, ali nećemo da otmemo jer oteto je prokleto. Uglavnom, ljudi sa zagrebačke televizije su pristali da nastavimo posao, mada nisu hteli ili smeli da se sa mnom sastaju u svojoj zgradbi tamo na Prisavlju, nego smo poslove završavali u restoranu Esplanade. Doduše, Sači u Zagrebu smo osnovali preko naše austrijske kompanije, pa su na

nas formalno gledali kao na Austrijance, što je bio paravan koji je donekle olakšavao stvar. Verujem da pogotovo nije bilo lako Ginki Milinković koja je tada vodila zagrebački Sači. Sećam se, jednog dana '93, zove me Ginka, pronađe me na nekom sastanku u Frankfurtu i kaže da mi faksom šalje nešto zanimljivo. I pošalje članak iz njihovog tjednika *Danas*: na dve strane izlazi priča pod naslovom: *Tko je Ivan Stanković* - kako sam ja čovek koji u Beogradu radi kampanje za Miloševića, dok je Sakan general KOS-a. Posle toga se nisam dobro osećao, moram da priznam. Nisam nikako mogao da pronađem taj članak sad kad sam pisao knjigu.

Sakan je dosta bitna figura ove knjige, prema njemu gajite bipolarna osećanja, ali bi se reklo da ga iznad svega poštujete?

Sakan je 17 godina bio moj partner i normalno je da je zauzeo to mesto. Bio sam istinit i surov prema sebi, pa tako i prema njemu. Uprkos epilogu, mislim da smo zajedno napravili neke velike stvari.

Napisali ste kako je bio majstor za lobiranje festivalskih nagrada.

Veliči majstor! Sastavni deo dobijanja nagrada na tim festivalima je i lobiranje. Imate lobi za Nobelovu ili Pulicerovu nagradu, za Oskara, pa tako i za reklamne nagrade.

Da li ste i vi to radili?

Nisam, mene bi bilo blam da sad nekoga vučem za ruku da mi dodeli nagradu.

Sakana nije bilo blam.

Sakan je bio specifičan i čudan čovek, ali je uradio strahovito puno stvari za ovu struku. I to ne samo u Srbiji, nego i u regiji. Kao svaka ličnost, imao je dobru i lošu stranu.

Primer kako se izvukao da ne radi kampanju za JUL je dobar?

Da, recimo to. Sakan je bio vrlo mudar čovek koji je dobro vodio kompaniju u tim zajebanim vremenima. Ja bih to radio daleko lošije, jer sam radikalniji u stavovima. On je bio car za "odlučno-možda" strategiju. Kampanju za



**TAKAV RASKID SA SAKANOM I SAČIJEM
JE PITANJE I EGZISTENCIJE I IDENTITETA I
SUJETE. SAČI JE ZA MENE BIO VIŠE NEGO
SAMO POSAO, TO SAM BIO JA, U TOJ
ZGRADI U HILANDARSKOJ SU ODRASTALA
IGRALA SE MOJA DECA, TAMO JE BIO MOJ
SOCIJALNI ŽIVOT, PREKO TOGA SAM BIO
NEKO I NEŠTO**

