



Transparentnost Srbija
Transparency Serbia

Transparentnost Srbija

pregled aktivnosti za period

11. - 17. februar 2017. godine

Bilten broj 7/2017





Transparentnost Srbija
Transparency Serbia

Sadržaj:

Aktivnosti	2
Pod lupom.....	3
Ko je kriv što nema direktora Agencije, a ko što se ne kontroliše kampanja pre kampanje	3
O koncesiji za aerodrom	4
Konferencije	6
Šta funkcioneri smeju u kampanji.....	6
Inicijative i analize.....	8
Zloupotrebe u Beogradskim elektranama	8
Antikorupcijsko savetovalište ALAC.....	10
Sumnja na favorizovanje jednog ponuđača.....	10
Uzbunjivačica	10
Prikriivanje informacija	10
Mediji	11
Koliko košta ulaznica za Andrićev venac	11





Aktivnosti

Predstavnici Transparentnosti Srbija Nemanja Nenadić i Zlatko Minić učestvovali su 17. februara na panel diskusiji Peščanika "Finansiranje predizborne kampanje". O diskusiji detaljnije u poglavlju "Konferencije".

Koalicija prEUgovor, koju čini sedam organizacija civilnog društva iz Srbije koje su stručne za različite politike u okviru poglavlja 23 i 24 pregovora o članstvu u EU, dobio je podršku EU za trogodišnji projekat "Nadzor javnih politika: prEUgovor prati reforme u poglavljima 23 i 24". Projekat obuhvata redovno, nezavisno praćenje i procenu uticaja reformi obuhvaćenih poglavljima 23 i 24 na demokratsko funkcionisanje, efektivnost u radu i transparentnost institucija obuhvaćenih ovim reformama, uključivanje donosioca odluka na nacionalnom, lokalnom i nivou EU institucija u dijalog o sprovođenju javnih politika u okviru ova dva poglavlja i informisanje javnosti o sadržini, dinamici i dometu reformi koje se sprovode u okviru poglavlja 23 i 24. U protekloj nedelji imali smo aktivnosti u vezi sa sprovođenjem ovog projekta.

Antikorupcijsko savetovalište (ALAC) Transparentnosti Srbija imalo je tokom protekle nedelje 11 poziva na broj 0800 081 081, dobilo je 10 poruka na mejl ts@transparentnost.org.rs ili savetovaliste@transparentnost.org.rs i još sedam slučajeva je otvoreno na osnovu informacija dobijenih poštom (Pamotićeva 31/III) ili pronađenih na internetu i u pres klipingu. I ove nedelje izdvajamo u posebnu rubriku u Biltenu nekoliko slučajeva kojima se Savetovalište bavilo.

Na našoj [Facebook stranici](#), ove sedmice smo objavili sedam tekstova, komentara i linkova u vezi sa korupcijskim i antikorupcijskim temama i aktuelnostima. [Na sajtu](#) smo objavili pet tekstova, kao i [obaveštenja o skupovima koje organizujemo 28. februara](#). U protekloj sedmici objavljeno je čak 88 vesti ili priloga o aktivnostima naše organizacije ili vesti u kojima su citirani stavovi predstavnika TS. Naši predstavnici komentarisali su slučaj "Marija i Siniša Mali", najavu kandidature Tomislava Nikolića, pričali za medije o finansiranju kampanje, o "v.d. stanju" u javnim preduzećima, izboru direktora Agencije za borbu protiv korupcije.

Prenosimo izbor tekstova koje smo objavili u prethodnoj sedmici:



Pod lupom

Ko je kriv što nema direktora Agencije, a ko što se ne kontroliše kampanja pre kampanje

16. februar 2017.

Predsednik Vlade i predsednički kandidat pomenuo je, [u gostovanju na RTS-u](#), na neobičan način neizbor novog direktora (koga je nazvao „predsednik“) Agencije za borbu protiv korupcije – kao da je u pitanju diverzija kandidata već 15 godina pokojnog „DOS“-a.

