

Парламентарни избори април 2022

Анализа извештаја о трошковима изборне кампање: Бошко Обрадовић – Српски покрет Двери – ПОКС

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.

Бошко Обрадовић – Српски покрет Двери – ПОКС

Извештај је поднет за коалицију политичких странака. У извештајном обрасцу видљив је само назив Двери, а не и друге чланице коалиције. Као веб-сајт је наведен сајт Двери (са словном грешком), што оставља дилему да ли су биле довољно видљиве активности и повезани трошкови који се односе на другу чланицу коалиције. Одговорно лице је из странке Двери, и као датум именовања је означен датум из 2021. Иако је могуће да је уговором којим је формирана коалиција одређено да ће ово лице бити одговорно за финансирање целе коалиције исправније би било назначити датум овлашћења из тог уговора.

За финансирање је коришћен један рачун – код банке Интеза.

Изборно јемство није било положено, што значи да је коалиција располагала средствима из буџета тек неколико месеци након избора, када се показало да је на изборима остварила законски услов (преко један посто гласова). Новац из буџета је исплаћен 8.7.2022, и то 20,5 милиона динара по основу расподеле на једнаке делове и скоро 23 милиона динара на основу броја освојених гласова. Занемарљив део добијених буџетских дотација није искоришћен у кампањи и враћен је у буџет 5.8.2022. – 9.163,65 динара. Није пријављено коришћење добара из јавних извора или нетржишни попусти по том основу.

Странка је пријавила 18 примљених прилога за кампању. Њихова укупна вредност је била близу 2 милиона динара. Висина прилога је била између 41 и 240 хиљада динара по појединцу. На сајту је објављена годишња евиденција прилога за 2022,¹ која садржи напомене о томе да ли се прилог односи на кампању (и коју) или редован рад политичке странке, као и датуми давања прилога. На том списку се налази десеторо давалаца, чији су прилози за кампању вредели 100 хиљада динара или више.

Постоје и нека неслагања. Тако је за Славишу Милетића из Лознице наведено у извештају да је дао прилоге од 215 и од 99 хиљада динара, док је под истим именом у евиденцији на сајту приказано да је дао 116 хиљада. Када је реч о донатору Марини Ђиновић, наведено је у извештају да је дала прилоге од 100 и од 41 хиљада динара, док је на страначком сајту евидентиран само прилог од 100 хиљада динара. Могуће је да су на страначком сајту били објављени само они прилози чија је појединачна вредност била већа од просечне зараде, то јест да није збрајан износ прилога који се односе на исту кампању.

Са два страначка рачуна су пренета средства од укупно 50 хиљада динара, која су и утрошена у кампањи.

Сви пријављени приходи кампање су износили 45.464.003 динара, а висина пријављених расхода је била нешто мања – 45.443.909,85 динара. У том смислу, остаје нејасно због чега вишак средстава није враћен, било у буџет или на стални страначки рачун.

За летке су трошкови били око 770 хиљада динара. У три уписа се наводе трошкови штампања за три врсте летака, са бројем комада и укупном ценом (без исказивања јединичне цене), за укупно 208 хиљада летака. За један летак се наводе и трошкови дизајна (19 комада по 1000 динара), затим трошкови штампања 25 хиљада примерака летака, а

¹ <https://dveri.rs/wp-content/uploads/izvestaji/Evidencija-priloga-2022.pdf>

затим и трошкови дистрибуције (27.033 динара). Остаје нејасан део о трошковима дизајна, то јест, колико је заиста врста летака било штампано и дистрибуирано.

У оквиру рубрике о билбордима је уписано близу 5,5 милиона динара расхода, који су разврстани на осам добављача. Ни у једном случају није уписана јединична цена, али су наведени бројеви закупљених билборда. Код BABBLER MEDIA је реч о девет билборда, а цена закупа за истицање је била око 67 хиљада динара, што указује на закуп који је трајао више недеља. Ова фирма се наводи у још једном упису, као 71 билборда по цени од око 1,7 милиона динара, где је јединична цена нешто већа од 24 хиљаде динара. На сајту пружаоца услуге нису наведене јединичне цене.

Код фирме Систем билборди доо Бечеј, закупљена је 61 површина, за укупну цену од преко 1,4 милиона динара, тако да је јединична цена била нешто већа од 23 хиљаде динара. Код исте фирме се наводи још 32 билборда, а јединична цена је нешто већа од 19 хиљада динара.

Постоје још два билборда код фирме ADVERCITY DOO NIŠ, али ту је наведена само цена штампања, која је веома висока за ту врсту услуга – 105 хиљада динара. Могуће да је у питању грешка и да је овде штампано више билборда, који су можда плаћени у две транше.

Закупљена су и 43 билборда код фирме System Bilbordi doo, а ту је јединична вредност око 18 хиљада динара. Најзад, по већој јединичној цени су плаћена два билборда код APR MIROSLAV SMILJANIC (47 хиљада по комаду) и код Zozi info medija – 100 хиљада динара.

