

Република Србија
Агенција за борбу против корупције
Београд
Царице Милице 1

Предмет: Иницијатива за накнадно испитивање веродостојности извештаја о контроли трошкова изборне кампање у 2020.години

Поштовани,

Након што је на сајту Агенције објављен Извештај о контроли финансирања политичких активности за 2020.годину - ИЗВЕШТАЈ О КОНТРОЛИ ТРОШКОВА ИЗБОРНЕ КАМПАЊЕ У 2020. ГОДИНИ¹, остало нам је нејасно да ли је Агенција у поступку контроле проверавала веродостојност одређених трошкова које су политичке странке изнеле у својим извештајима, односно неправилности у попуњавању извештаја, а које је Транспарентност Србија уочила приликом анализе тих извештаја као и сопственим мониторингом изборне кампање.

Транспарентност Србија је своје налазе објавила на свом сајту², а јавности их је представила на конференцији одржаној 21.децембра 2020, на којој су учествовали и представници Агенције.

Кроз анализу извештаја о трошковима изборне кампање за народне посланике смо уочили многа питања у вези са којима би Агенција требало да заузме начелне ставове, предузме одређене мере у контроли извештаја или да измени Правилник и решења у апликативном софтверу и пре него што дође до измене Закона о финансирању политичких активности, које су по много основа потребне.

Поред тога, уочили смо бројне ситуације у којима би требало прибавити додатне информације у вези са подацима који су изнети у извештајима политичких субјеката, да би се проверила њихова веродостојност као и поштовање правила из Закона о финансирању политичких субјеката.

Подсећамо овом приликом на неке од њих и позивамо Агенцију да своју контролу прошири и на питања која су овде изложена и да обавести јавност о исходу контроле.

Чланице коалиције, њихова видљивост и трошкови

- Образац не садржи рубрику за упис свих чланица коалиције политичких странака.

У вези са овим проблемом уочили смо следеће могуће недостатке: Код Албанске алтернативе, у извештају политичког субјекта на сајту Агенције, не наводе се чланице коалиције. СПАС се такође наводи као коалиција, али се не спомињу друге чланице осим СПАС-а. Ни код СНС-а се не наводе чланице коалиције, нити евентуални трошкови коалиционих партнера. Исти случај је и са коалицијама Савеза Војвођанским Мађара, Уједињена демократска Србија и Коалиција за

¹ <https://www.acas.rs/wp-content/uploads/2021/04/Izvestaj-verzija-V-Kampanja-konacno.pdf>

² https://www.transparentnost.org.rs/images/dokumenti_uz_vesti/Analiza_izvestaja_o_troskovima_izborne_kampanje_na_parlamentarnim_izborima_2020.pdf

мир. Метла 2020 је такође наступила као коалиција политичких странака, међутим, ни са збирне изборне листе код РИК-а, ни из финансијског извештаја, не види се које све странке чије ову коалицију. За листу „Народни – блок – Велимир Илић – генерал Момир Стојановић“ извештај је поднела странка Нова Србија, и тај је извештај представљен као извештај политичке странке.

Интересантан је и случај ПОКС-а, који се у извештају на сајту Агенције наводи као странка, а предала је листу као Коалиција за Краљевину Србију (ПОКС, Монархистички фронт, Српски покрет монархиста) – Жика Гојковић (<http://poks.rs/tag/izbori/page/2/>), како је уписана и код РИК-а. Слично је и са Странком правде и помирења, која је, иако је реч о коалиционој изборној листи, поднела извештај као политичка странка. Иако је судећи по називу реч о коалиционој изборној листи – Милан Стаматовић – Здравом да победи – Драган Јовановић – Боља Србија – Здрава Србија, извештај је поднет за политичку странку „Здрава Србија“.

Сматрамо да овде наведени недостаци имају значаја како са становишта формалне исправности поднетих извештаја, тако и због питања потпуности извештаја, услед могућих трошкова других чланица коалиције поред оних које су поднеле извештај о трошковима кампање.

Учешће удружења финансирању кампање

- У неким изборним листама се као чланице коалиције наводе удружења (која нису политички субјекти), њихови називи се не наводе у финансијским извештајима, и није јасно да ли Агенција обухвата и та удружења својом контролом.

У вези са овим проблемом уочили смо следеће могуће недостатке: У „Коалицији за мир“ су и удружења, иако није реч о политичким субјектима. Као веб-сајт коалиције наведен је сајт једног удружења, „Толеранција Србије“, али на њему нема вести о коалицији и изборима. Слично је и са Уједињеном демократском Србијом – може се поставити питање статуса појединих чланица коалиције која нису политичке странке, већ удружења – нпр. Србија 21, Грађански демократски форум, као и Војвођански фронт (који је регистрован као удружење, а често се помиње као коалиција политичких странака).