„Ja kampanju ne vodim, ko vodi kampanju od nas, niko, mi nismo ni dinara potrošili, ni jednu tribinu nismo održali za kampanju bilo čega. Nigde nisam otišao da se predstavim na bilo koji način. Je l' to istina, jeste. Pa što onda pričate o neakvim kampanjama. Kampanju vode određeni dosovski kandidati, oni vode tu kampanju, nemaju pravo po zakonu da je vode, ljudi ne razumeju dobro, ti ljudi nemaju pravo da troše ovolike pare a niko ih ne pita ni odakle ni kako po zakonu... Namerno neko nije hteo da izabere predsednika Agencije za borbu protiv korupcije da ne bi mogli da ih pitaju, nego smo dobili 4 glasa umesto 5 glasova koliko je trebalo za izbor, zato što bi ih neko pitao odakle vam te pare. A koja vam je to strana ambasada platila da imate toliko para, meni nije, a nekima jesu platili od tih dosovskih kandidata“.

Isključivi krivac za to što će novog direktora Agencije biti teško izabrati je vlast, oličena u poslaničkoj većini i partiji koju upravo Vučić predvodi. Naime, Odbor Agencije ima samo šest članova, od devet koliko bi trebalo. Toliko ih je zato što godinama, odnosno mesecima [nije](#)



[stavljen na izbor](#) zajednički predlog Poverenika i Zaštitnika građana za jednog člana (Vida Petrović – Škero), kao ni zajednički predlog novinarskih udruženja (Živojin Rakočević). Takođe je od skora upražnjeno mesto kandidata koji se bira [na predlog predsednika Republike](#).

Vlada je kriva i na drugi način – izmene Zakona o Agenciji za borbu protiv korupcije su inicijalno planirane za 2014, ali do njih još uvek nije došlo. Jedna od promena bi se mogla odnositi i na način donošenja odluka unutar Odbora, jer nije logično da se odlučivanje uvek vrši apsolutnom većinom glasova.

Kako god bilo, optužba Vučića na račun dva člana Odbora koja nisu glasala za kandidata za koga (koju) su glasala preostala četiri je bez ikakvog dokaza ili osnova. Naprotiv, kada se imaju u vidu prethodno dostupne [informacije](#) o tome da se među kandidatima nalazilo i nekoliko visokih službenika iz prethodne (2012-2016) postave Ministarstva pravde, sa znatno više bi se argumenata moglo pretpostaviti suprotno – da su četiri člana Odbora Agencije dala glas za kandidata koji je blizak političkoj stranci iz koje dolaze svi najmoćniji funkcioneri u zemlji, a da su se dva člana Odbora tome suprotstavila.



Kako god bilo, to ostaje u sferi nagađanja, budući da [Odbor nije obelodanio](#) ime kandidata o kojem se glasalo, kao ni razloge za pojedinačne glasove.

Kako god bilo, izbor direktora Agencije je značajna stvar, ali taj organ i sada ima vršioca te dužnosti i službenike zaposlene u sektorima koji se bave kontrolom finansiranja kampanje i poštovanjem obaveza od strane javnih funkcionera. Drugim rečima, **ako ima neke nezakonitosti u finansiranju predsedničkih kandidata, onda bi Aleksandar Vučić, u svojstvu oštećenog predsedničkog kandidata, ili bilo ko drugi mogao da prijavi tu nezakonitost** i zatraži od Agencije da je ispita. Do toga ne dolazi, a već je postao **uobičajen manir (naročito često praktikovan od predstavnika SNS pred izbore u Beogradu i Vojvodini)** da se optužbe za kršenje zakona koriste za sticanje političkih poena a da iza toga nema ni krivičnih prijava niti informacija o tome da li je stvarno bilo zloupotreba.

U ovom slučaju postoji jedan dodatan problem. Kada bi novac za promociju nekog predsedničkog kandidata poticao, ne samo „od ambasadora“, već iz najcrnijih zamislivih fondova, to ne bi bilo zabranjeno sve dok se troši pre raspisivanja izbora. Naime, Zakon o finansiranju političkih aktivnosti sva prava i obaveze predlagача kandidata koje se tiču finansiranja izborne kampanje vezuje za period od raspisivanja do održavanja izbora. [Ni drugi zakoni ne zabranjuju](#) potencijalnim kandidatima vođenje raznih oblika kampanje pre raspisivanja izbora. U Zakonu o elektronskim medijima postoji samo jedna, i to nevešto sročena, zabrana elektronskim medijima da emituju oglase van kampanje.



Ko bi mogao da bude kriv za ovakav propust?

