

Wolna



Fot. Edelman Polska

amerykanka?

Gdy woda sięga ust, głowa do góry! – zachęcał w jednym z aforyzmów Stanisław Jerzy Lec. Maksymy tej zdają się trzymać byli pracownicy agencji BCA S.A., pracujący w młodej agencji Edelman Polska. Jej narodzinom towarzyszyły rzadko spotykane w branży bóle, a ona sama już na starcie obarczona jest sporym bagażem zarzutów.

Wśród nich najczęściej wymienia się nieetyczne postępowanie kierownictwa Edelman Polska, który swój zespół zbudował w oparciu o kadry BCA, a sukces rynkowy – na klientach przejętych od tej ostatniej. Pracownicy Edelman Polska na zarzuty mają gotową odpowiedź – pracujemy w największej niezależnej agencji sieciowej PR na świecie.

Olbzrzymy

Edelman jest jedną z pięciu globalnych agencji public relations. Wejście agencji na rynek Europy Środkowo-Wschodniej zbiegło się z otwarciem biura Edelmana w Japonii i – jak przypomina David Brain, Dyrektor Generalny Edelmana na Europę – uznaniem agencji w The Holmes Report za Międzynarodową Firmę Public Relations Roku 2004. Te fakty są w branży znane. Nowym faktem jest zawieszenie w próżni – bez zarządu, pracowników, klientów – agencji BCA S.A. Utytułowanej agencji, z niezłą renomą. Jej współwłaścicielami są nadal Barbara Kwiecień (49 proc. akcji) oraz Migut Media (prezes Wiesław Migut – 51 proc. akcji).

Sąd próbuje właśnie odpowiedzieć na pytanie, czy zarząd w osobie Barbary Kwicień, a także pozostały czteroosobowy management BCA S.A., działali w ramach prawa, czy jednak osoby te świadomie zaszkodziły spółce? Sąd zajmie się też rozpatrzeniem ich pozwu o naruszenie dóbr osobistych przez Miguta, będący formą reakcji na rozpoczętą przez niego z początkiem czerwca wojnę medialną na łamach mediów branżowych i ogólnopolskich. – Główni bohaterowie konfliktu – Wiesław Migut i Barbara Kwiecień – zarzucają sobie oszczędne korzystanie z prawdy, a tak zwykle dzieje się, kiedy ludzie nie mają czystych sumień. Moim zdaniem, szkodzą sobie takim zachowaniem, bo bez ujawnienia prawdy nie jest możliwe rozwiązanie konfliktu – podsumowuje Bogusław Feliszek, szef agencji Pressence Public Relations.

Pół-olbzrzymy, pół-ludzie

Dariusz Chomka ze względu na toczące się postępowania sądowe wolałby nie rozmawiać o całej sprawie. Jest jedną z tych osób, której nazwiska pojawiają się w historii od samego początku. W BCA S.A. pracował

na stanowisku szefa działu PR korporacyjnego. Edelman przeprowadził z nim wstępną rozmowę mniej więcej w połowie kwietnia. Zastanawiał się jedną sekundę, bo „Edelman to zupełnie inna liga”. Podkreśla, że nie namawiał pracowników ani klientów do przejścia do firmy Edelman Polska. Co więcej, kiedy 29 kwietnia składał wypowiedzenie nie wiedział, że osoby z jego szczebla również odchodzą. Wcześniej nikomu nie chwalił się nową propozycją pracy. Kto by się chwalił swojemu szefowi? (red. – Szczególnie w tym przypadku, jeśli szefem obu firm jest ta sama osoba). Całą sprawę widzi następująco: na rynku usług jest dość duża rotacja. Otrzymał ofertę pracy. Skorzystał z niej. Nikt go nie zatrzymywał. Od 1 czerwca zaczął pracę w nowej firmie na podobnym stanowisku, co w poprzedniej. Przypisywanie mu demonicznej roli w całej sprawie uważa za nieporozumienie. Jest mu jednak przykro, że pod jego adresem pojawiły się pomówienia. Zastanawia się, czy te osoby, które krytykują ich, jako zespół, nie próbują po prostu przeszkodzić im w osiągnięciu sukcesu, bo obawiają się silnej konkurencji.

