

Избори април 2022

Анализа извештаја о трошковима изборне кампање: проф др Биљана Стојковић - Морамо

Транспарентност Србија Београд

јул 2022

Ово истраживање, као део мониторинга избора 2022, спроведено је уз подршку Фондације за отворено друштво, програма “Транзиција” Министарства спољних послова Чешке Републике и Међународне фондације за изборне системе (IFES). Сви изнети ставови припадају организацији Транспарентност Србија и не морају одражавати ставове донатора.

Морамо – проф др Биљана Стојковић

Иако је у јавности створена слика да је проф. Др Биљану Стојковић предложила коалиција „Морамо“, учесник парламентарних избора, овај политички субјект је у ствари на изборима наступао као „група грађана“. Као званичан сајт предлагача кандидата наведен је сајт www.moramo.rs на којем су представљене организације које чине коалицију – Еколошки устанак, Акција – отворена грађанска платформа и Не давимо Београд, са својим препознатљивим лидерима. Поре тога, званична мејл адреса која се наводи у извештају гласи moramo.koalicija@gmail.com. Уговор је оверен 4.3.2022, након расписивања избора, а група грађана „основана“ 2.3.2022. Овлашћено лице испред ГГ није наведено. У рубрици подаци о одговорном лицу наводи се да је законски заступник Небојша Зеленовић. Наводи се да је извештај поднет 8.6.2022.

За финансирање кампање је коришћен рачун у Банци Интеза.

Изборно јемство није положено, тако да ова коалиција није располагала средствима из буџета до дана избора, али је на њих стекла право накнадно, након што је кандидаткиња освојила више од 1% гласова. Уплата је примљена 10.5.2022. То значи да су сви трошкови кампање, изузев занемарљивог износа који потиче из новчаних прилога, плаћени накнадно.

Главна специфичност ове ГГ јесте то што је значајан део примљеног новца из буџета, у буџет и враћен, то јест више од половине – 24.447.237,64 од примљених 46.126.500 динара. Таква ситуације се изузетно ретко среће у пракси финансирања изборних кампања, јер се политички субјекти углавном старају пре свега да утроше све оно што су добили из буџета за финансирање изборне кампање, чак и у ситуацијама када им не може бити унапред познато (то јест, док кампања траје), на колико новца ће стећи право по основу изборног успеха.

Нису пријављене бесплатне услуге и добра из јавних извора.

Пријављена је укупна вредност 562.400 динара прилога од физичких лица, од чега је свега 58.700 у новцу, а преко 500 хиљада динара у натури.

Опис неновчаних прилога је следећи: у једном случају то су „гориво, путарина, паркинг, уложено време“, што је све заједно процењено на 100 хиљада динара (од једног даваоца). Јасноће ради, било би боље да су раздвојени разни видови поклона од вредности пружених услуга. Други прилог се односи на организовање музичког наступа на дан предавања кандидатуре, што је исказано као даривање 36.000 динара. Трећи неновчани прилог је „набавка јабука за кампању“ у вредности од 11 хиљада динара. Четврти и пети су идентични првом и у опису и у вредности. Тако су описане неновчане донације у вредности од 347 хиљада динара. За остале се не наводи никакав опис, већ само име даваоца и адреса (у напмени), тако да се не види у чему се огледа прилог, а вредности су различите, углавном око 10 до 12 хиљада динара.

На сајту Агенције за спречавање корупције нисмо пронашли обавештење за политичке субјекте о томе колика је била просечна месечна зарада у Републици у претходној, 2021, години. Тај податак је значајан, јер су политички субјекти у обавези да у року од осам дана објаве прилоге које приме током године (или током изборне кампање) ако њихова

вредност пређе тај износ. Према подацима које смо пронашли на интернету, просечна нето зарада у Републици у 2021, износила је 65.864 динара¹. На сајту „Морамо“ постоји списак примљених прилога². Као што се може видети из горњег приказа, у извештају о финансирању кампање је приказано да су разнолики неновчани прилози три појединца вредели више од наведеног износа за који постоји дужност објављивања, и сви су наведени на овом списку.

Готово сви новчани прилози и сви неновчани прилози били су приказани и у прелиминарном извештају о финансирању кампање, што значи да су прикупљени до 18. (или 19. марта, у зависности од тумачења).

