



Foto: Fabrice Demouilly/100 Manèges

Bez prazne priče

Svijet jeste postao globalno selo, ali ne ide baš sve preko interneta, pogotovu inicijalni izlazak na novo tržište. Email je dobar, Skype još bolji ali poslovni odnosi se grade kroz lični kontakt i baziraju na međusobnom povjerenju, što je puno lakše izgraditi kroz kontakte licem u lice. Ljubomir Stanišić, koji je prije svega uspješan poslovni čovjek u Portugalu, kao temelje poslovne kulture u ovoj zemlji navodi „iskrenost i bez prazne priče“. Za sve one koji vjeruju da imaju šta ponuditi na portugalskom tržištu, bilo da je riječ o proizvodima ili uslugama, možda bi bilo dobro da zapamte onaj dio, „bez prazne priče“.

Piše: Dražen Simić

Ljubomir Stanišić je u Portugalu medijska zvijezda koja je od svoje kulinarske vještine napravila umjetnost, a od svog imena poseban brend. Kao dijete na početku rata u Bosni i Hercegovini s majkom napušta Sarajevo i kao izbjeglica potuca se od Bijeljine do Beograda, da bi se, potom, sam otisnuo u svijet i skrasio na kraju u Portugalu 1997. godine.

Nakon početnih poslovnih uspona i padova, danas je vlasnik jednog od elitnih restorana i kafea u Lisabonu, a u svoje biznise ubraja i medijsku produkciju i izdavaštvo. Njegov kulinarski TV šou, koji je sličniji „realitijima“, nego tradicionalnim emisijama o kulinarskom, producira njegova kompanija, a potom ga uspješno prodaje lokalnim i međunarod-

nim TV kanalima. Izdavač njegovih knjiga, naravno o kulinarskom, objavljenih na portugalskom jeziku, takođe je njegova kompanija. Medijsku sliku kreira njegov PR odjel, koji mu vodi supruga, koja je profesionalni novinar, a sve skupa čitav biznis zapošljava osamdesetak ljudi.

Kažu da se menadžer postaje a preduzetnik rađa, a Ljubomir Stanišić po tom kriteriju je definitivno preduzetnik, jer ima višak ideja i energije a manjak vremena. I definitivno ne vjeruje u tradicionalni koncept „niske cijene, velik promet, dobra zarada“, preferirajući umjesto toga „vrhunski kvalitet i visoke cijene“, jer standardna cijena večere u njegovom restoranu, gdje je meni fiksna i nema biranja, iznosi 65 eura, a sa pićem 100 eura. Po osobi, naravno.

Njegova sestra, Nataša Stanišić, koja vodi dnevnu operativu firme,

kroz smijeh kaže da je „problem sa Ljubomirom što je perfekcionista, a to nije uvijek baš najpametnije sa stanovišta finansija, pa ga ponekad treba malo 'prizemljiti'. Ali šta da se radi, takav je“.

A kakvi su Portugalci i kako je poslovati sa njima?

Ljubomir Stanišić: Generalno, u poslu i poslovnim pregovorima, Portugalci su strašno iskreni. Ako se desi da su isporučili proizvod koji je iz bilo kog razloga lošijeg kvaliteta od onoga što je dogovoreno, bez riječi će izvršiti zamijenu i poslati novu pošiljku, bez ikakve rasprave. Takođe, podrazumijeva se da ako nešto namjeravate prodavati Portugalcima, prvo ćete pokazati uzorke koji moraju biti istog kvaliteta kao što je i sam proizvod. Ponuditi uzorke top kvaliteta a onda isporučiti robu koja je lošija, jednostavno neće ići.

Izuzetak je kada se radi o lokalnim majstorima, građevincima, vodoinstalaterima, staklarima i sličnim – e to je druga priča. Dođe ti da ih tučeš, jer tu je beskrajno natezanje i ubjeđivanje, bez obzira na to što ste se dogovorili na početku, šta vam tačno treba, kako to treba izgledati i kada će biti završeno. Tu nema bitne razlike između Balkana i Portugala.

● U čemu je suštinska razlika u poslovnoj kulturi između Portugala i Balkana?

Ljubomir Stanišić: U suštini, radi se o jako sličnom mentalitetu. Portugalci vole isto što i mi sa Balkana, vole i sjesti u kafanu, ali ne vole samo praznu priču. Ako se priča o poslu onda to treba biti konkretno, ko, šta kada, koliko, po kojoj cijeni. Meni se, recimo, dešavalo da u Bosni dogovorim nabavku tradicionalnog bakarnog posuđa vrijednog nekih tridesetak hiljada eura i onda, kada mi zatreba veća količina, odjednom skoči cijena, što nema nikakvog smisla. E toga ovdje nema.