У свим таквим случајевима спорно је могу ли удружења бити чланице коалиције (политичких странака), као и дозвољеност и евидентирање трошкова које има удружење у вези са изборном кампањом. Примера ради, у случају УДС-а, није видљиво са рачуна које чланице коалиције је уплаћен новац (не постоји рубрика у обрасцу где би то било уписано).

Из извештаја Агенције се не види да је било које од ових питања било размотрено (нпр. да ли су удружења учествовала у финансирању кампање) и до каквих закључака је Агенција дошла током контроле.

Један или више рачуна за финансирање кампање

- Неки подносиоци извештаја имају и рачун у пословној банци и рачун код Трезора, неки само један, неки само други. Требало би заузети став о томе које поступање би било у складу са Законом, имајући у виду одредбе према којима се изборна кампања финансира преко јединственог рачуна.

Примери различитог поступања: Рачун само код Трезора имале су СДА, Руска странка, Заветници и Коалиција за мир (мада ова последња није користила јавне ресурсе за финансирање кампање). Здрава Србија и ПСГ имале су рачун само у банкама а СВМ само у Поштанској штедионици. Оба рачуна имале су остале листе: Нова Србија, СПП, Здрава Србија, УДС, СРС, СПАС, СПС-ЈС, СНС, Суверенисти и коалиције Метла и Албанска алтернатива.

Велике разлике у цени и непотпуни приказ трошкова промотивних материјала

- Приметили смо велике разлике у цени појединих промотивних материјала код различитих политичких субјеката, које се не могу објаснити бројем примерака који су набављени и дистрибуирани. Иако разлике могу бити легитимне, и у вези са квалитетом израде, контрола коју врши Агенција би требало да обухвати поређење међу сличним трошковима код разних политичких субјеката како би се дошло до валидних закључака о томе да ли су трошкови приказани реално, односно да ли су приказани у увећаном или умањеном износу ради избегавања законских обавеза.

Неки од примера у вези са овим уоченим проблемом су следећи:

У случају листе Народни блок/Нова Србија, трошкови за промотивни материјал су приказани углавном детаљно, али има и нелогичности – разлика у броју прибављених и дистрибуираних материјала. Такође наведени су само трошкови штампања брошура и плаката али не и трошкови дистрибуције. СДА је навела високе трошкове „другог промотивног материјала“ – више од 6 милиона динара, без навођења врсте и броја. Нема ни трошка дистрибуције промотивног материјала. СПП је такође приказао високу цену за израду плаката, али нису пријављени трошкови дистрибуције промотивног материјала. Слично је поступила и Руска странка, док Здрава Србија има само наведен трошак дистрибуције. ПОКС је такође приказао трошак за дистрибуцију летака али није видљив ни број летака, ни јединична цена. На штампање „другог промотивног материјала“ ПОКС је утрошио готово 200 хиљада динара, међутим, није наведен никакав трошак набавке и дистрибуције, као ни јединична вредност и број, што извештај у овом делу чини непотпуним.

Здрава Србија је штампала летке и брошуре и новине, али ни за један наведени промотивни материјал нису назначени трошкови дизајна и дистрибуције, а мало је вероватно да нису постојали, нарочито када је реч о новинама. За друге промотивне материјале, чија природа уопште није назначена у извештају, као ни број, утрошено је 1,8 милиона динара, што се све односи на трошак дистрибуције. Ни у овом погледу извештај није потпун, изузев ако промотивни материјал није већ био израђен коришћењем других ресурса, ван изборне кампање.

Када је реч о плакатима, СВМ је навела да је штампа коштала око 40 динара по примерку, а укупно их је било 5240. Плаћено је и плакатирање, али су подаци необични. Наиме, записано је да је цена постављања једног плаката била чак 4.938,7 динара, а да је постављено 185 таквих плаката (иако је израђено више од 5000). Други промотивни материјал је плаћен 8,6 милиона динара. Из напомене се види да је у ствари реч о три фактуре разних добављача, али не и врста промотивног материјала, број комада нити јединична цена. За овај промотивни материјал нису наведени ни трошкови штампања, ни дистрибуције.

СРС је пријавио далеко највећи трошак када је у питању промотивни материјал, за штампање чак 38 хиљада примерака књига (укупно 24,5 милиона динара). Нема података о томе да ли су

одштампане књиге дистрибуиране потенцијалним бирачима у склопу предизборне кампање (трошак дистрибуције је нула динара). Иако политичке странке немају законске препреке да финансирају било који трошак који је иначе допуштен у оквиру изборне кампање, очигледно је недостатак у Закону то што не садржи посебна правила за ситуације када се под трошак изборне кампање подведе и набавка добара и услуга од којих је могуће остваривати приходе у будућности (на пример од продаје књига).

Код Албанске алтернативе нејасно је из начина на који је попуњен извештај колико је коалиција имала летака, јер се у једном делу наводе трошкови штампања два летка, док се у случају другог наводе и трошкови дизајна, али сада за десет летака. Други промотивни материјали нису ближе описани, али се наводи да су плаћени 30 динара по комаду (2000 комада).