Ne treba tražiti daleko – slično kao i Zakon o Agenciji za borbu protiv korupcije, tako je i Zakon o finansiranju političkih aktivnosti trebalo da bude izmenjen do kraja 2014, na osnovu [prvobitnog Akcionog plana](#) za primenu Nacionalne antikorupcijske strategije iz 2013. Umesto

celovitih izmena tog akta, koje je po sopstvenom akcionom planu **trebalo da predloži Vlada još pre 2,5 godine**, na predlog poslaničke grupe SNS usvojene su izmene koje **nemaju veze sa rešavanjem problema** iz strateškog akta. Tim izmenama je, između ostalog, omogućeno političkim strankama koje dobijaju novac iz budžeta za finansiranje svog redovnog rada (van izbora) da taj novac takođe koriste za finansiranje izborne kampanje i za kupovinu nepokretnosti. Na taj način je dodatno povećan jaz u mogućnosti promocije koji i inače postoji između kandidata koji dolaze iz najvećih parlamentarnih stranaka i ostalih.

O koncesiji za aerodrom

13. februar 2017.

Transparentnost Srbija već dve godine upozorava da brojne najave davanja beogradskog aerodroma u koncesiju nisu praćene dokumentovanim obrazloženjem zbog čega je potrebno tražiti privatnog partnera ovom javnom preduzeću i zbog čega predstavnici vlasti smatraju da je upravo koncesija najbolji način da se postignu željeni ciljevi. O tome smo pisali [u aprilu 2015.](#) kada je formirana "državna radna grupa " koja je trebalo da utvrdi "strateške pravce razvoja"



Aerodroma Nikola Tesla, potom [u februaru 2016. i pre dva meseca](#) kada je istovremeno saopšteno da aerodrom beleži odlične rezultate i veliki prihod, ali da će biti dat u koncesiju.

Sada su političke najave konkretizovane u javnom pozivu budućim koncesionarima. Međutim, i dalje nema na sajtovima Vlade, resornog ministarstva, Aerodroma ni Komisije za javno privatna prtnerstva dokumenata koji se po Zakonu (član 29, 29a i 31) moraju napraviti, a koji bi možda doneli odgovor na deo pitanja koja smo postavljali. To su, pre svega, predlog koncesionog akta i mišljenje Komisije za JPP, kao i studija opravdanosti davanja koncesije koja treba da pokaže zbog čega bi ovaj oblik javno-privatnog partnerstva za državu bio povoljniji nego razvoj iz sopstvenih sredstava ili

Ova studija je posebno važna zbog brojnih izjava da aerodrom (iako se godinama odricao dela prihoda u korist preduzeća Air Serbia) ostvaruje izvanredne rezultate, pa i ocena premijera iz decembra 2016 "da smo i sami u stanju da ulažemo u aerodrom".

Koncesija bi, kako je to predstavljano javnosti u proteklom periodu, donela jednokratni prihod u budžet od nekoliko stotina miliona evra, ali bi se država istovremeno odrekla redovnog prihoda u narednih četvrt veka.

Treba, ipak, napomenuti, da su rizici od štete kod „čistih“ koncesija najmanji u odnosu na sve druge oblike javno-privatnih partnerstava (npr. zajedničko preduzeće kao u slučaju „Beograda na vodi“) ili kod koncesija u kojima država garantuje određena ulaganja ili određeni promet koncesionaru. Ukoliko bi se u koncesioni ugovor unele garancije prihoda koncesionara i slične klauzule to bi dodatno zamaglilo sliku o tome koliko je ugovor povoljan u odnosu na alternativna rešenja.

Transparentnost Srbija će kopije pomenutih dokumenata zatražiti zahtevima za pristup informacijama.

kroz zaduživanje.





Konferencije

Šta funkcioneri smeju u kampanji

17. februara 2017. (Izvor: Beta/Fonet)

Predstavnici Transparentnosti Srbija Nemanja Nenadić i Zlatko Minić učestvovali su 17. februara na panel diskusiji Peščanika "Finansiranje predizborne kampanje". U diskusiji je učestvovao i novinar Vladimir Kostić, a razgovor je vodila urednica Peščanika Svetlana Lukić.

Nemanja Nenadić ocenio je da bi trebalo da postoje "jasna pravila šta javni funkcioneri smeju da rade dok traje izborna kampanja" i da ne bi smeli da zloupotrebljavaju javne resurse zarad partijske promocije. On je rekao da bi ta pravila trebalo da se odnose na sve nosioce javnih funkcija, predsednika države i Vlade, ministre, gradonačelnike.