ТС је проценила на узорку да су билборди ове коалиције у Србији више од 20 хиљада евра, то јест, упола мање него што је пријављено трошкова, што је вероватно последица релативно скромне заступљености билборда ове коалиције у посматраном узорку, који је обухватио примарно Београд, Нови Сад и Ниш.

Други промотивни материјал ове коалиције је вредео 3,2 милиона динара. И овде је главни недостатак то што углавном нису уношене јединичне вредности, већ само број примерака и укупан трошак по добављачу. Први упис се односи само на трошак дистрибуције 5.600 примерака, али се не види шта је у питању. Други упис се такође односи на дистрибуцију (10 хиљада примерака нечега). Трећи упис се односи на дистрибуцију 1.535 комада, а из напомене се види да је реч о прслуцима, мајицама, јакнама и слично. У последњем упису се наводе трошкови штампања 10.655 примерака промо материјала. Чини се као да је неки од ових трошкова погрешно заведен (нпр. дистрибуција уместо набавке материјала и штампања) или да је под једном ставком обухваћено више врста трошкова истог материјала. Уколико је то случај, требало је навести у напомени.

Кад је реч о јавним догађајима, у извештају се наводе два. Први је митинг у Београду где је плаћен закуп дворане дома синдиката 27.3.2022. Међутим, у оквиру исте ставке се наводе трошкови техничке припреме од 201.600 динара, као место се наводи Краљево, 21.3.2022, а из напомене се може видети да се тај трошак односи на догађаје у Краљеву, Јагодини 23.3. и Крагујевцу 30.3. Другим речима, очигледно је да се трошкови не односе на београдски догађај и да их је требало унети у посебне рубрике.

Други јавни догађај је конвенција у Лозници 18.3, за коју је наведен само трошак закупа простора.

Пријављени су и трошкови неколико конференција за новинаре, који се сви односе на догађаје у Београду, укључујући и догађај у изборној ноћи.

За оглашавање на ТВ станицама је пријављено више од седам милиона расхода. За сва три спота су наведене цене израде спотова, што је добар пример, јер код већине других странака ови трошкови нису изражени уз сваки од промотивних спотова или нису видљиви уопште. У два случаја је цена израде била приближно 2 милиона динара.

Трошкови емитовања огласа се односе углавном на локалне и регионалне ТВ станице, које ТС није покрила својим мониторингом. У случају једног од три спота, нису исказани посебно трошкови емитовања, већ само израде, тако да остаје дилема да ли су оних обухваћени у оквиру две друге ставке или је реч о споту који је емитован на други начин. У једном случају се као пружалац услуге наводи 1.278.000 трошка емитовања ТВ огласа, али је као прималац наведен Радио 5 доо, а у напомени се наводе три радио станице. Очигледно је реч о оглашавању на радију а не на телевизији који је уписан на погрешном месту.

Радио оглашавање је плаћено 257.328 динара, али је у стварности за ту намену потрошено далеко више, само што је део трошкова приписан ТВ огласима.

За оглашавање у штампи је приказано 3.385.000 динара расхода. Међутим, скоро цео овај износ је уплаћен за израду огласа фирми CREATIVE LAB PRO, што је веома висок трошак за ту намену. Из напомене се не види да ли је тим плаћањем обухваћена и нека друга услуга која се не види из напомене. Оглашавање је према извештају вршено само у Лозничким новостима.

Банери на интернету су плаћени 605 хиљада динара. Више од половине тог трошка – 360 хиљада динара плаћено је за идејно решење и израду фирми НИБРС ДОО. Објављивање је вршено код 021 из Новог Сада, у вредности од 155.280 динара.

За други банер се као прималац за услугу објављивања наводи Avala ADS, са 90 хиљада динара.

Најзад, као остали трошкови оглашавања наведено је високих 1,6 милиона динара, у три транше према фирми JONIDA 07, а без напомене на шта се трошкови односе. Према подацима које је објавио Фејсбук, Двери су имале веома високе трошкове оглашавања (преко 25 хиљада евра), па је могуће да је део тих трошкова обухваћен кроз овај део извештаја.

Трошкови овере потписа су исправно разврстани по примаоцима, за 350 хиљада динара.

Остали путни трошкови били су веома високи, 14,2 милиона динара. Они су разврстани на неколико десетина прималаца, физичких лица, на име закупа возила у кампањи, у вредности од 50 до 250 хиљада динара, при чему се у свакој ставци наводи само лично име примаоца. Једно теретно возило је закупљено за 960 хиљада динара и један аутобус за 150 хиљада динара. Поред тога, наведени су и трошкови неколико транспортних фирми. Највише дилема може створити уплата од 2,4 милиона динара фирми Ултра папир 2М доо, која је такође наведена у овој категорији, иако је реч о фирми која се, судећи већ и по називу, бави другом врстом делатности. Такође је необично да су наведени само трошкови закупа приватних аутомобила, а не и трошкови горива за превоз. У сваком случају, остаје дилема

да ли је неки од ових трошкова требало уписати у другим рубрикама, то јест оних које се односе на трошкове јавних догађаја.