Кампања СПС-ЈС је укључила и три брошуре за које је плаћена само штампа, а не и дизајн и дистрибуција. За штампу другог промотивног материјала плаћено је укупно 2,8 милиона динара. Не виде се трошкови штампања и број промо-материјала.

Када је у питању СНС, постоје нелогичности код билборда и код другог промотивног материјала – број набављених, одштампаних и дистрибуираних се не подудара.

Разлике у приказу појединих трошкова и сумња у потпуност извештаја – промотивни материјал

- Указали смо да би Агенција требало да ради спровођења контроле има јединствен одговор на питање о пријављивању појединих врста трошкова у вези са чиме постоји велика шароликост у извештајима. То се нарочито односи на дистрибуцију промо-материјала, лепљење плаката, које се у неким извештајима наводи као плаћена активност, а у другима не (нигде се не наводи као бесплатна услуга пружена политичком субјекту).

Листа Народни блок/Нова Србија пријавила је за брошуре и плакате само трошак штампе. На летке је ова листа потрошила релативно високу суму – више од 1,2 милиона динара, с тим што је за три врсте летака пријавила трошкове и штампе и дистрибуције, а за четири врсте летака само трошак штампе. Тако је остало недоречено како је плаћена дистрибуција (у питању је више од 20 хиљада комада).

Сличан случај је и код СДА, чију половину трошкова чини промотивни материјал. Цена штампе промо-материјала је приказана за летке, брошуре и плакате, као и необично висак трошак „набавке другог промотивног материјала“ од 6,8 милиона динара (а да није наведено о ком материјалу је реч), међутим ни у једном случају се не помиње цена дистрибуције. Готово половина расхода СПП такође одлази на промотивни материјал, од кога се наводе само брошуре и плакати, док се „као други промотивни материјали“ не наводи шта је тачно у питању. СПП није имала пријављене трошкове билборда за парламентарне изборе. Мониторинг ТС, који је био организован и у Новом Пазару, показао је да је ова странка користила у узорку посматрања 10 двостраних малих светлећих реклама у Новом Пазару све 3 недеље посматрања кампање. Једна половина се својим садржајем односила на локалне изборе а друга на републичке.

УДС је пријавио две врсте летака, не помињући број примерака или јединичну цену, а само за један од њих трошкове дистрибуције и штампања. Ни код плаката нису наведени број

примерака, трошкови дистрибуције и дизајна. Када су у питању билборди, пријављени су само трошкови закупа код појединих добављача али не и број постављених билборда, трошкови њиховог штампања и дизајна ове врсте кампање.

СПАС је у кампањи користио летке (две врсте) и плакате, за које се наводе само трошкови штампања и број примерака, али не и трошкови дистрибуције. Код плаката нема пријављеног ни трошка дизајна. Ни Суверенисти нису навели се трошкове дизајна и дистрибуције свог промотивног материјала. Метла такође није навела трошкове дистрибуције летака нити другог промотивног материјала.

СНС је за други промотивни материјал платила 4,2 милиона динара, при чему се наводе трошкови набавке, дизајна, штампе и дистрибуције, са посебним пружаоцима услуга. Међутим, детаљан опис збуњује јер се предмет услуга не поклапа. У напоменама се види да су у питању рекламне хемијске оловке, цегери и упаљачи (за набавку), јакне, дуксерице, мајице и качкети (за дизајн), хемијске оловке и упаљачи (за штампу) и оловке, упаљачи, балони, стикери (код дистрибуције). Такође, не подудара се ни број материјала који је набављен, одштампан и дистрибуиран, што није увек логично (већи број одштампаних од набављених предмета).

За штампу другог промотивног материјала СПС – ЈС је платила укупно 2,8 милиона динара. Реч је о заставицама, мајицама, упаљачима и оловкама, али се не види ни њихов број, нити цена робе на којој је вршено штампање, јер су те рубрике остале непопуњене.

Неправилности и непотпуни извештаји у приказу појединих трошкова и сумња у потпуност извештаја – билборд кампања

У извештајима изборних листа влада велико шаренило када су у питању билборди. Неки од примера су следећи:

Заветници су за билборд кампању навели трошкове дизајна и штампања, али не и закупа површине за истицање билборда. Структура ових трошкова указује на неколико могућих неправилности. Наиме, и дизајн и штампање су плаћени значајно више него код других изборних листа, тако да је могуће да се део ових трошкова односи на неке друге трошкове. Уколико је простор за истицање билборда добијен бесплатно, то је у сваком случају требало навести као бесплатну услугу – прилог за кампању, што није учињено. У сваком случају, требало би утврдити да ли су плаћени билборди били истакнути.