Govoreći o najavi premijera Srbije Aleksandra Vučića da će izbornu kampanju za predsednika Srbije voditi u slobodno vreme, Nenadić je naveo da taj stav nije ispravan, ali nije nezakonit, zato što su zakoni nepotpuni. Niko ne mora nikada da podnosi ostavku. Podnošenje ostavke je uvek lični čin. Ovde podnošenje ostavke ne bi ništa razrešilo, jer bi u tom slučaju Vlada nastavila da radi u takozvanom tehničkom mandatu, rekao je Nenadić.



foto: www.mc.rs

Ono što bi u ovom slučaju bilo pravo rešenje je nešto što se pominje u našim zakonima, a to je privremena sprečenost, rekao je Nenadić i dodao da smo od Vučića mogli da čujemo da neće odabrati taj put, već da hoće i dalje da bude predsednik Vlade u punom kapacitetu dok traje kampanja. "To sluti da ćemo opet imati neku vrstu funkcionerske kampanje kao na svim prethodnim izborima", naveo je on.

Nenadić je rekao da ukoliko neko vodi izbornu kampanju, ide na mitinge, obilazi građane i ubeđuje ih da je on najbolji kandidat za predsednika, ne može da bude predsednik Vlade, niti bilo kakav drugi funkcioner u isto vreme. Funkcioneri, kako je istakao, pravdaju da i tokom izborne kampanje moraju da rade svoje redovne poslove, a suština je u tome da oni te svoje navodno redovne poslove planiraju u povećanom obimu upravo u vreme kampanje, a za tako nešto nemaju nijednu zakonsku prepreku. Jedino što postoji je odredba Zakona o Agenciji za borbu protiv korupcije koja govori o tome da funkcioner mora uvek jasno da predoči šta radi u svom službenom kapacitetu, a šta radi u kapacitetu kandidata na izborima, člana partije, rekao je Nenadić.



Pravila moraju da obuhvate ne samo one koji direktno učestvuju u kampanji, već i sve druge javne funkcionere, jer je bilo situacija da funkcioneri koji navodno ne učestvuju u kampanji ustvari su direktno involvirani u nju, rekao je Nenadić. Kao primer naveo je funkcionere Grada Beograda koji su direktno učestvovali u vođenju kampanje za pojedine beogradske opštine 2016. godine.

Saradnik Transparentnosti Srbija Zlatko Minić rekao je da je na svim prethodnim izborima vođena "funkcionerska kampanja", pa ni ovi predsednički neće biti izuzetak.

On je ocenio vrlo lako može da se desi "da premijer u aktu samožrtvovanja saopšti da zbog Srbije neće voditi kampanju za predsednika nego će raditi svoj posao".

Minić je rekao da će Vučić u tom slučaju "nastaviti kampanju koja traje već dve i po godine tvrdeći da to nije predsednička kampanja". To je onda izuzetno dobro osmišljena predsednička kampanja koja ne ulazi u blokove gde se eventualno emituju pripremljeni spotovi, nego ulazi u udarne minute informativnih emisija, naveo je Minić.





Inicijative i analize

Zloupotrebe u Beogradskim elektranama

14. februara 2017.

TS je inicirala da JP Beogradske elektrane na svojoj internet stranici objave cene usluga i detalje u vezi sa podnošenjem zahteva za intervencije na kućnim instalacijama (ispuštanje vode iz sistema za grejanje, zamena ventila i slično) i rokove za pružanje usluga. U dopisu je JP takođe pozvano da sprovede kontrolu zbog sumnji da se dešavaju zloupotrebe na štetu JP i da utvrdi mere kako bi se sprečile zloupotrebe.

Inicijativa je rezultat prijave Antikorupcijskom savetovalištu TSj:

Anonimni građanin obratio se 7. novembra 2016. godine Antikorupcijskom savetovalištu i ukazao na pojavu koju je označio kao "razrađeni koruptivni mehanizam" u Beogradskim elektranama.

Tokom leta, u vreme pre početka sezone grejanja, želeo je da promeni ventile na radijatorima. Kako bi to uradio, bilo je potrebno da radnici Beogradskih elektrana ispuste vodu iz sistema grejanja u podstanici u zgradi u kojoj živi.

