

Парламентарни избори април 2022

Анализа извештаја о трошковима изборне кампање: Коалиција Суверенисти

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.

Коалиција Суверенисти

Извештај је поднела коалиција политичких странака. Као веб-сајт коалиције означен је сајт странке Доста је било, једне од чланица, чија је адреса за електронску пошту дата као званичан мејл коалиције. Датум овере уговора је 24.2.2022, а као датум именовања одговорног лица означен 16. фебруар 2022. године, када је именована генерални секретар странке ДЈБ. То даље отвара питање приказа трошкова других чланица ове коалиције.

За финансирање је коришћен рачун у Банци интеза.

Изборно јемство није положено. Нису пријављени кредити и зајмови. Из буџета је добијен аванс од 20,5 милиона динара, 24.марта 2022, што је приказано и као укупан приход. Међутим, нејасно је по ком основу је коалиција примила та средства, будући да је предуслов за њихову уплату полагање изборног јемства, о којем у извештају нема трага. Вероватно је у питању грешка, јер се исти износ наводи и у рубрици резервисаној за други део средстава, на који пак ова коалиција није имала право, јер није прешла изборни цензус. Наводи се да је друга транша примљена 15.6.2022, што је значајно раније него што су новац из буџета добиле друге странке, које су чекале на проглашење коначних изборних резултата.

Уз то је са сталног страначког рачуна је за кампању уплаћено, а затим и потрошено, 79.244 динара. Не наводи се која чланица коалиције је уплатила ова средства. Ту су били сви извори финансирања изборне кампање, који су у динар приказани и као целокупан трошак - 20.579.911 динара.

Услуге и добра из јавних извора се не наводе у извештају, као ни прилози физичких или правних лица.

Највише новца потрошено је на промоцију – укупно 8,2 милиона динара. За летке је плаћено 1.656.528 динара, али се наводи да је израђен само један летак, и да је цена по комаду била 1.501.262 динара, плаћена фирми GRAFIČAR. Вероватно је овде направљена грешка приликом уноса, јер се у напомени наводи да су у питању флајери, али се не види у колико примерака. Око 155 хиљада је плаћено фирми Прорек доо за дистрибуцију тих летака, чији се број ни овде не види. Брошуре и плакати нису пријављени. За новине је коалиција дала 2,3 милиона динара, од чега 681.250 за штампу код Борбе, а 1,6 милиона истој дистрибутивној фирми, као и за летке. Ни овде се не види у колико примерака су новине штампане, али у сваком случају чуди да је цена штампања била 2,5 пута мања од цене дистрибуције.

За билборде је пријављен расход од мало више од три милиона динара, и опет је наведен само један билборд, а читав износ наведен за закуп рекламног простора код GRIFON MEDIA. Очигледно је реч о закупу већег броја билборда, чији број није наведен. Према проценама ТС на узорку, ова листа је имала билборд кампању вредну 18,4 хиљаде евра, а износ који је пријављен као трошак кампање је за 40% већи.

Од других промотивних материјала пријављене су хемијске оловке и пластични упаљачи за које је плаћено 1.147.052 динара фирми Onlix doo group, али се поново не наводи број јединица, већ само укупна вредност „једног примерка“. Око 14 хиљада је дато за штампу, односно брендирање локала, а плаћено је фирми Art Studio doo.

За јавне догађаје плаћено је 1,7 милиона, за један митинг, одржан у простору Нишког симфонијског оркестра 22.марта. Закуп је коштао непуних 110 хиљада. Под истом ставком се наводе и 1,2 милиона плаћених за услуге декорације и организације предузетнику Слободану Стаматову, а као датум 24.март. Преосталих 420 хиљада плаћено је за превоз по целој Србији, како се наводи у напомени, а као место и време догађаја је наведено Ужице, 26.марта. Овде су или у питању три догађаја, или је ставка потпуно погрешно попуњена.

У извештају су наведене још три манифестације, односно постављање штандова. У Београду је одржана прва, 24. марта, а организација је коштала 250.900. Тек нешто мање је плаћено, 245.100 динара за организацију манифестације 29,марта а као место се наводи само Војводина. Дан раније, у централној Србији како је пријављено, одржана је и трећа пријављена манифестација за чију је организацију дато 338 хиљада динара. Уз све три манифестације стоји напомена „по одобрењу генералног секретара, штандови по градовима општина (за Београд) или градовима за друге две манифестације. Очигледно је реч о постављању штандова у већем броју градова, који су груписани у три ставке.