**OD 1. MAJA U
BEOGRADU
Nušićeva 27**

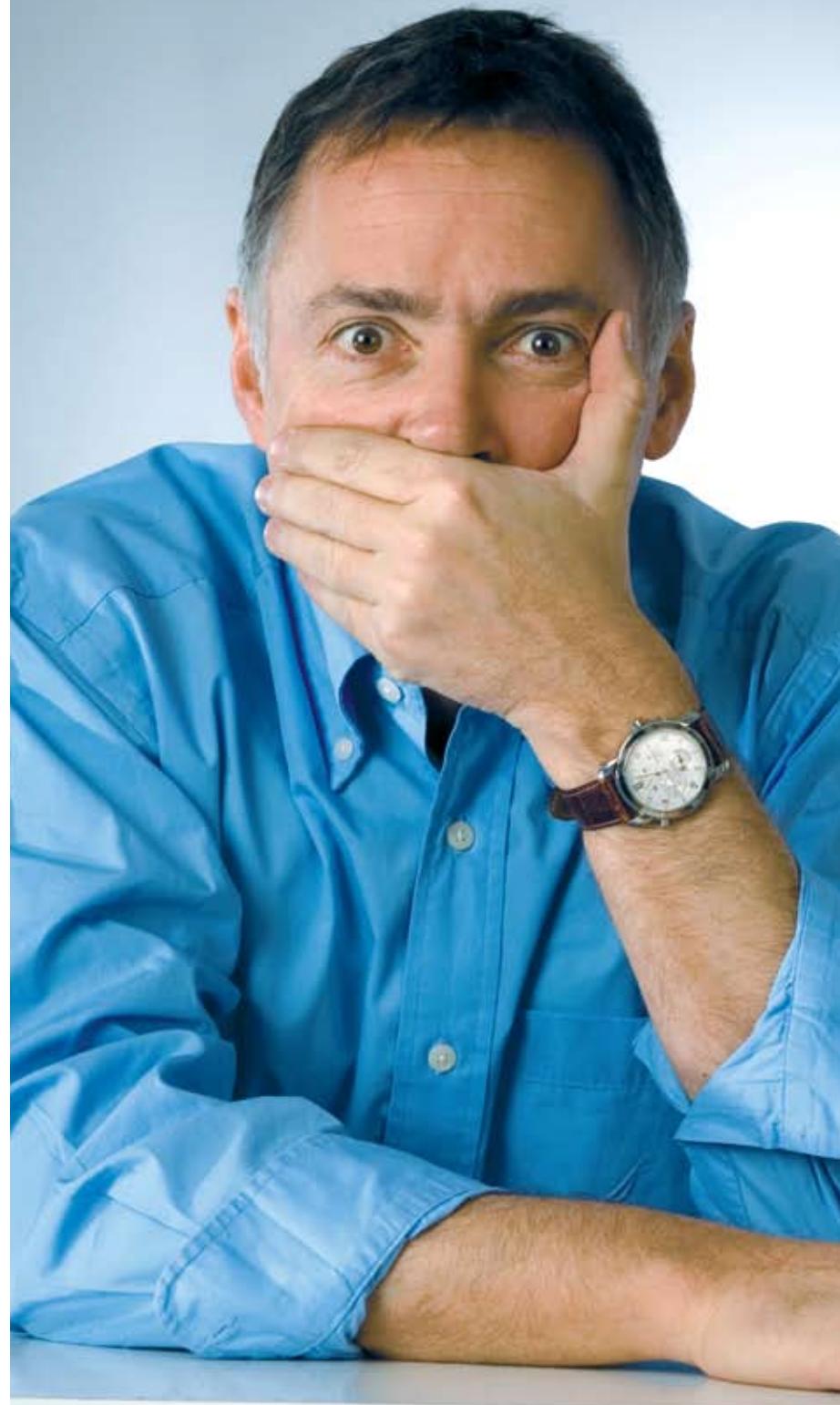
INFORMIŠITE SE NA
www.leonardo-košulje.com



KORISTITE INTERNET BEZ STRAHA SINGI ČUVA

Lik i delo

1955: početak
1978: diplomirao je na Ekonomskom fakultetu u Beogradu
1979: ulazi u reklamni biznis: Jugoslavijapublik, Studio marketing Delo...
1990: sa Dragonom Sakanom osniva Sači&Sači za Balkan
2002: po gubitku Sačija, osniva svoje agencije Media S i Communis
2006: prijavio doktorat sa temom "Srpsko reklamno tržište u periodu 1996-2006"
2010: Nagrada za životno delo Udruženja ekonomskih propagandista Srbije, 2011 Grand Slam Reklamoždera za ukupni doprinos razvoju struke
Dobitnik raznih drugih nagrada. Docent na Fakultetu dramskih umetnosti i profesor na Fakultetu za medije i komunikacije u Beogradu. Iz dva braka ima četvero dece, oženjen novinarkom Majom Žeželj.



JUL smo izbegli opet zahvaljujući Sakanovoj mudrosti.

Pričajte!