За 11 врста летака су приказани трошкови штампања, јединична цена и број примерака (укупно 178.750), али не и трошкови дизајна и дистрибуције. За дванаесту врсту су приказани трошкови, али без броја примерака (наводи се да је реч о једном примерку, што је вероватно нетачно). За тринаесту врсту летка су пак приказани само трошкови дистрибуције. У стварности се то вероватно односи само на летак број 12, пошто је трошак у оба случаја везан за „Иницијативу за Пожегу“.

И за плакате је приказан само трошак штампања 150 постера, а не и пратећи трошкови.

Трошкови билборда су приказани по разним рачунима добављача. Јединична цена се вероватно односи на број недеља закупа билборда (није наведено). За неке од билборда је наведен и трошак штампања, док за друге није, али је на крају обједињено наведена цена штампања и постављања 37 билборда. За све билборде је наведена и локација где су се налазили, податак који се ретко среће у извештајима о финансирању кампање.

Код дугог промотивног материјала наведени су трошкови штампе паноа на циради, 10 застава, и разног другог промотивног материјала – беџеви, хемијске оловке, кесе, качкети, кишобрани... Дистрибуција и дизајн нису посебно наведени.

Наведени су трошкови за велики број јавних догађаја. У неким случајевима се наводе разни трошкови (закуп, организација), а у другима само један (нпр. организација митинга). У свим случајевима је наведено где се скуп одржао и кога датума.

За ТВ оглашавање наведен је само трошак закупљеног термина (66 хиљаде динара) на РТВ Мелос. Закупљени термини нису препознати као вид оглашавања у препорукама РЕМ за ове изборе. Многе ТВ станице нису објављивале посебне ценовнике за закупљене термине, већ само за емитовање огласа. Услед тога, није у потпуности јасно која би требало да буде цена емитовања таквих закупљених термина и у којој мери су пружаоци медијских услуга поштовали своје обавезе. Наиме, на основу одредаба Закона о оглашавању, ПМУ могу емитовати рекламе највише 12 минута у оквиру пуног сата, тако да у случају дужих закупљених термина постоји прекршај. У конкретном случају се не може закључити да ли је ПМУ прекршила своје обавезе јер није наведена дужина закупљеног термина. ТС није обухватила ову ТВ станицу својим мониторингом.

¹ <https://aktivisistem.com/prosecna-mesecna-zarada/>

² <https://www.moramo.rs/prilozi/>

Наведено је и 5 хиљада динара трошкова оглашавања на радио станицама, који су плаћени Медијском центру Клик 105 доо, али се не наводи о којој радио станици је реч.

У извештају се наводе три огласа у штампаним медијима – за огласе у Нину, Времену, Недељнику.

Када је реч о банерима, плаћено је 12.500 динара, при чему се види коме је извршена уплата, али не и где су они били објављени. Значајно више, преко милион динара, приказано је као „остали трошак оглашавања“. Наведена су три пружаоца услуга – СРС Media, НДМ Београд и Elastic. Други наведени пружалац је вероватно удружење Не давимо Београд, чији су чланови учествовали у овој кампањи. Треба напоменути да на основу ЗФПА није забрањено да политички субјект плаћа за услуге удружењима (обрнуто би било). Остало је нејасно о којој врсти трошка је овде реч, јер се то не види из напомена, а рубрика „сајтови“ је остала непопуњена. Можда су на овај начин плаћени неки од огласа који су емитовани путем друштвених мрежа. На основу података које је објавио Фејсбук, овај политички субјект је имао за све врсте избора плаћене огласе вредне близу 29 хиљада евра, а огласи који се односе несумњиво на председничке изборе (промоција кандидаткиње) вредели су 1069 евра.

У оквиру осталих трошкова, одвојено су приказани трошкови код разних јавних бележника и градских управа. Углавном није видљиво на који број оверених изјава бирача се односи који упис, док се понегде наводи и тај податак (што се, иначе, ретко може наћи у извештајима о финансирању кампање).

За остале путне трошкове наводе се пружаоци услуга, али нема детаљнијих информација о чему је реч. Укупно су ови трошкови код три добављача износили близу 1,35 милиона динара.