Građanin je pozvao centralu Beogradskih elektrana (objedinjeni pozivni centar), jedini kontakt broj dostupan na sajtu JP, i kazao o čemu je reč. Dobio je informaciju da će biti potrebno da "podnese zahtev", ali je za detalje upućen na toplanu u njegovom delu grada. Dobio je broj telefona toplane. Kada je pozvao taj broj i rekao o čemu je reč, osoba koja se odgovorila na poziv tražila je njegov kontakt telefon i rekla da će mu se neko javiti.

Ubrzo mu se zaista, sa mobilnog broja telefona, javila druga osoba koja se predstavila kao majstor iz toplane i dogovorila se sa njim kog dana treba ispustiti vodu iz sistema. Na pitanje da li je potrebno podneti zahtev, da li se usluga plaća, da li se plaća na blagajni, majstor je odgovorio da bi, ako se "to radi na taj način" procedura trajala, da bi troškovi bili dvostruko veći, ali je ovako "u dogovoru između njih dvojice i uz diskreciju" sve mnogo brže, i koštaće upola manje, ali neće dobiti račun.



Јавно комунално предузеће
„Београдске електране“
Београд



Građanin je prihvatio da na ovaj način dobije uslugu, što je i učinjeno. S obzirom na to da građaninu ni u jednom trenutku nije pružena mogućnost da uslugu dobije na propisan način, niti mu je predloženo kakva je pravilna procedura, koji su stvarni troškovi (informacija o tome ne postoji čak ni na sajtu Beogradskih elektrana), on sumnja da je reč o dugogodišnjoj dobro razrađenoj koruptivnoj praksi, kojom se ostvaruje dobit za zaposlene u JP, a nanosi šteta JP.

Građanin nije želeo da kaže o kojoj toplani je konkretno reč, navodeći da ne želi da prijavljuje "konkretnu majstore", već da ukaže na koruptivni sistem i pozove TS da posređujemo u eliminisanju ovog sistema, odnosno sistemskom rešavanju problema.

TS je utvrdila da na sajtu Beogradskih elektrana zaista ne postoje podaci o uslugama ove vrste, rokovima, cenama i procedurama za dobijanje usluga (način i mestio podnošenja zahteva), kao ni bilo kakvi drugi kontakti. Jedina napomena nalazi se u rubrici "Pitanja i odgovori" gde se u vezi sa zamenom radijatora navodi da „Beogradske elektrane nijednu uslugu ne naplaćuju na licu mesta, već izdavanjem računa koji se plaća u bankama ili pošti“.

TS je zbog toga uputila inicijativu JP Beogradske elektrane (direktoru i nadzornom odboru) da na svom sajtu, na vidnom mestu, objave podatke o uslugama koje pružaju, rokovima i cenama, upozorenje o ispravnim procedurama, te da sprovedu kontrolu, identifikuju potencijalne koruptivne mehanizme i sprovedu mere koje treba da spreče ovu pojavu.

**Транспарентност
Србија**

Адреса: Палмотићева 31,
11000 Београд, Србија
Телефон: (+381 11) 303 827
e-mail: ts@transparentnost.org
www.facebook.com/TransparentnostSrb
twitter.com/transparencysr
www.transparentnost.org

Јавно комунално предузеће
„Београдске електране“
Савски насип 11
Нови Београд
директор Горан Алексић
info@beoelektrane.rs

Поштовани г. Алексић,

Антикорупцијском саветовалишту организације Транспарентност Србија обратио се грађанин који је указао на појаву коју је означио као "развијени коруптивни механизам" у Београдским електранама. Због тога Вам се обраћамо са иницијативом да предумете мере из своје надлежности како би се спречила појава која је описана и како би се спречило да се на тај начин наноси штета ЈКП Београдске електране.

Грађанин је навео да је током лета 2016. године, у време пре почетка грејне сезоне, желео је да промени вентиле на радијаторима у свом стану. Како би то учинио, било је потребно да се испусти вода из система грејања у подстаници у згради у којој живи.