To je bilo '94, sâm sam otiašao na sastanak sa njihovim generalnim sekretarom Kundakom u Beopetrol, tamo na Novom Beogradu u zgradi ispred koje je kasnije ubijen u sačekuši. Sakan i ja smo se još mnogo pre dogovorili da ne ulazimo u partijske kampanje, ali bilo je jasno koliko je opasno odbiti stranke na vlasti. JUL je tada bio u apsolutnoj moći, to je bilo neverovatno, svi su od straha padali pred njima jer su ovi stvarno bili bezočni i mnogo moćni.

A kako je izgledalo časkanje sa Zoranom Todorovićem?

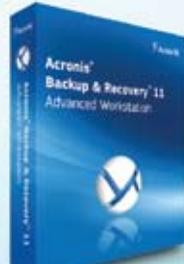
Daleko od časkanja. Sa Kundakom je bio još jedan čovek koji je sada živ, pa ne bih da mu pominijem ime. Sedimo, gledamo se oči u oči, ja zbuđen i uplašen, Kundak hladan kao santa leda, arogantan, obučen u neko bezlično odelo, gestikulacija nula, verovatno razočaran što se Sakan nije pojavio, jer je Sakan bio daleko poznatiji od mene. To nije bio razgovor i diskusija, bez ikakve predigre je saopšto zadatak - Sači će raditi kampanju za JUL. Pokušao sam da izvrđam - londonska centrala nam to zabranjuje, inače ćemo izgubiti licencu. "Neće saznati", odgovorio je mirno. "Ali, mi smo veoma skupi." I za to je imao spremjan odgovor: "Radićete

nastavak na strani >> 154

Singi čuva koristeći najsavremenije alate iz oblasti antivirusne zaštite, zaštite od gubitka podataka i zaštite od neovlašćenog pristupa vašim podacima



Zaštita od
neovlašćenog pristupa
informacijama



Zaštita od gubitka
podataka



Antivirusna
zaštita



Makedonska 21/1 Beograd
www.drmilanpavlovic.com
office@drmilanpavlovic.com
011/33-73-718
063/218-520



Lice bez osmeha liči na masku!

Zato se smeje često, samouvereno i široko. Zdravi, lepi i beli zubi su najbolja beauty investicija. Dr. Milan Pavlović, ekspert za lepotu osmeha, ima brzo i najbolje rešenje za sve probleme u vašim ustima. On zna kako da postanete vlasnik blistavog holivudskog osmeha biserne beline, koji će vam izmeniti život iz korena. Zahvaljujući najnovijim svetskim metodama u estetskoj stomatologiji dr. Milan Pavlović uspešno preoblikuje osmeh koji postaje jednostavno lepsi. I VAŠ OSMEH MOŽE ZASIJATI ZRACIMA SUNCA!



Dr. Milan Pavlović



nastavak sa strane >> 26

besplatno, to će biti vaš dokaz lojalnosti." Nisam znao šta da mu kažem. Nekako smo to priveli kraj, zaključim da sve moram proveriti sa Sakanom i Londonom. Nije bilo druge nego da Sakan pozove Hadži-Struju i zatraži pomoć. I Antić nam zaista spasi kožu: "tamo gde treba" je objasnio da smo mi njihovi, neka opozicija misli da smo neutralni i mogu računati na našu tajnu ali ne i operativnu podršku. I tako se nekako izvučemo iz opasnog zagrljaja. Naravno, kontrausluga Struji je bila neizbežna: morali smo za Košavu Marije Milošević da osmislimo vizuelni i audio identitet. To je uradio

TO JE KOD NAS JEDNA OD NAJVEĆIH UVREDA: "MA, TO JE TVOJ MARKETING, NIEMA VIEZE SA STVARNOŠĆU!"
TO JE DONEKLE PROBLEM DRUŠTVA, ALI I TO ŠTO JE MARKETING NEOPISLJIVA STVAR, NIJE ATOMSKA FIZIKA DA SVE MOŽETE IZRAČUNATI U ZADNJIM DECIMALAMA

Tim Talenata, kao deo Sačija, njih je vodio Mićko Ljubičić. Ali, pod izgovorom da zamaskiramo sve tragove, taj projekat smo vrlo dobro naplatili.

Da li ste ikada radili za SPS?

Nismo, ali jesmo za Ministarstvo kulture onu poznatu kampanju "Lepše je sa kulturom" o kojoj se još priča. To je Sakanov dil bio, ja sam od-bio bilo kakav rad na tom projektu. Ipak, dosta kasnije sam upoznao tadašnju ministarku Nadu Popović-Perišić i čak smo postali prijatelji.