ПОКС није навео број билборда, нити трошкова њихове штампе. Мониторингом ТС је уочено оглашавање на билбордима и код неких пружалаца услуга који нису изричито наведени у извештају. Код Здраве Србије, процена вредности оглашавања на лед билбордима, који су уочени у Нишу и Шапцу, је већа од пријављених расхода за ову намену. У Шапцу су такође опажени билборди које Руска странка није навела у трошковима оглашавања. И код СРС је мониторингом који је вршила ТС опажено нешто веће присуство билборда од пријављених, нарочито у Београду за оглашавање путем лед билборда. Према проценама на основу мониторинга, трошкови билборд оглашавања листе Метла су били значајно већи од пријављених.

СПАС је у извештају разврстао билборде у чак 17 група, али трошкови нису свуда приказани на једнак начин и разврставање је извршено према добављачима, а не према врстама билборда.

Иако је наведена цена за закуп и површине и штампање билборда, јединична цена није а није видљиво колико је недеља закупа плаћено, што је значајан податак за прорачун трошкова. Још једна неправилност уочена је код закупа билборда у Београду - закуп је вршен и код СЦ Нови Београд, а на сајту тог јавног предузећа нису објављени услови оглашавања, што је законски предуслов за пружање таквих услуга. Слично је и са коалицијом СПС-ЈС, који су трошкове приказали у 7 група, али у неким групама су наведени само трошкови штампања а у неким само закуп простора.

Процена трошкова оглашавања СНС путем билборда на основу посматрања ТС је нешто већа од пријављене. Посебно је спорно питање оглашавања путем билборда након одржања избора са порукама захвалности бирачима, јер се из извештаја о финансирању кампање не види да ли су и они били пријављени, а није јасно ни да ли би овај трошак уопште смео да буде обухваћен као трошак изборне кампање. СНС је маркетиншку агенцију Грифон медија платио више од 7 милиона динара, али се не види за шта. У питању је фирма која изнајмљује мега-билборде, па је могуће да је овај трошак требало да буде обухваћен том ставком извештаја.

Разлике у приказу појединих трошкова и сумња у потпуност извештаја – други трошкови

- Слично томе, контрола би требало да обухвати питање испуњавања обавезе да извештај о трошковима кампање буде потпун у ситуацијама када су неки политички субјекти навели да су имали одређени трошак везан за кампању, а други не, иако је извесно да су их морали имати сви (нпр. трошак телефонске комуникације, банкарске провизије, трошак додатног ангажовања за поједине намене).

Као пример се може навести следеће:

СНС као трошак комуникације наводи само 14,3 милиона динара који су плаћени Пошти Србије, али не и трошкове мобилне или фиксне телефоније, иако су бројни грађани примали позиве из изборног штаба ове странке. Странка правде и помирења за трошкове комуникације наводи трошкове који се углавном односе на мобилну телефонију и интернет, али се као примаоци наводе и фирме које нису у јавности познате као пружаоци ове врсте услуга.

Трошкови комуникације у извештају СПС – ЈС су пријављени у висини 225 хиљада динара, а прецизирано је да се то односи на "слање СМС порука". Није реткост да политички субјекти упућују потенцијалним бирачима, а нарочито симпатизерима које имају у евиденцији овакве поруке пред изборе, али јесте реткост да се тај трошак нађе у финансијском извештају, па би на основу ове информације требало извршити провере и код других странака.

Коалиција Албанска демократска алтернатива навела је и трошак који се ретко појављује у оваквим извештајима – за допуну мобилних телефона активиста коалиције у три општине плаћено је око 100 хиљада динара. Овај трошак је несумњиво легитиман, али његово постојање код једне листе, а непостојање код других отвара питање потпуности података у извештајима других изборних листа.

Странка правде и помирења, уз врло детаљно представљену листу стандардних трошкова који спадају у „остале“, наводи и „остале непоменуте трошкове“ у висини од нешто изнад 750

хиљада динара. У извештају се не наводи природа ових трошкова, али се из назива субјеката којима су фактурисани, види да су у питању ресторан домаће кухиње, кафић, као и једна апотека и фармацетуска установа којима је плаћено 150.000 динара укупно. Такође се наводи и фактура у висини од 80.000 динара по којој је извршена исплата Демократској партији Македонаца. Ова коалиција је за трошак додатног ангажовања навела 75 хиљада динара, што се односи на књиговодствену услугу.

СДА у ову рубрику уписала пола милиона динара, али је нејасно на шта се ти трошкови односе. Када је ова листа у питању, појављује се и 1,4 милиона динара за режијске и комуналне трошкове плаћених ресторанима, чија је намена нејасна. СПП је, рецимо, навео комуналне и режијске трошкове од чак 570 хиљада где се наводе разне фирме, а не пружаоци комуналних услуга. Други видови ангажовања, у извештају ове листе нејасне су намене, а плаћени 620 хиљада.