Конференције за штампу нису пријављене.

Код оглашавања, подаци су погрешно попуњени. Не наводи се никакав трошак у рубрици за ТВ огласе, док се за радио оглашавања наводи да је плаћено 2.6 милиона динара, али је у разврставању набројано емитовање три огласа на ТВ станицама. За први, у износу од 826.917, као назив је унето Нишке вести и Србија вести, а као извршилац City Marketing. За друга два дато је нешто више 1.6 милиона укупно, на КаТВ, а као извршилац се наводи Слободна ТВ. У напоменама се прецизира да је непуних 700 хиљада дато за ЕПП а остатак за „прилоге“. Нејасно је да ли се под прилозима подразумевају закупљени термини, за које је требало известити у оквиру посебне рубрике.

Једнини исправан унос код радио оглашавања дат је за закупљен термин на крагујевачком Радио Браво Плус у износу од 165 хиљада, али се из напомене види да је политички маркетинг вршен у ствари на више радио станица. Ови трошкови су наведени као „закупљени термини“.

Коалиција се није оглашавала у штампи.

На интернет оглашавања дато је 3,3 милиона динара, али су и у овој рубрици подаци погрешно унети. Наиме представљени су трошкови за два банера, Код првог се наводи да је нешто више од 2,6 милиона дато за идејно решење за израду сајта, што је превисок износ за ту врсту услуге која је иначе плаћена на име Јелена Стевановић ПР. То је требало уписати у посебну рубрику која постоји за посебне сајтове намењене изборној кампањи. Међутим, ова коалиција није уопште имала посебан сајт намењен изборној кампањи, већ је коришћен сајт странке „Доста је било“.

Још око 85 хиљада плаћено је PRESENTING MEDIA doo за објављивање, док се у напомени наводи „интернет портали“. За други „банер“ се наводи трошак од 542.425 за објављивање на Гуглу и Фејсбуку. Заиста, „Суверенисти“ су имали запажену кампању на Фејсбуку, вредну преко 15 хиљада евра, а овај пријављени трошак је могао да покрије мањи део суме. Међутим, када се узме у обзир и извештај за председничке изборе, постоји могућност да су ови трошкови покривени у целости.

У „остале трошкове оглашавања“ уписана је уплата од нешто више од 130 хиљада за путне трошкове, храну, репрезентацију и гориво по Србији, иако се путни трошкови уписују у ставку дату под осталим трошковима кампање, или у вези са јавним догађајима на које су се односили.

Међу осталим трошковима прво се наводе и разврстани су трошкови овере потписа (укупно 1,3 милиона динара, што је значајно више него код већине других учесника избора). Разлог за то је што су овде само мањим делом наведени трошкови овере потписа бирача (наводи се само један нотар), а остатак чине трошкови „правног тима“, трошкови „оперативног тима“, те трошкови „прикупљања потписа“ у Београду, Војводини и централној Србији, где се као прималац средстава наводи „Зорица“ „по одобрењу генералног секретара“.

Даље се наводе путни трошкови за одборе (око 117 хиљада), а прималац је иста особа. Могуће да је реч о особи која је подизала новац са рачуна за финансирање кампање, а затим вршила плаћање у готовини (што не би било у складу са правилима из ЗФПА).

Непуних 111 хиљада дато је за комуналне и режијске трошкове одбора а корисник је био Инфостан. Није наведено у којима градовима се налазе одбори за које је плаћен овај трошак, као ни то да ли је у питању трошак који је везан за кампању или за редован рад страначких одбора.

Закуп посебног простора, како се наводи у напомени по целој територији Србије, коштао је око 840 хиљада, али се не наводе ни адресе ни градови у којима се налази тај простор који је био закупљен за потребе кампање. Као прималац се и овде наводи „Зорица“.