HRT, JUL, Miloševićeva vlada. Da li ste tih godina razmišljali o prodaji duše đavolu?

Naravno da jesam, često. Ali, kao što sam

rekao ranije, znam kako nisam čovek za velika dela, nisam ovde da bih menjao svet. Bilo mi je dovoljno da učinim nešto lepo i korisno za porodicu, kolege, prijatelje i sebe. Ako je to u skladu sa moralom, onda mogu mirno da spavam. Mislim da, s obzirom na okolnosti, nikad nisam prekoracio crvenu liniju. I tu sam vrlo kategoričan. Neke stvari se ne mogu kupiti. Nemam pravo da osuđujem one koji su sarađivali, jedino mogu da govorim o sebi.

"Sve lepe stvari imaju svoj kraj", citirate Minimaksu u Kakodaloziji. Kako ste pukli Sači, Sakan i vi?

Jedno od poglavlja knjige koje se bavi time je naslovljeno sa "Dotak'o sam dno života". U svakom slučaju, mi smo se samoubili. Tri stvari su tome doprinele. Prva globalna: francuska agencija Publicis je kupila Sači. Onda je krenulo gloženje Francuza i Engleza, sa svim lošim posledicama po sve. Drugi razlog su neki ovađašnji ljudi koji su imali neke neraščišene ambicije i prema nama, beogradskom Sačiju. I treća priča je to što smo nas dvojica

tu stvar pogrešno održali. Znači, nije bio kriv

moj socijalni život, preko toga sam bio neko i nešto. Sve to preko noći nestaje i pitaš se ko si, šta si, šta radiš, šta dalje. Sakan i ja smo bili bogovi, odlikaši, i ta nova situacija je bila veliki blam u javnosti. Bio sam u Sarajevu sa čerkom Leom kad me je iz Londona pozvao direktor Sačija za Evropu, moj dugogodišnji prijatelj Sajmon Gud: "Slušaj, nažalost, moram da ti kažem da sam upravo potpisao pismo o raskidanju naše saradnje. Žao mi je, znaš da sam morao."

Ne mogu opisati kako sam se osećao. Postoji još jedna situacija koja se može porebiti sa tom: kad su mi lekari rekli da moja bolesna žena ima manje od pet posto šansi da dočeka jutro. Ne bih da me neko pogrešno shvati, nisam ja nikakav monstrum koji misli samo na posao, ali hoću da se razume koliko mi je Sači bio važan.

Nedugo zatim ste sa Franom Lasićem u Braće Jugovića otvorili restoran Sinatra. Po tadašnjem pisanju Svetu, čuvenom zavodniku nije odolela ni vaša žena, tada devojka. Kako to, međutim, da Robert Čoban nije odoleo vašem telefonskom pozivu?

Frano i ja smo prijatelji preko 35 godina. On je divan čovek od koga se može dosta naučiti, ali neke stvari od njega nikako ne treba učiti. Pravi je gospodar, izuzetno dobar čovek, ali je u stanju da zbog nove djevojke zabravi gde je i zbog čega krenuo. Obožava Beograd, ima puno prijatelja i tih godina se ovde zaljubio u jednu devojku, jednu u dugom nizu. U Zagrebu je pre toga imao jedan restoran, pa mi je predložio da u Beogradu zajedno otvorimo nešto. Rekao je kako mu ja nisam potreban zbog rada, nego zbog mozga i načina razmišljanja. Na to sam se primio momentalno, kao najgora plavuša, seks bomba kojoj zavodnik kaže: "Mene ne zanima tvoje telo, zanimaš me ti kao ličnost." I tako je 2004. nastao Sinatra. Ipak, nije nam se dalo, taj restoran je nešto završio. Ja očigledno nisam mogao bez advertajzinga, a i Frano se, očekivano, uskoro odljubio, sve ređe dolazio u Beograd, pa smo Sinatru uskoro zatvorili.

Ispričajte kako se pre toga desilo ovo sa Majom i kraljem žute štampe.