Грађанин је позвао централу Београдских електрана (обједињени позивни центар), једини контакт број доступан на сајту ЈП, и описао каква му је интервенција потребна. Добио је информацију да ће морати да "поднесе захтев", али је за детаље упућен на топлану у његовом делу града и добио је број телефона топлане. Када је позвао тај број и рекао о чему је реч, особа која се јавила тражила је његов контакт телефон и рекла да ће му се неко јавити. Убрзо му се заиста, са мобилног броја телефона, јавила друга особа која се представила као мајстор из топлане и договорила се са њим ког дана треба испустити воду из система. На питање да ли је потребно поднети захтев, да ли се услуга плаћа, да ли се плаћа на благајни, мајстор је одговорио да би, ако се "то ради на тај начин" процедура трајала, да би трошкови били двоструко већи, али је овако "у договору између њих двојице и уз дискрецију" све много брже, и коштаће упола мање, али неће добити рачун.

Грађанин је, с обзиром на то да му се журило, а није му речено колико би регуларна



Antikorupcijsko savetovalište ALAC

Prenosimo tri slučaja otvorena u našem Antikorupcijskom savetovalištu:

Sumnja na favorizovanje jednog ponuđača

Zanimljiv slučaj nam je stigao iz jedne opštinske uprave, gde nas je jedno od lica zaduženih za javne nabavke (učestvuje u opštinskoj Komisiji za određeni broj nabavki) upitalo o ispravnosti tehničke specifikacije i postavljenih dodatnih uslova, za koje je izrazio sumnju da su sačinjeni u korist jednog od potencijalnih ponuđača koji se sve češće pojavljuje u postupcima i gotovo sigurno dobija svaku javnu nabavku u kojoj se pojavi kao učesnik. TS će najpre konsultovati kolege koje se stručno bave delatnošću koja je predmet, a zatim i postaviti nekoliko pitanja naručiocu kako bi utvrdili opravdanost specifikacije a zatim i dodatnih uslova. Mogućnosti su brojne, od podnošenja zahteva za zaštitu prava, do iniciranja prekršajnog postupka protiv, ukoliko se utvrdi, zlonamernog naručioca. Sa druge strane, položaj službenika koji nam je ukazao na nepravilnosti takođe mora biti osiguran, u smislu primene pravila o mogućim uzbunjivačima.

Uzbunjivačica

Drugi slučaj se odnosi na rad opštinske uprave u jednom mestu u Vojvodini. Službenica je takođe nezadovoljna načinom na koji se postupa u okviru opštinske uprave, te je više puta ukazivala na nepravilnosti, pre svega svojim pretpostavljenima. Nakon toga je pokretan disciplinski postupak, gde smo kao organizacija reagovali u smislu zaštite potencijalne uzbunjivačice, što je rezultiralo obustavljanjem postupka. Ponovo je aktuelno pitanje oko raznih nepravilnosti, što kod izdavanja određenih dozvola, sprovođenja javnih nabavki ali i dodeljivanja sredstava na konkursima, za koje službenica koja nam se obratila, smatra da postoji puno sumnje u zloupotrebe.

Prikrivanje informacija

Interesantan slučaj se odnosi na nepostupanje organa javne vlasti na podnet zahtev za pristup informacijama od javnog značaja. Organ javne vlasti je najpre usmenim putem saopštio da će dostaviti deo odgovora jer je određeni deo, navodno poverljiv, a zatim se pisanim odgovorom izjasnio negativno, po pitanju kompletnom upita. Ono što je bitno napomenuti je da je odgovor stigao nakon 35 dana, daleko van zakonskog roka, bez donetog rešenja o odbijanju zahteva i uz obrazloženje da se zaposleni prečesto odvlače od posla kako bi postupali po nerazumnim zahtevima. Usmenom komunikacijom saznali smo da su postupajući zaposleni zapravo na odmorima. Objasnili smo da se radi o dokumentaciji čijim pribavljanjem bi se dokazala ozbiljna prekršajna i krivična dela, na šta su reagovali negativnim odgovorom. Podneta je žalba zbog odgovora koji je dobijen, te se očekuje postupanje Kancelarije poverenika i pribavljanje zahtevanih informacija i dokumenata kako bismo nastavili sa procesuiranjem pred nadležnim organima.



Mediji

Koliko košta ulaznica za Andrićev venac

Politika, B.Baković, 17. februar 2017.

Ako neko želi da napravi dobar rezultat na predsedničkim izborima u Srbiji, mora da obezbedi minimalno pet miliona evra. Naravno, može se i s pola miliona evra završiti kampanja, ali onima koji hoće samo da učestvuju u trci i da sebi podignu rejting. Realno, ko hoće stvarno nešto da uradi, ne treba ni da razmišlja o manje od pet miliona, piše „Politika”.