За мобилну и фиксну телефонију и интернет плаћено је око 93 хиљаде динара фирми GAMA ELEKTRONIC DOO BEOGRAD. Фирми „Клипинг доо“ плаћено је, у оквиру других маркетиншких трошкова безмало 98 хиљада динара, а за опрему – рачунаре, штампаче и лаптопове, ужичкој фирми "BIROSERVIS" DOO, скоро 1,1, милион динара. Остали непоменути трошкови износили су 140.180 динара.

Прелиминарни извештај ове листе био је знатно оскуднији са подацима, али у неким деловима чак и прецизнији. На многим местима нема подударња или су пружаоци услуга из прелиминарног „нестали“ у коначном извештају. За укупну промоцију је пријављен скоро дупло мањи износ у првом представљеном обрачуну, у оквиру кога је, рецимо, за билборде пријављено троструко мање, што вероватно значи да су билборди били коришћенији у последњим данима пред гласање. Занимљиво је да су у прелиминарном извештају наведена два летка, односно флајера (у коначном само један), и за сваки је дат и број јединица и цена по комаду, као и фирме којима је плаћено, али ни једна од те две фирме се не појављује у завршном извештају – штампу 131 хиљада флајера по цени од 10 динара по комаду урадила је Агенција за издавачку делатност и маркетинг PRINTING, а другу турску флајера од 20.000 комада (јединична цена је била 4, 28 динара) дистрибуирала је Alta nova doo. Нејасно је да ли је и штампа и дистрибуција била поверена свакој од ових фирми, или једноставно нису сви подаци унети. У сваком случају, нема помена ни једне ни друге у коначном извештају.

Јавни догађаји нису били уопште пријављени, као ни трошак овере потписа, мада је прикупљање потписа било завршено пред подношења првог извештаја.

За разлику од прелиминарног извештаја, у коме су били разврстани трошкови опреме у износу од 268.400 динара на две фирме - Balkan jet servis и F-Com, мада није прецизирано која је опрема у питању, у завршном се не помиње ни једна од ових фирми, већ само BIROSERVIS DOO из Ужица, а пријављени трошак је четвороструко већи. Код трошкова додатног ангажовања маркетиншке агенције у прелиминарном извештају се наводи Isidora Smolović PR Copywriter, којој је плаћено скоро 300.000, а не помиње се у завршном извештају.

Код оглашавања, у првом извештају коалиција је у рубрици за радио навела скоро деветоструко мањи износ него у коначном обрачуну трошкова, али су ту исправно наведене радио станице (њих пет), од којих се само једна појављује у завршном извештају, док се ИН радио Бум радио, радио 016 и Мелос радио уопште не помињу.

Коалиција Суверенисти

- Није било заједничког сајта коалиције, па остаје питање да ли су обухваћене активности и трошкови свих коалиционих партнера
- Подаци о вредности примљених буџетских средстава су неисправно унети, а навод о датуму пријема збуњујући (ранији него код других учесника избора)
- Подаци у извештају су оскудни, непотпуни или нетачни у вези са готово свим врстама трошкова – не наводи се број примерака летака, новина, билборда и промотивног материјала (оловке и упаљачи), места где су одржане јавне промоције,
- Веома високи трошкови пријављени код израде летака, дистрибуције новина, декорације за конвенцију у Нишу, трошкови израде веб-сајта, трошкови закупа простора и трошкова набавке опреме
- Као извршилац услуге се у великом броју случајева наводи исто лично име, уз напомену „по одобрењу генералног секретара“, уместо стварних пружалаца услуга, што указује на могуће готовинско плаћање или непотпуност извештаја
- Трошкови оглашавања на ТВ станицама су уписани као радио оглашавање
- Наводе се трошкови израде сајта (у оквиру погрешне рубрике), иако није постојао заједнички сајт коалиције
- Путни трошкови су уписани у остале трошкове оглашавања
- У административне трошкове су сврстани трошкови „правног тима“, трошкови „оперативног тима“, те трошкови „прикупљања потписа“, али се као примаоци не наводе јавни бележници и општинске управе
- Није наведено где је вршен закуп простора и на које просторе се односе комунални и режијски трошкови
- Поједини подаци из прелиминарног извештаја су у супротности са подацима из коначног извештаја (наведени примаоци који се не помињу у завршном извештају)