

Коалиција Албанаца долине

Учесник на изборима је била коалиција чије чланице нису наведене, а одговорно лице је одређено 28. фебруара 2022, чији је приватни мејл (гмаил) и уписан као електронски контакт коалиције. Вебсајт коалиције није наведен, што је јединствен случај када је реч о овогодишњим републичким изборима.

За финансирање су коришћена два рачуна, код Комерцијалне банке и Управе за трезор. Као изборно јемство су положена сопствена средства странке у износу од 11,8 милиона динара, и три милиона динара средстава трећих лица, односно четири фирме (Selja Commerce, Termoran-GLlass, Shera и Wes Lime. За сопствена средства се не наводи чија су. Коалиција нема сопствена средства, али су их могле имати чланице коалиције које нису наведене.

Коалиција је добила из буџета, као аванс 20,5 милиона динара, и тај новац је уплаћен 24.3.2022 и на основу успеха уплаћено је још 2.296.079 динара 8.јула 2022. Део тог новца је остао неутрошен (352 хиљаде динара).

Коалиција је са сталног рачуна неке од странака (не постоји рубрика да се наведе које) пребацила 4.411.305, од којих је утрошила свега 21.305 динара, тако да је укупан приход износио 22.900.051 динара. Није било пријављених кредита, прилога нити услуга из јавних прихода. Да је успех на изборима био слабији, то јест да Коалиција није стекла право на додатних 2,3 милиона динара, постојала је могућност да се трошак покрије из овог извора. Вероватно је реч о новцу који су чланице Коалиције добијале из буџета по основу заступљености у републичкој Скупштини.

Пријављени трошкови кампање незнатно су нижи од прихода, и износили су 22.899.347 динара. Није јасно како је настала ова разлика од око 700 динара, односно због чега тај новац није после кампање пренет, било у буџет или на стални страначки рачун.

На промоцију је дато нешто мање од пет милиона динара. На летке, плакате и билборде потрошена је петина те суме. За дизајн и штампу хиљаду флајера, по цени од чак 50 динара за комад, плаћено је 57.256 динара фирми DESIGN LINDI BUJANOVAC, а трошкови дистрибуције нису наведени. Графички дизајн студио "Griffon" одштампао је 5.000 флајера са, како се наводи, колор штампом, али нема трошкова дизајна и дистрибуције.

За три врсте плаката дато је 325.200 динара, али попуњен је само податак за израду дизајна а не и штампу и дистрибуцију. Највероватније је да је унет збирни износ, јер је за две врсте постера услуга плаћена студију "Griffon" који је штампао и флајере. У првој серији, урађено је 700 плаката по јединичној цени од 216 динара, а у другој 500 комада по цени од 108 динара за комад у формату А3. Још 300 плаката такође формата А3 урађено је код фирме LURA PRINT PR ŠKLJEČIM ASANI, по знатно вишој јединичној цени – 400 динара.

Коалиција се оглашавала и на билбордима за шта је утрошила тек нешто више него за плакате, односно 338.349 динара. Од три билборда, дизајн и штампу за два, безмало идентичне вредности је урадио DESIGN LINDI BUJANOVAC, укупно за нешто више од 118 хиљада динара, а 220.000 плаћено је LURA PRINT PR ŠKLJEČIM ASANI за трећи билборд, где је износ уписан у ставку „дизајн“, али се у напомени наводи да је реч о монтажи и демонтажи билборда. Закуп простора за истицање наведен је само код првог билборда, и то за 28 јединичних места, свако по 363 динара, што би била изузетно ниска цена. Као укупан износ за ову услугу пријављено је 10,164 динара, уплаћених Управи за трезор, на име комуналне таксе, али се у напомени прецизира да је у питању закуп за четири билборда. Трошкови комуналне таксе нису уобичајени у извештајима о трошковима кампање, тако да је можда овде реч о закупу неког простора који се не користи уобичајено за билборде и друге видове оглашавања.