Ovako govori jedan od iskusnih kreatora raznih izbornih kampanja koji, kako naglašava, ne priča „kao neko ko misli da je tako, nego kao onaj ko je kroz to prolazio”. Naravno, želi da ostane anonimn da bi, kako kaže, mogao iskreno da priča, budući da njegove cifre odudaraju od onih iz finansijskih izveštaja koji se redovno dostavljaju Agenciji za borbu protiv korupcije.



„Ja sam jednom davno, nije bitno za koga, imao milion evra. To nije bilo dovoljno, to jednostavno ode dok ste rekli 'piksla' na televiziji. Ne može sa toliko. Morate da imate pet miliona ako ste ozbiljan igrač”, tvrdi ovaj sagovornik „Politike”.

To se prilično poklapa sa nalazima organizacije „Transparentnost Srbija”, koja prati naše izbore od 2004. godine. Nemanja Nenadić, izvršni direktor TS-a, kaže za „Politiku” da je za sve to vreme ijedna kampanja, koja je bila iole primetna, teško mogla da prođe bez oko pola miliona evra.

„A one agresivne kampanje, s obiljem zakupljenih termina, s bilbordima, spotovima, mitinzima i slično, morale su da koštaju 3-4 miliona, pa i više. Ali, bez pola miliona teško bi bilo i zapamtiti ili zapaziti neke kandidate. Sada se stvari menjaju zbog interneta i društvenih mreža, koji su jeftinije sredstvo oglašavanja, i možda će to donekle i sniziti troškove kampanja”, kaže Nenadić.

Od još jednog nezvaničnog izvora, ovog puta iz izbornog štaba jednog od ozbiljnijih kandidata na predstojećim predsedničkim izborima, mogla se čuti „proverena računica” da za osvajanje 10 odsto glasova treba uložiti minimalno tri miliona evra. I to pod uslovom da je kandidat poznato lice već na početku kampanje.

„Minimalni iznos za predsedničke izbore je 250.000 evra. Ali, to bi bila kampanja bez kampanje. Samo internet, terenska kampanja i lokalni mediji. Bez velikihtelevizija i bilborda”, kaže naš izvor, koji dodaje



da, po principu „koliko para, toliko muzike“, uspeh i na predsedničkim izborima direktno zavisi od uložених para. „Koliko ćeš para uložiti zavisi od toga koji cilj na izborima postaviš“, naglašava.

Za utehu, ovakve priče koje razbijaju iluzije o snazi političkih ideja, značaju ličnosti kandidata, njihovog karaktera, ličnog integriteta i celokupnog ambijenta oko njih, imaju i dodatak: lošem kandidatu nikakvi milioni ne mogu pomoći.

Na pitanje koliko je novca potrebno za pobjedu na predsedničkim izborima, Milan Stevanović Piksel, šef Centra za edukaciju Srpske napredne stranke, poznat i kao čovek koji je poslednjih dvadesetak godina vodio neke od najozbiljnijih kampanja na ovim prostorima (napisao i knjigu „Kako pobediti na izborima“), odgovara da ne postoji formula za to.

„Nije sve u parama. Ako kandidat nije dobar, novac ne pomaže. Donald Tramp i Hilari Klinton su to pokazali. Klintonova je potrošila mnogo više novca, ali je Tramp potrošio tamo gde je trebalo, na internetu. Klintonova je imala i mnogo jače veze, i mnogo bolju poziciju, i mnogo više para, ali nije dobro rasporedila te pare i - doviđenja. Tramp je pobedio zahvaljujući tome što se, za razliku od nje, posvetio društvenim mrežama i internetu“, ističe Stevanović.



On ukazuje da je u predsedničkim kampanjama potrebno manje novca nego za parlamentarne izbore, jer nema toliko kandidata koje podržavaju jake stranke. Pored toga, na predsedničkim izborima mnogo više zavisi od ličnosti kandidata, od njegove harizme, ali i od njegove prepoznatljivosti. „Ako nije prepoznatljiv, prvo morate da potrošite pare da bi građani saznali ko je on“, napominje Stevanović.

Za finansiranje predstojeće predsedničke kampanje iz republičke kase biće izdvojeno 641,8 miliona dinara (oko 5,2 miliona evra), od kojih se polovina deli u jednakim iznosima svim kandidatima koji polože jemstvo, dok drugi deo dele dva kandidata koji prođu u drugi krug. Ako neko pobedi već u prvom krugu, dobija svih 2,6 miliona evra.

