

Când vrei să dai un telefon Europei, pe cine trebuie să suni? Întrebarea istorică a lui Henry Kissinger și-a găsit, de curând, răspunsul: pe Herman Van Rompuy, actualul președinte al UE. Dar când vrei să dai un telefon la cartierul general NATO din Europa, ce număr formezi? Al amiralului James Stavridis, comandantul suprem al forțelor aliate. Din ianuarie anul acesta, românul Alex Șerban are linie directă cu oficialul NATO, pentru că este membru în comitetul de consilieri al acestuia.

O funcție care reprezintă doar un capitol dintr-o carieră aflată, de aproape 20 de ani, într-o permanentă echilibristică între geopolitică și business. Când nu îl sfătuiește pe cel mai puternic lider militar al Europei, Șerban consiliază, prin firma de PR și Public Affairs Șerban&Musneci Associates, aproape 20 de companii multinaționale din domeniul telecomunicațiilor, al apărării, al energiei sau al bunurilor de larg consum.

LECTIA LUI WALESA. Emigrat în Statele Unite împreună cu familia la vârsta de 11 ani, Alex Șerban și-a început cariera într-un domeniu în care conviețuiau deopotrivă politica și economia: jurnalismul. Din 1992 până în 1997, pe atunci proaspătul absolvent de științe sociale a realizat zeci de interviuri pentru revista americană „Leaders“, stând față în față cu diplomați, CEO de corporații și chiar șefi de stat precum Lech Walesa.

Președintele polonez a fost și cel care l-a pus pentru prima oară în încurcătură, abordând două subiecte care nu aveau nicio legătură cu geopolitica: femeile și... căsătoria. „Aveam de ales: să mă blochez și să trec la altă întrebare sau să mă angajez în discuție și să-mi permit să fac o glumă“, își amintește românul. A ales cea de-a doua variantă și a învățat prima lecție de jurnalism, pe care o aplică cu succes și în business: oricât de bine îți faci „temele“, fii mereu pregătit să ai o surpriză.

Interviurile l-au pregătit pentru etapa de boardroom, când trebuia să lucreze direct cu diverși CEO sau să-i consilieze în relația cu ambasadori și miniștri. Perioada

Politica afacerilor de succes

Cu o carieră care se împarte între business și geopolitică, Alex Șerban a învățat regulile jocului de la cei mai puternici oameni ai lumii. De Diana-Florina Cosmin



„Leaders“ i-a format un bagaj temeinic de cunoștințe, dar și unul de povești de viață. „Când îi spui unui om de afaceri argentinian că l-ai cunoscut pe președintele Carlos Menem, ai găsit deja un punct comun de plecare“, explică Șerban.

În 1998, Alex Șerban a schimbat țara, continentul și industria, întorcându-se în România ca Director de Corporate Affairs și Advisor de CEO al Connex, o companie tânără - cu media de vârstă 29 de ani - aflată pe atunci la stadiul de greenfield.

Dacă în politică negociezi, ai posibilitatea să faci coaliții sau poți aștepta următoarele alegeri, în business ziua de mâine nu există

Experiența Connex a fost și primul contact cu o lume a afacerilor care avea prea puține în comun cu Manhattanul, dar care i-a demonstrat că, indiferent câtă experiență de viață ai aduna, nu trebuie să consideri că le-ai văzut sau le-ai învățat pe toate. După o perioadă petrecută în sfera ONG-urilor și o implicare directă în procesul de integrare în NATO - în postura de consilier al premierului Adrian Năstase - Șerban a fondat, în 2002, Casa Nato (Consiliul Euro-Atlantic din România), al cărui președinte executiv este și în prezent. Organizația promo-

Terorismul nu se combate cu tancuri și soldați. Mediul de afaceri are un rol vital.

ALEX ȘERBAN, ȘERBAN&MUSNECI ASSOCIATES

vează o mai bună cunoaștere a alianței și a relațiilor transatlantice, nu doar în plan militar, ci și politic și economic. Asta pentru că transparența comunicării este esențială.

Un domeniu care în România nu se bucură încă de recunoașterea pe care ar merita-o este cel al lobby-ului, unul dintre sectoarele de activitate ale Șerban&Musneci Associates. „Activitatea de lobby este pe atât de curată și transparentă pe cât este de curată și transparentă gândirea celor care o practică și a celor care o ascultă“, crede Șerban. În opinia sa, lobby-ul este perceput în România drept „trafic de influență“ și nu drept o instituție democratică, ce poate și trebuie să reprezinte în mod legal punctul de vedere al mediului de afaceri. Ca om

de comunicare, Șerban simte importanța schimburilor de informații între mediul instituțional și cel de afaceri, iar o cale de mijloc împrumutată de la anglo-saxoni o reprezintă organizațiile tip think-tank. O astfel de entitate - Institutul Aspen România - îl are ca vicepreședinte pe Roberto Musneci, asociatul lui Șerban, iar întâlnirile organizate până acum între antreprenori și factorii decidenți i-au dovedit că, atât în afaceri cât și în politică, important este să te așezi la masă și să discuți. „Secretul este să

poți strânge ambele tabere în același mediu și să le dai ocazia să se asculte una pe cealaltă, cu bune și cu rele“, crede Șerban.

ÎN PRIMA LINIE. La începutul lunii februarie, românul a luat parte, alături de James Stavridis, la Conferința pentru Politica de Securitate de la München, unde a avut ocazia să dezbată viitorul NATO în Afganistan, regimul armelor nucleare sau combaterea mai eficientă a terorismului. Și în aceste chestiuni de strategie regăsește mediul de business.

„Terorismul nu se combate cu tancuri, avioane și soldați. Mediul de afaceri are un rol vital“, crede Șerban. Cea mai importantă regulă pe care oamenii de business ar trebui să și-o însușească de la politicieni? Diplomația. „Constrânși de termene-limită, cheltuieli și profituri, oamenii de afaceri mai au de învățat arta cuvintelor frumoase, care acoperă cuvintele dure și grele“, consideră consilierul amiralului James Stavridis.

Dacă protocolul se învață, o lecție mai importantă este cea pe care încă o au de învățat politicienii de la mediul de afaceri: „Afacerile sunt afaceri, iar politica e politică“. Dacă în politică poți negocia, ai posibilitatea să faci coaliții sau poți aștepta următoarele alegeri, în business ziua de mâine nu există. Bani și locurile de muncă se pierd astăzi, iar economiile au nevoie de sprijin la timpul prezent. „Politicienii trebuie doar să înlesnească regulile jocului pentru ca businessul să-și poată face treaba“, crede Șerban. Nu există timp de pierdut, a venit vremea soluțiilor. Și a comunicării. **F**