E, da! Izađemo u grad Maja, Franina devojka, on i ja. Maja i Frano su ljudi sa ekrana, njih znaju svi, nas gotovo niko. Nas dvoje smo kao neki statisti. Naravno, tabloidi pišu o pozantim: Maja i Frano viđeni ovde, Frano i Maja viđeni onde. U početku je bilo smešno, a onda je osvanuo neki veći tekst u Svetu: "Na pomolu nova romansa - Frano Lasić i Maja Žeželj su čitave večeri razmenjivali nežnosti." Tu kažem Maji: "Super je to, čoveče! Ti ispadneš zavodnica, Frano švaler, a ja rogonja." I onda po prvi put u životu zbog neke privatne stvari pozovem jednog urednika. Telefoniram Robertu Čobanu i kažem mu: "Slušaj, situacija je takva i takva, to mi je devojka, nije u redu da to pričaš, nema nikakve veze." I on je vrlo ljudski rea-

govao, odmah su prekinuli s tim tekstovima.

Šta je ponuda koju nije mogao da odbije?

Jok, nikakva nepristojna ponuda. Samo sam ga zamolio.

U knjizi sami kažete da je to bilo iznenadešenje za sve koji ga poznaju.

To je verovatno zato što ljudi poslovni deo nečije ličnosti preslikavaju na privatni. On se prema meni vrlo korektno poneo. I hoću da ponovim kako nikada, nikada i ama baš nikada nisam pretio i mahao svojim stvarnim ili preuvetučanim značajem. Kad god sam imao neki problem, pa i kasnije kad se Maja razbolela, nastupao sam sa: "E, razumi me kao čoveka, nemoj to da mi radiš, molim te."

Vaša supruga jeste pametno i ljupko lice sa ekrana, bez skandala iza sebe, ali svejedno - da li vas je iznenadila ogromna podrška javnosti kad se razbolela. Ako se dobro sećam, i preko novina su vam nudili krv i avionski prevoz za inostranstvo, na Fejsbuku su osnivane grupe podrške, čak su i većito krvožderni tabloidi nekako začutali.

To je tragična priča sa hepiendom i to je stvar kad privatno postaje javno. Ono što je san svih ovih starletica. Na kraju poglavlja o tim događajima citiram mog pokojnog teču, profesora Medicinskog fakulteta dr Mihaila Mojovića: "Čini dobro, dobrí će ti se vratiti." To je možda moja lakovernost, ali duboko verujem u tu misao. Saša Tijanić je bio jedan od prvih čitalaca rukopisa ove knjige i to je prokomentarisao sa: "Super ti je knjiga, ali ne slažem se sa konstatacijom da su ljudi, ipak, dobri."

Bio sam u dilemi da li uopšte da pišem o tome, ali mislim da je ceo taj događaj bio suviše javnog karaktera da bih ga sada prečukvao. Dakle, bila je subota, oktobar 2010, šetamo decu po gradu, uveče planiramo koncert Par-nog valjka, ali Maju zovu da vodi Dnevnik jer joj se neki kolega sa RTS-a razboleo. Nešto posle osam me zove ona sa televizije - ima temperaturu, odmah da dođem po nju. Stignemo kući, uzme brufen, istušira se i prespava, ali ujutro joj je gore. Vozim je u Urgentni centar, tamo joj izmere temperaturu od 40, koža počinje da joj biva ljubičasta, niko ne zna šta je. Uveče konačno kažu: irreverzibilna sepsa, ako prezivi do ujutro, ima manje od pet posto šanse da se skroz izvuče. Novinari su odmah saznali i zvali doktore, ovi su čutali. Onda se jednog od narednih dana ukazala potreba za krvnu plazmu. Najpre sam poslao mail mojim zaposlenima. Onda Veranu Matiću, znao sam da je dobrovoljni davalac krvi. Samo par sati kasnije u Zavodu za transfuziju se pojavilo 50-60 ljudi. I onda je krenula vest, mislim da je Story prvi objavio: "Maja Žeželj se bori za život." Zvao sam urednicu Bebu Dragić: "Molim te, nemojte ništa pisati, ovo je naša stvar." Ali bilo je kasno, krenule su priče, čak je i Boki 13 sa telohraniteljima došao u Urgentni centar da ponudi krv. Ipak, moram da kažem da su

svi bili korektni i uskoro nas ostavili na miru.