УДС има пријављено чак 715 хиљада за трошак овере потписа, а веома мале трошкови пријављене за банкарске провизије, ра разлику од Албанске алтернативе која је пријавила само 105 хиљада динара трошка овере потписа, и чак 58 хиљада за банкарске провизије. СРС и СПП уопште не наводе трошкове банкарске провизије, иако су их несумњиво морали имати.

Нејасноће и недоследности у приказу појединих трошкова јавних догађаја и митинга и сумња у потпуност извештаја

Албанска коалиција је за два митинга (у Бујановцу и у Прешеву) платила укупно чак 8,6 милиона динара. Наводе се трошкови организације догађаја и техничке припреме и по милион динара за „остало“. У напомени о осталим трошковима наведено да се односе на „прикупљање потписа за коалицију“. Када је реч о прешевском догађају, наведено је да се остали трошкови односе на „исплату готовине за покриће трошкова изборне кампање“. Према Закону, плаћање трошкова изборне кампање може се вршити само са посебног рачуна, а не и готовински.

Ова коалиција је пријавила трошкове још седам манифестација. За њих су наведени датуми, трошак и пружаоци услуга, али не и о каквој врсти јавне манифестације је реч. Једна од тих манифестација одржана је 21.6.2020 (на сам дан одржавања избора). Њена природа није јасна, а наплаћени су само путни трошкови од готово 200 хиљада динара. Услугу је фактурисала фирма Неза Доо, регистрована за трговину моторним горивом. Могуће је да је овај новац искоришћен за превоз потенцијалних бирача до места за гласање, али у том случају то не би били трошкови јавне манифестације (какве се не смеју организовати у доба предизборне тишине), већ други трошкови, а питање је да ли би и тада били допуштени с обзиром на могући утицај на гласање.

УДС је пријавио трошкове одржавања јавних манифестације, али није наведено где су те јавне манифестације одржане.

СПП је приказала у извештају „остале путне трошкове“ у висини од близу 400 хиљада динара, који се углавном односе на плаћање горива, а у мањој мери и на аутопревознике (мање од 100 хиљада динара). Уколико су трошкови аутопревозника везани за учешће на митингу, онда их је требало приказати у делу извештаја који се односи на јавне догађаје.

СПС – ЈС је приказала трошкове за 16 конвенција – јавних догађаја али уз велико шаренило у извештавању о структури трошковима, што свакако не може бити оправдано и тешко је поверовати да су код сличних догађаја неки трошкови, присутни у једном случају, потпуно изостали у другом.

Коалиција Метла је навела трошак репрезентације за изборно вече, а њега нема код других листа које су организовале сличне догађаје, па би требало разјаснити да ли су они погрешили што су пропустили да наведу ове трошкове или је погрешно ДСС тиме што их је навео.

Трошкови закупљених термина

- Питање закупљених термина није јасно дефинисано у медијској регулативи, што је утицало на њихову појаву у финансијским извештајима, али би требало обратити пажњу на то да ли су ти термини били у складу са општим правилима оглашавања на електронским медијима (до 12 минута у оквиру пуног сата код комерцијалних ПМУ) и у вези са евентуалним кршењем тих правила скренути пажњу РЕМ-у. Евентуално кршење правила оглашавања утиче и на дозвољеност пријављених трошкова изборне кампање, што је у надлежности Агенције

СНС је, рецимо, осим огласа и спотова, имала и 4 закупљена термина на Пинку и један на ТВ Хепи, које није пријавила у извештају, у за то одређеној рубрици. СНС ознаку закупљеног термина на Пинку имала само током другог онлајн сусрета носиоца листе Александра Вучића са присталицама, док први овакав скуп, одржан 16. маја – није. Емитовање тог првог сусрета трајало је 1399 секунди, што би утицало на укупан збир трошкова за оглашавање на овој телевизији, па би стога требало утврдити да ли је извештај СНС у овом делу потпун.

Листа СПС-ЈС у извештају такође није пријавила један закупљен термин у за то предвиђеној рубрици, на ТВ Хепи, а истовремено је пријавила само три закупљена термина на локалним ТВ станицама, десетоструко мање вредности, па остаје питање да ли је и овај непријављени закупљени термин на ТВ Хепи обухваћен финансијским извештајем коалиције.

У случају ПОКС-а, проблем за сагледавање веродостојности извештаја јесте то што је ПОКС пријавио збирни трошак за ТВ оглашавање и ни један закупљени термин. При томе је РТС наведен као ТВ станица на којој се листа оглашавала, а у напоменама су навели и Пинк и ТВ Прва, као и пет локалних станица, дакле ни у овом случају није поштован модел попуњавања извештаја, док, с друге стране, Агенција наводи да је политички субјекат поднео извештај о трошковима изборне кампање у складу са Законом.