Трошкови комуникације су били веома скромни, мање од 4.000 динара.

За истраживања јавног мњења је плаћено више од 700 хиљада динара.

Остали непоменути трошкови се односе на разне намене, које нису јасно видљиве у свим случајевима, а понегде се може претпоставити да су трошкови припадали некој од категорија које су остале непопуњене. На пример, постоји трошак код омладинске задруге, док се ништа не наводи у оквиру рубрике трошкова додатног ангажовања. Не види се намена уплате 1,8 милиона динара код MS Info Aleksandar Mihailovic, 650 хиљада динара код NEMANJA STOJANOVIC PR UMCARI, 750 хиљада динара код Pozitivan bilans doo и 450 хиљада код DP LED ZAMAK DOO. За закуп возила од физичких лица су плаћени и високи порези – укупно око 2 милиона динара.

Прелиминарни извештај је садржао податке о 1,3 милиона динара примљених прилога, укључујући оне који су примљени до 16.3.

У том извештају су излистани и неки од трошкова летака, при чему је за штампу код АС студио било исказано 300 хиљада динара, а у коначном 360 хиљада (вероватно није био уписан трошак ПДВ). За билборде је већ у прелиминарном извештају било наведено приближно пола трошкова укупне кампање. Код другог промотивног материјала било је наведено око 2,5 милиона динара, од касније потрошених 3,2 милиона, али су били груписани другачије него у коначном извештају. Тако се у прелиминарном извештају трошак од 2,5 милиона динара води као трошак штампања 844 примерка материјала код STIM IMPORT DOO LOZNICA (која се бави трговином на велико и мало, заштитном одећом и опремом), а затим је трошак дистрибуције 5.600 примерака промо материјала био приписан у оквиру истог материјала НИП ТАКОВСКЕ НОВИНЕ ДОО, ГОРЊИ МИЛАНОВАЦ, ВОЈВОДЕ МИЛАНА БР. 3. У коначном извештају трошак који се односи на STIM IMPORT DOO LOZNICA, вероватно грешком наведен као трошак дистрибуције.

Прелиминарни извештај је обухватио и трошкове неких јавних догађаја који су се догодили након извештајног периода – конференција за штампу која је одржана у изборној ноћи и закуп сале у Дому синдиката.

Трошкови оглашавања на ТВ станицама су тада били приказани у минималном износу, само на TV LAV plus у вредности од 274.680 динара. Међутим, овај трошак није уопште приказан у коначном финансијском извештају, тако да је остало нејасно да ли је реч о неком рекламирању које је било уговорено, али на крају није извршено. Огласи на радио станицама су раније били приказани у вредности од 1.323.000 динара, а у коначном значајно мање, због тога што је трошак грешком уписан као ТВ оглашавање.

Кад је реч о штампаним медијима, прелиминарни извештај је садржао само цену објављивања, а не и трошак израде огласа који је нашао место у коначном извештају, што је нелогично.

У прелиминарном извештају се нашао и значајан део трошкова оглашавања на интернету.

У прелиминарном извештају није било уопште трошкова овере потписа, што је нелогично, јер су они морали настати у првом делу кампање. Такође, у овом извештају се може наћи и мањи део трошкова закупа возила.

Бошко Обрадовић – Српски покрет Двери – ПОКС

Главна питања за проверу и разјашњење

- Као сајт коалиције се наводи адреса само једне од странака, па остаје питање да ли су приказане активности и трошкови других чланица
- Постоји вишак прихода над расходима у мањем износу (око 20 хиљада динара), који је требало да буде враћен у буџет или на стални рачун странке
- Постоји дилема у вези са два даваоца прилога која су евидентирана у извештају да ли је требало да буду назначени и на страначком сајту, с обзиром на вредност која прелази просечну зараду
- За разне промотивне материјале нису наведене јединичне цене, а у неким случајевима је трошак вероватно погрешно заведен (дистрибуција уместо штампања)
- Трошкови организације у вези са више јавних догађаја су наведени у оквиру једног уписа
- Трошкови оглашавања на радио станицама уписани су у оквиру ТВ оглашавања
- Поједини трошкови израде огласа су несразмерно високи (припрема огласа за штампу, банер)
- Из напомена се не види да ли су обухваћени трошкови оглашавања на Фејсбуку
- Неке од „осталих путних трошкова“ је вероватно требало разврстати у друге категорије, а трошкови горива нису наведени, иако је закупљен већи број возила
- Није видљива сврха појединих „осталих трошкова“
- Неке ставке су биле исправније унете у прелиминарном него у коначном извештају
- У прелиминарном извештају није било уопште трошкова овере потписа, што је нелогично, јер су они морали настати у првом делу кампање