Ludzie

Za głównych bohaterów całej sprawy prawie nie sposób dojrzeć krzątających się pracowników agencji. Każdy z nich pracuje teraz w największej niezależnej agencji sieciowej PR na świecie. Twierdzą, że nie dyskutowali ze sobą o „okazji” przejścia do Edelmana. Według nich, 29 kwietnia był dniem galopujących wyda-

rzeń. Najpierw dowiedzieli się, że ich szefostwo odchodzi z BCA, a potem szybko sami rezygnowali jeden po drugim z pracy w firmie. Wtedy otrzymali nową pracę w Edelman Polska. I tutaj nie sposób nie skomentować, że ten zbieg okoliczności jest dość mało przekonujący. Trudno bowiem uwierzyć, że kilkanaście osób podejmuje ważką skądinąd decyzję ad hoc, nie mając nic w zanadru.

Jeden z pracowników, Maciej Lasoń, Account Executive, zajmujący „analogiczne stanowisko, co w poprzedniej firmie” mówi, że jego zawodowymi guru są osoby z kadry zarządzającej BCA S.A. Po doświadczeniach z poprzednich agencji był pozytywnie zaskoczony pracą zespołu BCA S.A. Kiedy dowiedział się o rezygnacji członków kierownictwa z zajmowanych przez nich stanowisk, sam również złożył wypowiedzenie. Nie wierzył, że bez tego zespołu BCA będzie nadal dobrze funkcjonować. Zamierzał poszukać pracy w innym miejscu. Ofertę w Edelman Polska przyjął, bo daje ona duże możliwości rozwoju. Nie oczekiwał, że nowy pracodawca zaoferuje mu bardziej odpowiedzialne stanowisko. W BCA pracował rok, wcześniej odbywał staż w jednej agencji w Warszawie i dwóch w Poznaniu. Jest dumny, że zespół, w którym pracuje, sprawdził się w trudnej sytuacji. Uważa, że decyzja ZFPR o niepodejmowaniu przez agencje należące do Związku współpracy z osobami zamieszkanymi w sprawie Edelman/BCA nie będzie dla niego przeszkodą w dalszej karierze zawodowej. Nie podoba mu się tylko, że media posługiwały się jego nazwiskiem podczas opisywania konfliktu, a nikt się z nim nie skontaktował, żeby wyjaśnić sprawę.

Po drugiej stronie została Sylwia Bilińska. Pracuje teraz w Migut Media. Niechętnie wypowiada się w sprawie. Twierdzi, że w zespole BCA S.A. były duże rotacje i te osoby, z którymi zaczynała pracę przed dwoma laty, już z firmy poodchodziły. Pracownicy, którzy przeszli do Edelman Polska byli zatrudnieni w agencji nie dłużej niż rok. Barbara Kwiecień podziękowała jej za współpracę 9 maja. Według Bilińskiej, 29 kwietnia Przemysław Włoszycki, dotychczasowy prokurent firmy BCA S.A., obiecał jej, że „dostanie konkretną propozycję pracy w Edelman Polska, jeśli do nowej firmy przejdzie obsługiwany przez nią klient”. – Czułam się skołowana całą sytuacją – przyznaje. Mówi, że zespół nie dyskutował na temat tego, co zaszło, przynajmniej podczas tych kilku pierwszych dni maja, kiedy jeszcze pracowała. Jej wersji wydarzeń zaprzecza Włoszycki. Podkreśla również, że nigdy nie pracował na szkodę spółki BCA, gdyż jako osoba prowadząca własne biuro rachunkowe nie może sobie pozwolić na złą reputację. Edelman miał zwrócić się do niego z propozycją współpracy już w marcu tego roku.