„Transparentnost Srbija“ ukazuje da će predlagači kandidata na predsedničkim izborima 2017. dobiti za trećinu manje novca iz budžeta nego 2012, što je posledica izmene zakona (sad se u tu svrhu izdvaja iznos od 0,07 odsto poreskih prihoda republičkog budžeta). TS, međutim, napominje da se pri svakoj promeni zakona mora voditi računa o ravnopravnosti učesnika izborne trke, koja je ozbiljno narušena sistemom finansiranja.

„Naime, izmenama Zakona o finansiranju političkih aktivnosti s kraja 2014, koje, nažalost, nisu izvedene u skladu s antikorupcijskom strategijom donetom samo godinu dana ranije, uvedena je mogućnost da se za izbornu kampanju troši budžetski novac namenjen finansiranju redovnog rada političkog subjekta.

Od tog momenta u izbornoj trci su izrazito privilegovani kandidati većih parlamentarnih stranaka, naročito u odnosu na nezavisne i kandidate vanparlamentarne opozicije“, ističe TS.



Sudeći po izveštajima iz predsedničke kampanje 2012, čak ni „privilegovani” kandidati ne mogu da skupe famoznih pet miliona evra koji se spominju u krugovima marketinških stručnjaka. Ili mogu, ali ne prijavljuju sve. Kandidati od pre pet godina, međutim, mogu da se posluže dobrim argumentom za „manjak” sredstava u izveštajima. Bili su, naime, opšti izbori i uglavnom objedinjene kampanje, pa su se resursi za predsedničke, parlamentarne, pokrajinske i lokalne izbore umnogome prelivali s jednih na druge. Tada je za predsedničke izbore, na primer, šest najjačih izbornih lista prikupilo ukupno oko 6,9 miliona evra (oko 84 odsto su budžetska sredstva), a za parlamentarne - oko 12,2 miliona evra.

Upućeni, ipak, tvrde da se nigde na svetu ne mogu „uhvatiti” svi tokovi donacija (novca i usluga) u jednoj kampanji. Ko će izračunati radne sate volontera, pa donacije u vidu ručkova, večera, korišćenja automobila, autobusa, goriva, štampanje plakata, postavljanje bilborda... Sve bi to trebalo i moglo da se nađe u finansijskim izveštajima, ali...

Ono što ne može da se sakrije, za početak, jeste novac za overu neophodnih 10.000 potpisa. To je preduslov za kandidovanje, a prema računici s prošlogodišnjih izbora, kad je overa potpisa koštala 50 dinara, za 12.000 potpisa (radi rezerve), treba skupiti 600.000 dinara, to jest oko 4.800 evra.

Najveći deo sredstava ipak ide na oglašavanje, a lavovski deo toga - na televizijsko oglašavanje. Pre pet godina, prema analizi antikorupcijske agencije, na svim nivoima izbora dominantno sredstvo za promociju političkih programa i predizbornih platformi u okviru sredstava javnog informisanja bila je televizija (od 76,6 do 94,5 procenata).

Prema našim izvorima, marketinška agencija koja napravi spot, recimo, može da uzme 30.000, 40.000, 50.000 evra, ali će se 500.000-600.000 potrošiti na emitovanje tog spota na televiziji. Stvarni iznosi često mogu da budu skriveni, jer na nekim privatnim televizijama, ističe naš izvor, postoji mogućnost došvora oko cene, uslova emitovanja i načina plaćanja. U nekim slučajevima se možda deo plaća „na ruke”, a samo deo preko računa, mada je to u današnje vreme sve teže raditi, jer javnost insistira na većoj transparentnosti finansiranja u politici.

I Nemanja Nenadić potvrđuje da su izveštaji vremenom postajali realističniji.

„Ima, naravno, nekih troškova koji nisu obuhvaćeni, pre svega oni koji su i nedozvoljeni. Ali teško je dokazati kupovinu glasova, trgovinu medijskim uticajem, izvlačenje novca iz javnih i privatnih preduzeća i slično. Ipak, s obzirom na to da su najveći troškovi izborne kampanje oni koji se odnose na medijsko oglašavanje i da je taj trošak vidljiv, može se ipak reći da je većina troškova izborne kampanje prijavljena”, ističe on.