Народни блок/ Нова Србија оставила је у извештају нејасноћу где су емитовани ТВ спотови чија је израда плаћена. У извештају листе Здрава Србија, наводи се већи број закупљених термина на ТВ и радио станицама, па је потребна провера да ли је реч о огласима и да ли су поштована ограничења трајања закупљених термина.

Оглашавање на интернету и друштвеним мрежама

- У обрасцу не постоји посебна рубрика за промоцију изборних листа на друштвеним мрежама иако је овај облик оглашавања све заступљенији.

Једна од ретких листа која је навела ове трошкове у извештају – Суверенисти, у вредности од близу милион динара, прецизирала је да су у питању Јутјуб канал и Фејсбук. И СНС је пријавила трошкове оглашавања на друштвеним мрежама али у рубрици „остали трошкови оглашавања“ (није међутим наведено на којим друштвеним мрежама). Према наводима SHARE Фондације, листе СПС-ЈС (13 огласа на Фејсбуку, уз још 11 огласа Драгана Марковића Палме (ЈС), УДС и СПАС су вршиле промоцију путем друштвених мрежа, али из извештаја ових листа Агенцији није видљиво да ли је овај трошак обухваћен.

И листа РСГ је пријавила трошак, али није наведено на које се мреже односе ови расходи (према наводима SHARE Фондације, било је 49 огласа на Фејсбуку). Када је реч о интернет оглашавању наводи се само трошак закупа домена за посебан веб-сајт, а не и трошак израде тог сајта, за шта би требало дати објашњење.

Високе цене у извештају СВМ које су плаћене за поједине услуге (наведена је израда посебног сајта за кампању у вредности од чак 1,2 милиона динара, као и закуп домена за сајт од 559 хиљада динара плаћених фирми DOO MAGYAR SZO KFT NOVI SAD, што је далеко више од уобичајеног).

СНС је пријавила трошак од 44,2 милиона динара за интернет оглашавање, и навела портале на којима су банери пласирани. Ипак, у случају једне фактуре од 8 милиона динара плаћене фирми „Интернет груп“, није наведено где су били постављени банери. Имајући у виду вредност овог посла, за вршење контроле извештаја би било потребно утврдити где су били постављени банери преко ове фирме, а то је требало навести и у самом извештају, макар у напомени. У осталим трошковима оглашавања, који су износили су 1.440.000 динара, СНС је изричито наведе да се тај трошак односи на „вођење кампање на друштвеним мрежама и пласирање огласних порука у циљу пропагираја идеје СНС као политичке странке“, али се не прецизира на којим је друштвеним мрежама вођена кампања нити у којем обиму.

За интернет оглашавање Албанска коалиција је потрошила 190 хиљада динара, од чега 70 хиљада наводно за одржавање посебног веб-сајта за изборну кампању. Међутим, адреса посебног веб-сајта није наведена, а у општим подацима о коалицији се као адреса веб-сајта наводи један ФБ налог. Када се унесе пун назив коалиције на енглеском језику долази се до другог ФБ налога, <https://www.facebook.com/Alternativa-Demokratike-Shqiptare-Lugina-e-Bashkuar-101849431364819/>, на којем се заиста налазе обавештења политичке природе, али су сва настала у периоду од 16. до 19. јануара 2020, пре него што је изборна кампања започела. Стога се чини да овде наведена средства нису била потрошена наменски и за наведене потребе.

Трошкови овере

- Не постоји у обрасцу могућност да се упишу сви пружаоци услуга, што је нарочито било приметно код овере потписа бирача и код осталих трошкова за које не постоје посебне рубрике.

Када је у питању овера потписа, са становишта исправности извештаја о трошковима кампање забрињавају и велике разлике које су уочене код просечног трошка за оверу потписа. Док је за ову намену просечно плаћано 65,23 динара, тај трошак је у случају листа МЕТЛА, Суверенисти и СПАС био драстично већи, што указује да су у ту рубрику извештаја приписани и неки други трошкови. С друге стране, трошкови код Заветника, Коалиције за мир, а нарочито код Албанске

алтернативе и Руске странке били су драстично мањи од просека што указује на то да део трошка није приказан у одговарајућој рубрици извештаја.

Набавка добара и услуга који се користе након кампање

- Требало би заузети начелан став о дозвољености трошкова изборне кампање који се односе на набавку добара и услуга које политичком субјекту у будућности могу донети приходе или му смањити трошкове, односно добара и услуга које по својој природи нису у вези са кампањом. У вези са овом кампањом, то се односи између осталог на штампање књига које нису у вези са кампањом, израду сајта политичке странке који се не односи само на кампању и куповину опреме.

Као пример се може навести следеће:

Већ је поменут случај Српске радикалне странке која је далеко највећи трошак у извештају имала за штампање чак 38 хиљада примерака књига (укупно 24,5 милиона динара). То би могле бити књиге чији је аутор председник странке, које се, судећи по насловима, не односе непосредно на изборе. Нема података о томе да ли су одштампане књиге дистрибуиране потенцијалним бирачима у склопу предизборне кампање (трошак дистрибуције је нула динара).