Брошура и новина није било, а највећи део суме из ове групе трошкова – мало више од четири милиона динара – пријављен је као други промотивни материјал у 35 ставки. Око три четвртине наплатио је DESIGN LINDI BUJANOVAC за набавку материјала и дизајн са штампом за 3.500 упаљача, 250 мајица, 220 церада, 4.000 3D стикера, 36 PVC фолија, 51 заставу, 4 голара, 1.800 оловака и непрецизираних 116 комада материјала у боји на формату А4 (вредности око осам хиљада), као и 60 комада материјала у потпуности неспецификованог у износу од око 84.000 динара. Скоро милион динара плаћено је фирми AGENCIJA AA PRINT 2017 BUJANOVAC за набавку материјала за 90 поло-мајица са принтом, (1,600 динара по комаду), за 41 дуксерицу (3,100 динара комад), за 590 мајица (795 динара комад), за 600 упаљача по 67 динара комад, 50 трака LANY 20 (450 динара по комаду) и за дизајн и израду 50 банера, по комаду 2,500 динара. Питање је зашто је трошак банера представљен у додатим трошковима, осим ако нису у питању мањи банери посебне намене. Још око 700,000 динара плаћено је промотивни материјал фирми LURA PRINT PR ŠKLJEČIM ASANI за 2.000 стикера у две величине, укупно 140,000, за штампање текстила око 475,000. Овој фирми је дато и за набавку материјала за четири ролапа 80,000 динара. С обзиром на то да је извештај попуњен недовољно прецизно и да се исте ставке, код истих пружалаца услуга понављају, остаје нејасно да ли су у питању иста 4 већ поменута ролапа. И коначно, у промотивне трошкове спада и више од пола милиона динара уплаћених фирми GRIFFON за набавку 2.000 хемијских оловака са штампом – 108,000 динара, исто толико упаљача са УВ штампом, 66 динара по комаду, за 360 мајица са штампом – 216,000 динара, и три ролап механизма за које је плаћено 43,200 динара.

Коалиција је пријавила 200,000 динара за митинг одржан у Бујановцу 30.марта, а сав трошак је пријављен за монтажу и демонтажу бине.

За ТВ оглашавање утрошено је 250,000 динара, од чега је на израду спота отишло 200,000 динара а остатак на емитовање на РТ Прешево. Трошкови за два пријављена банера на интернету износили су 1.300.000. За први је плаћено Удружењу грађана "UDRUŽENJE Info WIKI" 400,000 динара, за израду и промоцију, док је 900,000 динара отишло Центру за демократију и едукацију Долина за снимање и израду материјала као и емитовање на порталу, јутјуб каналу и ФБ страници (<https://luginalajm.com/>). Међутим, у опису који стоји у напоменама за „банер 1“ нису наведени медији на којима је он био постављен, а

наводи се да је сврха плаћања код објављивања „праћење промоција предизборне кампање и сајт <http://wikiliks.org/>, па би се могло закључити да у ствари није плаћено оглашавање, већ израда текстова за тај информативни портал.

Као остали трошкови оглашавања пријављено је још 50,000 за израду фотографија за предизборну кампању, што је плаћено фото студију GENGE, и 310,000 за израду и монтажу видео материјала STUDIO PRODUCTION PR EGZON FEJZULLANI.

У остале трошкове кампање пријављено је 136.020 динара административних трошкова овере потписа, све код Општине Бујановац.

Даље, за путне трошкове је плаћено 931.530 динара. Они су представљени у 34 ставке, сви као трошкови горива чланова странке и активиста у периоду изборне кампање. С обзиром на то да је пријављен само један јавни догађај током кампање, ови трошкови би могли бити у вези са неким интерним састанцима или обиласком бирача.

За трошкове додатног ангажовања пријављено је 6.750.000, све на дневнице чланова странке за дежурство и друге активности, а извршиоци, њих 143, наведени су само по личном имену. Из описа се не види о каквој врсти дежурства и активности је реч, па је могуће да је трошак уписан у погрешну рубрику. Примера ради, ако су чланови странке били ангажовани на подели промотивног материјала, онда је требало тај трошак унети као трошак дистрибуције, ако су били на неким промотивним штандовима, онда је требало унети податке о томе у рубрику јавних активности и слично. Поред тога, појам „дневница“ везује се пре свега за ангажовање запослених, тако да остаје недоречено који облик радног или уговорног ангажмана је у питању, односно који је био рачуноводствени основ за ове исплате. Када је реч о дежурству на изборим местима, ту право на накнаду имају чланови бирачких одбора (у сталном или проширеном саставу), али се она исплаћује из буџета, а не преко политичких странака.