Наведена су 22 случаја закупа додатних просторија, али је у свим случајевима остало непопуњено у оквиру одговарајуће рубрике о којој адреси је реч. Ти подаци се међутим могу наћи у већини напомена. У неким од напомена се такође наводи „закуп простора и режије“ или „режијски трошкови“, а из неких напомена се види да су трошкови били везани за прикупљање потписа у различитим градовима. Највећи појединачни трошак је 621 хиљада динара који су плаћени удружењу LEX за канцеларијске трошкове у марту и априлу. Изборна кампања за председника Републике је у принципу окончана у марту месецу, али изборни процес у целини није (због понављања избора на неким местима), па би и трошкови за април могли бити допуштени. Ипак, остаје утисак да је закуп просторија био релативно скуп.

За „друге видове ангажовања“ исплаћено је преко 10 милиона динара, што отвара питање да ли је део ових трошкова требало да буде обухваћен неком од претходних ставки. Иако је приказано неколико десетина ових услуга, а свуда су наведени примаоци, из напомена није увек видљиво на шта су се услуге односиле. Тамо где јесте, чини се да је део трошка требало приказати у неким другим категоријама извештаја. На пример, трошак од 666 хиљада динара односи се на видео продукцију, па је логично помислити да се тај трошак односио на неки од промотивних материјала (нпр. израду видео спотова који су негде емитовани), 230 хиљада динара односи се на планирање кампање и јавних догађаја, трошак од 435 хиљада за писање промотивних материјала и слично.

За истраживања јавног мњења је плаћено 528 хиљада динара.

Остали непоменути трошкови односе се на разне активности код којих такође није потпуно јасно да ли их је требало унети у неке друге рубрике јер се не види увек на шта се односе (нпр. „Категат – Београд“, 220 хиљада динара).

У прелиминарном извештају углавном није било трошкова оглашавања (осим два рачуна, укупно вредна 658 хиљада динара који се односе на „остало оглашавање“, што би се могло тумачити као да никаквог оглашавања до 19. марта није било (а у сваком случају да оно није било плаћено). Из завршног финансијског извештаја није видљиво када је вршено оглашавање и да ли је прелиминарни извештај у том погледу био непотпун.

Кад је реч о промотивним активностима, у прелиминарном извештају је било наведено 3 милиона и 452 хиљаде трошкова, док је у коначном извештају та сума 4,6 милиона динара. У оквиру њих, био је пријављен и велики део укупне кампање која је вођена путем билборда, по чему овај извештај може да послужи за пример другима.

Прелиминарни извештај је обухватио приближно једну шестину трошкова који су пријављени у коначном извештају, укључујући и трошкове неких догађаја који су се одиграли након извештајног период (нпр. 21. и 23. март). Прелиминарни извештај је обухватио око две трећине трошкова овере потписа, што је необично, јер су ови трошкови морали настати до времена предаје прелиминарног финансијског извештаја. У прелиминарном извештају није било путних трошкова. Целокупни трошкови закупа додатног простора били су приказани већ у прелиминарном извештају. Кад је реч о додатном ангажовању, прелиминарни извештај је покрио око 30% трошкова који су приказани у финалном, као и све трошкове истраживања јавног мњења. Овај извештај је обухватио и око 20% осталих непоменутих трошкова.

Када је реч о „осталим непоменутих трошковима“, код поређења прелиминарног и коначног извештаја се јављају недоследности: око 1,3 милиона динара трошкова који су били укључени у ову категорију расхода, изостављени су из ње у коначном извештају. Међутим, сви ти рачуни се ипак налазе у коначном извештају, али су разврстани у категорије којима припадају, чиме је исправљен пропуст из прелиминарног извештаја.

Морамо – проф др Биљана Стојковић

Главна питања за проверу и појашњења

- Политички субјект је група грађана, али идентификациони подаци наводе на утисак да је реч о коалицији политичких странака
- За неке од ненувчаних прилога није потпуно јасно на шта се односе
- Код промотивног материјала се не наводе трошкови дистрибуције
- Коришћен је један закупљени термин (ТВ Мелос), па би требало проверити његово трајање и да ли је био оглашен ценовник ПМУ за ту врсту услуга
- Не види се на којим интернет медијима је вршено оглашавање
- Не види се из напомена да ли је пријављен трошак оглашавања на Фејсбуку, које је регистровано код овог оглашивача

- Код трошкова за „друге видове ангажовања“ није увек јасно на шта се односе, а неке трошкове је вероватно требало унети у друге рубрике. Исто важи и за остале непоменуте трошкове.
- Могуће је да неки од трошкова нису потпуно обухваћени прелиминарним извештајем (једна трећина трошкова овере потписа)