Албанска алтернатива је пријавила трошак од око 1000 евра за опрему без навођења врсте, од фирме која продаје књиге, па остаје нејасно који је трошак у питању.

Суверенисти су трошкове интернет оглашавања (око 24 хиљаде динара) у целости приказали за „посебан сајт за изборну кампању“, чија адреса међутим није наведена. Слично је и са ПСГ - наводи се само трошак закупа домена за посебан веб-сајт, а не и трошак израде тог сајта, за шта би требало дати објашњење (да ли је реч о коришћењу бесплатне апликације или је израда сајта била бесплатан прилог за кампању). И СВМ је приказана средства за израду посебног сајта за кампању у ствари искористио за израду новог општег сајта странке.

Здрава Србија је платила израду веб-сајта који се не односи само на кампању већ за странку генерално. Руска странка је у извештају навела трошак израде посебног сајта, чија се адреса не наводи нити се може пронаћи претрагом на интернету – 110 хиљада динара.

Заветници су пријавили као остале путне трошкове „Вилу Кошута“, у трошка од 150 хиљада динара, па је нејасно на шта се тачно то односи с обзиром да немају пријављен ни један јавни догађај.

Још неке недоумице у извештајима

Високе цене у извештају СВМ као и околност да су уврштени трошкови који се не могу наћи код других учесника у изборној кампањи (на пример, трошак „стручног усавршавања и рада са чланством“, који није ближе описан, у вредности од 2 милиона динара) отварају простор за сумњу да су трошкови прилагођени циљу да се у буџет не врати вишак средстава која су добијена за изборну кампању.

СРС је за разлику од већине других, пријавила и трошкове додатног ангажовања људства. Пријављено је 2,3 милиона динара таквих расхода, који су распоређени на 13 људи. Имајући у

виду да су и друге изборне листе несумњиво ангажовале своје активисте и симпатизере у изборној кампањи, као и законске одредбе које не праве разлику између ангажовања сопствених чланова и других лица, ово је прилика да подсетимо на могућност да су извештаји других политичких субјеката непотпуни када је реч о овој врсти трошка.

Метла је, као трошак додатног ангажовања приказла трошкове новинских агенција – 145 хиљада динара, при чему није јасно да ли је реч о коришћењу њихових сервиса или неким другим услугама.

Време подношења извештаја о трошковима кампање

У више извештаја политичких субјеката као датум подношења извештаја се наводи датум који јесте у оквиру рока, иако је Агенција покренула прекршајни поступак због тога што ти извештаји нису поднети у оквиру рока. Услед тога је остало нејасно да ли су политички субјекти прекршили своју законску обавезу или су лажно навели датум подношења извештаја.

Објављено је да је 9. септембра да је Агенција покренула прекршајне поступке против седам политичких субјеката због неподношења извештаја о трошковима кампање:

1. Странка демократске акције Санџака, за изборну листу СДА Санџака – др Сулејман Угљанин
2. Странка правде и помирења Нови Пазар – за изборну листу коалиције: Академик Муамер Зукорлић – Само право – Странка правде и помирења – Демократска партија Македонаца
3. Нова странка – за изборну листу коалиције: Нек маске падну – Зелена странка – Нова странка
4. Нова Србија – за изборну листу коалиције: Народни блок – Велимир Илић – генерал Момир Стојановић
5. Група грађана “Доста је било – Саша Радуловић”, за изборну листу “Суверенисти”
6. Група грађана “Покрет Левијатан – Живим за Србију” (Павле Бихали), за изборну листу под истим називом, и
7. Група грађана “1 од 5 милиона” (Стефан Павловић), за изборну листу под истим називом.

На сајту Агенције се наводи, међутим, да је СДА поднела извештај 4.августа, када и Нова Србија, Суверенисти су то учинили два дана касније, а СПП 3.септембра 2020.

Порекло средстава која су коришћена за финансирање кампање

У случају неколико политичких субјеката наводи се да су коришћена сопствена средства, иако према увиду у расположиве информације, а пре свега завршне рачуне за 2019. годину и информације о расположивим средствима по основу буџетских дотација и приватних извора који су прикупљени током 2020, постоји сумња да су сопствена средства постојала у наведеним износима. То је случај са следећим извештајима:

Нова Србија је морала да врати добијена буџетска средства због лошег резултата на изборима (мање од 1%), па није потпуно јасно од којег новца ће трошкови бити плаћени. Наиме, као јемство су наведена „сопствена средства“, а нема основа да се закључи да је странка располагала толиким износом на свом сталном рачуну. На сајту нема података о томе да су током 2020. биле примљене вредније донације физичких или правних лица. Уколико су била положена сопствена средства неког другог лица, а не политичке странке, онда је тај податак требало навести.