Трошкови ангажовања маркетиншке агенције износили су 2,200,000, од чега је 220 хиљада плаћено организацији ALTERNATIVA INTERNACIONALE за објављивање догађаја, израду фотографија и видео материјала. Макар неки од ових трошкова је вероватно требало да буду уписани у другим ставкама (нпр. израда видео материјала у рубрику о медијском представљању, ако је коришћен за те намене).

Још 400 хиљада уплаћено је консалтинг агенцији MEDIA INDEX PREŠEVO за маркетиншке услуге, 750 хиљада Удружењу за развој спорта АКТИВИТЕТИ за, како се наводи „праћење активности“ и 850,000 за снимање, израду, монтажу и дистрибуцију спотова фирми BLACK IN WHITE PRODUCTION PR GAZMEND IDRIZI. Овде је још очигледније да је трошкове требало приказати у рубрици која се односи на оглашавање Коалиције, мада се и тамо већ налазе неки трошкови сличне врсте, па се може поставити питање у чему су се разликовале услуге које су уписане на та два места.

Комуналних и режијских, као ни трошкова комуникације и истраживања јавног мњења изнајмљивања опреме није било.

У остале непоменуте трошкове, Коалиција је сврстала 5.763.867 динара. Од тога је непуних 42 хиљада динара дато за провизије и административне таксе, а остатак износа је разврстан у 39 ставки, за репрезентацију (храна и освежење) за чланове странке и активисте за дежурства и друге активности за период изборне кампање од 01.03.-30.06.2022. године. Ови трошкови су значајно већи него код већине других учесника у овој изборној кампањи. Пошто датуми трошкова нису наведени, не може се са сигурношћу закључити да ли је реч о храни и пићу за чланове бирачких одбора, приликом њиховог дежурства на изборним местима или о нечему другом.

У оквиру прелиминарног извештаја је било наведено да је прикупљено и потрошено 4.410.000 динара, путем трансфера са сталног рачуна. Међутим, у коначном извештају су готово сви ови трошкови приписани буџету. С друге стране, у прелиминарном извештају није приказан трошак ни по једној ставци (чак ни за оверу потписа), што значи да подаци у њему нису били истинити. Логично се намеће и питање на шта је било утрошено 4,4 милиона динара, ако није наведен трошак ни у једној ставци.

Коалиција Албанаца долине – Главна питања за проверу и разјашњење

- Нису видљиви називи странака које су чиниле коалицију
- Није видљиво које странке су дале средства за изборно јемство
- Постоји ситније неслагање између прихода и трошкова кампање, па је нејасно зашто око 700 динара није пренето било у буџет или на стални рачун неке од странака
- Поједини подаци о промотивним материјалима и оглашавању путем билборда су збуњујући, односно вероватно нису исправно разврстани, а за неке изгледа као да се односе на исту ствар
- Трошак дистрибуције се не наводи, али је можда обухваћен дневницама за активисте
- Трошак који је уписан као банер на интернету је можда обухватио и услуге праћења активности и објављивања текстова на интернет порталу
- Нејасно је на које се тачно активности односе високи плаћени трошкови горива, дневница, хране и пића за чланове и активисте, односно да ли је неке од њих требало унети у друге рубрике извештаја
- Поједини трошкови маркетиншке агенције се вероватно односе на медијску промоцију, али су наведени у оквиру осталих трошкова
- У прелиминарном извештају је приказана потрошња 4,4 милиона динара који су пренети са страначког рачуна, а у коначном је приказано као да је из тог извора плаћено само 21 хиљада динара трошкова
- Прелиминарни извештај не приказује ни један расход, иако су многи од њих морали настати до 19.3.2022, за који период се тај извештај односи