Środowisko

David Brain przyznaje, że rozgłos przy wejściu Edelmana na polski rynek był „daleki od ideału”. – Edelman mógł inaczej wykorzystać fakt wejścia na rynek pierwszego kraju z dziesiątki, o które poszerzona została Unia Europejska. A tak, pierwszy kryzys, z jakim przyszło się zmierzyć na polskim rynku agencji Edelman, dotyczy właśnie niej samej – podsumowuje dr Dariusz Tworzydło, prof. WSLiZ. Wbrew temu, co mówi Maciej Lasoń z Edelman Polska, kilka postów rzuconych na listę InternetPR i parę komentarzy na stronach portali branżowych to nie wszystko. Z mniejszym natężeniem niż na początku, ale jednak cały czas podnoszony jest w kuluarach aspekt etyczny sprawy. Dlaczego nie na forum? „Nie chcę sobie zaszkodzić” – to tylko niektóre głosy nie-olbrzymów polskiej rzeczywistości.

Przypomnijmy, że w roli strażników etyki zawodowej wystąpiły organizacje branżowe. Związek Firm Public Relations oświadczył że „nie widzi wśród swoich członków miejsca dla agencji, wobec których pracowników istnieją udokumentowane zarzuty o tego typu postępowanie”. Należy wierzyć, że będzie o tym pamiętał za rok, dwa i wreszcie trzy, gdy formalnie możliwe stanie się przyjęcie agencji Edelman Polska w szeregi Związku. Póki co, Mariusz Pleban, wiceprezes ZFPR poinformował, że organizacja ICCO, w której jest on zrzeszony, zamierza spotkać się z władzami Związku, aby zgłębić wiedzę na temat całej sprawy. O stanowczym stanowisku organizacji powiedział jej Edelman.

Polskie Stowarzyszenie Public Relations skłoniło się w stronę mediacji, mając nadzieję na stworzenie tym samym „możliwości wypracowania kompromisu i wyjaśnienia intencji stron”. Jedyny ich rodzaj, na jaki przystały strony – mediacje na poziomie centrali Edelmana i firmy Migut Media – nie doszły jednak do skutku. Jak wspominał w rozmowie Rafał Czechowski, prezes PSPR, „Edelman nie przystąpił do rozmów ze względu na możliwość ich kolidowania z procesami sądowymi”. Stowarzyszenie informuje również, że pomysł mediacji został odrzucony ze względu „na brak zaufania do Wiesława Miguta”. Z listu zamieszczonego na stronach edelman.com można wywnioskować, że szefostwo sieci agencji ma za złe Migutowi upublicznienie korespondencji pomiędzy stronami. – Działam z otwartą przyłbicą – wyjaśnia prezes Migut Media, dodając, że zamieszczenie informacji na stronie ułatwia do nich dostęp osobom zainteresowanym sprawą. Zebrana na stronie internetowej Migut Media dokumentacja konfliktu ma swoją nazwę. Czasami mniej sensacyjną – Edelman/BCA, czasami bardziej – jak Edelmangate.

Piotr Czarnowski z First PR od samego początku przewidywał, że „przy obecnym stanie branży sprawa skończy się na niczym, podobnie jak inne problemy etyczne polskiego PR”. – Wszystko wskazuje, że właśnie zmierzamy w tym kierunku – podsumowuje. David Brain przyznaje, że agencja zamierza budować swój wizerunek w Polsce w oparciu o wyniki pracy jej piarowców, dzień po dniu. Do środowiska polskiego biznesu mają dotrzeć spoty reklamowe Edelmana emitowane w telewizji TVN24. Według Marka Wróbla z agencji Neuron PR pomysł jest „godny uwagi, gdyż to pierwszy przypadek akcji reklamowej agencji PR w naszym kraju.”

Można się z nim zgodzić, że sam klip jest jednak dość mdły, oparty na ograny motywie głuchego telefonu, który choć oddaje istotę działalności PR – będzie prawdopodobnie zrozumiały głównie dla osób wiedzących, czym PR jest. A szkoda. Bo w sytuacji, z którą mamy do czynienia przydałby się spot pokazujący całej Polsce – która czytała tygodniami o sprawie Edelman/Migut – nie JAK działa PR, tylko CO ZA NIM stoi, co jest jego FUNDAMENTEM. Czyli tak książkowo, to co buduje naszą wiarygodność – etyka, lojalność i zaufanie.

Kinga Podraza ■