U Portugalu nema onog „ima li mene tu“, kada se radi o ugovaranju poslova ili u komunikaciji sa administracijom – natezanja sa birokratijom naravno ima, ali to se ne rješava „plavom kovertom“

● Ima li podmičivanja?

Ljubomir Stanišić: I to je velika razlika u odnosu na Balkan. Ovdje nema onog „ima li mene tu“, kada se radi o ugovaranju poslova ili u komunikaciji sa administracijom. Jednostavno, nema te svakodnevne korupcije. Natezanja sa birokratijom naravno ima, ali to se ne rješava „plavom kovertom“. Mi smo nedavno imali problem sa uzorcima vina koje smo uvezli preko kompanije iz Hrvatske, i pošiljka je stala na portugalskoj carini jer im se deklarirana cijena za šest boca učinila premalom. Na kraju, jednostavnije mi je bilo zatražiti od partnera iz Hrvatske da pošalje novu fakturu sa višestruko većom cijenom i platiti carinu, nego se natezati sa carinicima ubjeđujući ih da je tu riječ o besplatnim uzorcima.

● Koliko su uopšte ljudi sa područja bivše Jugoslavije prisutni u portugalskom biznisu?

Ljubomir Stanišić: Ovdje je vrlo malo ljudi sa područja bivše

Jugoslavije, a još manje je naših proizvoda. Krajem devedesetih, u Portugalu je bilo možda oko hiljadu ljudi sa naših prostora, a danas vjerovatno ih nema više od dvije stotine. Logično, mene prvenstveno zanimaju prehrambeni proizvodi s Balkana, ali njih nema, za razliku od recimo Rusa i Ukrajinaca koji imaju svoje specijalizovane prodavnice sa svojim tradicionalnim proizvodima. Tako da ja ne znam da je neko od naših ljudi ovdje napravio nešto značajno u biznisu. Isto je i sa ostalim našim proizvodima kojih jednostavno nema na tržištu.

● Šta je trenutno najveća prepreka u poslovanju sa Portugalom?

Ljubomir Stanišić: Mi pokušavamo da uvezemo što više originalnih balkanskih proizvoda, prije svega naše suhomesnate specijalitete, vina i sireve, prvenstveno iz Bosne i Hercegovine, ali i tradicionalno posuđe, narodne nošnje i slične proizvode specifične za

naše područje. Jedan od najvećih problema je činjenica da Bosna, Srbija, Crna Gora, nisu u EU što je ozbiljan problem kada pokušavate da uvezete bilo kakvu vrstu prehrambenih proizvoda. Tako da se snalazimo kako znamo i umijemo, uglavnom uvozeći takve proizvode preko posrednika iz Hrvatske, što nama dodatno povećava troškove. Ja vjerujem da mi imamo šta ponuditi i to prije svega mali proizvođači, za koje je eventualno najbolje rješenje zajednički nastup i plasman kroz neku formu zadruga ili slično, jer pojedinačno za njih je teško i skupo, zbog malog obima, da prezentiraju svoje proizvode u inostranstvu.

● Šta bi preporučili poslovnim ljudima sa područja bivše Jugoslavije koji imaju namjeru poslovati sa portugalskim partnerima?

Ljubomir Stanišić: Moja preporuka bi se odnosila ne samo na one koji eventualno namjeravaju poslovati sa Portugalom, već sa zapadom generalno. Prije svega trebali bi više putovati po svijetu, bilo da se radi o učešću na sajmovima ili drugim poslovnim skupovima, vidjeti šta se to traži i nudi, kako to drugi rade i uporediti onda sa onim što mi možemo ponuditi. Ja znam da je to skupo, pogotovu prezentacija vlastite firme i proizvoda, jer je zakup štandova na sajmovima skup, kao i svi prateći troškovi od putovanja, smještaja i ostalog, ali to je najbolje rješenje za izlazak na međunarodno tržište i to treba gledati kao neophodnu investiciju.

Osim toga, koliko god to banalno zvučalo, nemojte ignorirati e-mail komunikaciju i potrudite se da odgovorite brzo na eventualne upite, jer iz mog iskustva, ovo nije uvijek slučaj sa firmama sa našeg područja. Danas jezična barijera ne bi trebala biti problem, jer većina poslovnih ljudi, pogotovu mlađih, govori engleski, i tako je svuda u svijetu, pa i u Portugalu. ●