Tada je neko, mislim u NIN-u, napisao kako je odnos ljudi prema vašoj porodici tih dana pokazao da nismo baš svi otišli do davola.

Na Fejsbuku je grupa za podršku Maji na kraju imala 256.000 članova. Dakle, 256.000 ljudi pokazuju da su kako-tako добри ljudi. Maja je javna ličnost, a ljudi takve uvek vole: osoba bez mrlje, majka dvoje dece, dobro izgleda, vrlo je ozbiljna, a situacija je bila takva da su se ljudi mogli identifikovati sa njom. Svako može da se razboli! I to je osnov svakog dobrog filma - da se identificuje sa tom situacijom. I šta - košta li nešto da daš elementarnu ljudsku podršku na glupom Fejsbuku? Ništa ne košta. Ali, ta podrška nam je puno značila i oboje smo izuzetno zahvalni svim tim ljudima koji su mislili na Maju.

Da li ste Maja i vi promenili nakon njenog oporavka. Neki ljudi se posle takvih situacija zavole još više, neko postane religiozan, neko manje osetljiv na svakodnevne banalnosti...

Neposredno po njenom izlasku iz bolnice, ja sam dobio Nagradu za životno delo. I tada sam morao da se javno obratim skupu. Nisam bio siguran da li će sve reći kako treba ako govorim iz glave, pa sam napisao govor, gde sam se rasplakao, a i veliki broj prisutnih je jecao. A tu sam rekao sledeće:

Nagrada za životno delo zvuči vrlo moćno, dosla konačno.

Ali, postoje i životne nagrade za dobra dela. A ja sam neke od tih životnih nagrada već dobio i mnogo mi znače.

Čitav svoj radnik posao koji volim, koji mi omogućava da mi je svaki dan novi izazov, nova mind game, nova šansa da nešto dobro uradim. Velika privilegija.

Životna nagrada je i da radim sa takvim sjajnim ljudima, koji mi daju podršku, snagu, inspiraciju i volju da nastavim i kad se umeprim. Politika da sam birao ljudе po dva osnovna kriterijuma: da su dobri ljudi i pametni

U ZAGREBU SE OSÉČALO DA JE HRVATSKA ZEMLJA U RATU, ALI SAM JA BIO ZAŠTIĆEN DRUŠTVOM TAMOŠNJIH PRIJATELJA. JEDINU NIEPRIJATNU SCENU SAM IMAO KAD MIE ROĐENI STRIC, KOJI JE ŽIVEO U CENTRU ZAGREBA, PITA: "A ŠTO NAS VI BOMBARDIJETE?"



ljudi, daje najbolje dugoročne rezultate.

Životna nagrada je i da imam prave prijatelje, koji se pokazuju onda kad je najteže. Proteklih nedelja, to su pokazali - nudeći mi od aviona, ramena za plakanje, razumevanja za mojo autističnost, do organa za transplantaciju.

Životna nagrada je iznad svega porodica koja ti daje snagu, inspiraciju, motiv i želju da kreneš tamo kuda drugi ne bi, da skupiš snagu kad si na kraju. Tako je bilo dok sam bio mlad (hvala, draga mama), tako je i sada. Moje najveće životne nagrade su moje četvero dece, od kojih je Lea konačno počela da radi u svojoj prirodnoj sredini i učinila me beskrajno srećnim i ponosnim.

Na kraju, možda najznačajnija životna nagrada - zdravlje. U protekla dva meseca lično sam se uverio u istinitost bapskih priča o značaju zdravlja.

Moja Maja je prošla put do drugog sveta i nazad, ali mi je to pomoglo da i sam shvatim koliko je volim i koliko mi znači kao podrška, kao životni partner u svakodnevnim borbama. Drago mi je što je danas prvi put, nakon svega, baš večeras odlučila da se u javnosti pojavi na ovom mestu i pomogla mi da životne nagrade stavim iznad nagrada za životno delo.

I tu se pokazala tačnom ona stara izreka: što me ne uništi, osnaži me. Ova dramatična epizoda je uticala da se još više zblžimo, zavolimo i shvatimo koliko značimo jedno drugom. I to je nešto lepo što nam je taj cunami doneo. ■