

СРЂАН ЈАНИЋИЈЕВИЋ, НОВИ ГЕНЕРАЛНИ ДИРЕКТОР ПНМ-а

Изазов који се не одбија

Пошто је консолидовала темеље, „Политика“ је сада у позицији да поврати лидерску позицију

Срђан Јанићијевић (39) именован је за новог генералног директора предузећа „Политика новине и магазини“ (ПНМ). Овакав избор новог Управног одбора матичног предузећа, „Политике а.д.“, изазвао је противречне реакције у јавности, упркос импресивној радној биографији новог челника предузећа које је заједнички подухват с немачком медијском групацијом ВАЦ (50:50). Јанићијевић је правник по образовању.

Последњих година се успешно опробао и у сопственом бизнису, као оснивач и партнер у фирмама „Комонсенс“ и „Хаузмајстор“.

Иако је мало који лист, извештавајући о његовом именовању, пропустио да помене да је зет академика Матије Бећковића, члана Управног одбора ПНМ-а, нико није скренуо пажњу на чињеницу да је Јанићијевић и „Политикино дете“ – да је син Селимира Јанићијевића (1928 – 2005), који је највећи део своје новинарске каријере провео као новинар „Политике“.

Са Срђаном Јанићијевићем смо, уочи званичног преузимања дужности, разговарали о мотивима да се лати овог деликатног и изазовног посла, о његовом виђењу медијског тржишта и места „Политике“ и њених издања на њему:



Кад год није била оруђе актуелне политике, „Политика“ је била понос јавне речи. То је наш заједнички циљ

Срђан Јанићијевић

зицију издања „Политике“ на том тржишту?

– Лоша вест је да је медијско тржиште преплављено за куповну моћ нашег потрошача. Добра вест је да квалитетан производ у садржинском и естетском смислу лако може да заузме лидерску позицију. Тржиште није ни квалитетно ни стабилно. То је одлична прилика.

Многи медији су тријумфовали на рачун „Политике“. Тешко је наћи пример да има толико квалитетних „Политикиних“ новинара изван „Политике“. Она их је школовала и афирмисала – за конкуренте. Време је за повратак кући.

„Политика“ је мудро успела да избегне позицију гиганта који се распао у транзицији. Било је могуће да доживи судбину „Заставе“. Процес стагнације који је низ година пратио „Политику“ у кадровском и сваком другом смислу је ипак заустављен и узет је добар правац.

Захваљујући томе, „Политика“ је сада у позицији да може да поврати лидерску позицију која јој природно припада. Темељи су прилично консолидовани у про-

текле три године. Идемо напред!

• Лист „Политика“ је својеврсна медијска институција у Србији (па и шире). После кризе кроз коју је прошао током 90-их, лист је последњих година успео да поврати водећу позицију у категорији озбиљног, аналитичног и политички несврстаног дневног листа. Шта би, по Вашој оцени, били следећи кораци у модернизацији и јачању тржишне позиције „Политике“?

– Агресиван наставак и експанзија тог тренда. Узећемо у помоћ све „трикове“ модерног пословања. Лист „Политика“ је по мом мишљењу мејн стрим и класик. Новине без којих се не може. Лист „Политика“ има и педагошку и просветитељску улогу. Пошто гађа у центар, „Политика“ треба да креира тржиште бринући о том центру. Прво „Политика“ па сви остали околу.

Читалац–купац је тај који нам својим поверењем даје потврду наших резултата. То је основни принцип тржишне економије.

Циљ који ћемо заједнички поставити за сва издања је да заузмемо прву или другу позицију у било ком сегменту из нашег арсенала. „Политика“ = лидер!

„Политика“ и њена издања, а и људи који су тамо радили и писали представљали су у историји елиту овог посла. Радићемо у том правцу.

Пример водећих европских листова охрабрује нас у уверењу да ће међу њима, раме уз раме, бити и „Политика“.

• Предузеће у које долазите је заједнички подухват с немачком медијском групацијом ВАЦ. Како Ви видите сарадњу с немачким колегама са којима ћете морати да делите посао и свакодневно заједнички доносити важне одлуке.

– Питање је да ли би „Политика“ преживела да се није појавио страни партнер. Партнер у послу је неко у кога морате да имате поверења или ништа од партнерства. Где год су интереси заједнички ту је и партнерство успешно.

Не треба заборавити да је матично предузеће које је партнер у заједничком послу с ВАЦ-ом, „Политика а.д.“, акционарско друштво. Акције постоје да би стварале вредност онима који их поседују. У интересу свих и акционара и запослених је да „Политика“ расте јер ће тиме расти и вредност капитала и добит, а и

зараде и сигурност запослених. Проста формула тржишне приrede.

• Промене у управним одборима матичног предузећа „Политика а.д.“ и „Политика новине и магазини“, као и одлазак Дарка Рибникара са челног места, подстакле су у јавности спекулације да је реч о политичким мотивима за овакве потезе и да је крајњи циљ преузимање уређивачке контроле над листом „Политика“ од стране власти. Како бисте то прокоментарисали?

– Ја размишљам као пословни човек и као неко ко је акционар. Мене интересује да расте вредност мојих акција и да добијем дивиденду. „Политика“ има производе који имају своју тржишну концепцију и логику. Уколико је концепција добра и даје тржишне резултате, наравно да је не треба мењати. Она се стално коригује али то је континуиран процес. Ја ту не видим радикалне потезе у уређивачкој политици. Више као низ микрохирурских захвата прилагођавања потребама тржишта.

Ја сам уверен да су прошла времена када је изнад свега политички интерес. То је можда био и основни разлог националних и економских проблема кроз које смо прошли.

Кад год није била оруђе актуелне политике, „Политика“ је била понос јавне речи. То је наш заједнички циљ.

• Шта је у сржи Ваше менаџерске филозофије?

– Common sense – здрав разум.

• Шта ће бити Ваши први потези у „Политикиној“ кући када, и званично преузмете дужност?

– Први задатак ће бити да заједно са досадашњим руководством прославимо ову позитивну промену и узмемо штафетну палицу.

Затим иду типични задаци за овакве ситуације: извештај о раду претходног руководства и примопредаја дужности, снимање стања бизниса, провера стратегија пословања у сваком профитном центру, прављење листе задатака по приоритетима, усаглашавање са Управним одбором и напред у радне победе. Паралелно ћемо радити на развоју јединства, континуитета и победничког духа у организацији ПНМ.

М. М.