За обезбеђење буџетских дотација код листе СПАС наведено је да су коришћена „сопствена средства“ (странке?), у висини од више од 7 милиона динара. Међутим, на основу годишњег финансијског извештаја, странка СПАС уопште није располагала нераспоређеним вишком приход над расходима на крају 2019. године, није остваривала приходе из буџета по основу заступљености у парламенту у 2020, а нема објављене ни податке о томе да ли је током 2020 примила вредније донације на стални рачун странке. Зато је порекло ових средстава без додатних информација непознато. Укупни приходи странке су током 2019. износили мање од милион динара, а за потребе изборне кампање је по разним основама обезбеђено чак 30 милиона динара сопствених средстава, за шта нема логичког објашњења.

Око 40% укупно приказаних трошкова изборне кампање коју је водила МЕТЛА (13,7 милиона динара) остало је неплаћено до дана подношења извештаја – 30.7.2020. Нема расположивих информација о томе којима добављачима коалиција (или ДСС као водећа странка) дугују овај новац, а још мање о томе на који начин би трошкови могли бити плаћени. Наиме, на крају 2019. забележен је вишак расхода над приходима, на пословном рачуну је било 163 хиљаде динара, а на све то, после ових избора ДСС је изгубила парламентарни статус и право на буџетске дотације по том основу.

УДС је кампању финансирала са два рачуна из којих потичу „сопствена средства“. Један од њих је отворен код Војвођанске банке, а други у Трезору. Може се претпоставити да је реч о рачунима једне од чланица коалиције, али не постоји рубрика у обрасцу у којој би било уписано којој чланици коалиције су иницијално припадала ова средства. Међутим, наведени бројеви рачуна са којих је извршен трансфер се не подударују са јавно доступним бројевима рачуна ЛСВ, која је у име коалиција подносила финансијске извештаје, тако да остаје отворено питање која је странка извршила овај пренос и који су крајњи извори финансирања. Са „буџетског“ рачуна, је уплаћено скоро 12 милиона динара, а са комерцијалног око 10,3 милиона.

Заветници су за изборно јемство положили у висини буџетског аванса од 7.450.100 динара, у виду новца, за који се наводи да су у питању „сопствена средства“. Међутим, ова странка је током претходне (2019) године имала само око 700 хиљада динара прихода, и нешто веће расходе, па је спорно да ли су средства која су положена као изборно јемство заиста припадала политичкој странци. Уколико су у питању лична средства, онда је требало навести име физичког или правног лица које је положило изборно јемство. На сајту нису доступни ни подаци о донацијама прикупљеним пре кампање током 2020. које би могле евентуално бити извор ових прихода.

Поред новца из буџета, Здрава Србија је кампању финансирала и прилозима пет физичких лица, од којих три премашују износ просечне зараде, па су морали бити објављени у року од осам дана на страначком сајту. То, међутим, није учињено ни током изборне кампање, ни након ње. Пошто на страначком сајту нема објаве донација, остаје непознато да ли су ови прилози прикупљени док је кампања трајала или тек накнадно, када је постало јасно колики ће бити трошкови.

Укупни пријављени приходи кампање СДА били су за 248,630.00 динара већи од пријављених расхода, и то након што је у буџет враћен вишак од 23,080.92 динара. Пошто се наводи да је и 428 хиљада динара сопствених средстава било утрошено, остаје отворено питање на које непријављене расходе је отишло тих 248 хиљада динара.

Занимљив је случај Коалиције за мир која је навела један рачун за финансирање кампање, отворен код Управе за трезор, али како коалиција није положила изборно јемство, нити је

користила јавне ресурсе за финансирање кампање, поставља се питање основа за отварање рачуна код Управе за трезор. Нису коришћена средства кредита за финансирање кампање. Није наведен ни један други извор прихода кампање, што значи да су сви трошкови кампање остали неизмирени. Коалиција није пријавила ни један трошак изборне кампање изузев трошка овере потписа (уз напомену и за друга документа потребна ради учешћа на изборима) у висини од 454.860 динара. Имајући у виду да су неке активности током кампање биле опажене (нпр. оглашавање на Youtube каналу), остаје питање да ли су они пријављени у неком другом извештају или нису уопште. Такође, са становишта примене Закона је спорно на који начин су плаћени трошкови који нису пријављени, јер је мало вероватно да су јавни балеженици обавили свој посао без надокнаде. Чак и у случају да су грађани непосредно плаћали трошкове овере потписа, а организације трошкове овере докумената, то је морало бити наведено као приходна страна финансијског извештаја.

На крају, имајући у виду бројне пропусте и недоследности приликом попуњавања извештаја о трошковима изборне кампање, сматрамо да би Агенција требало да затражи од подносилаца да поднесу и објаве допуњене извештаје (након корекција), односно да то сама учини, а на основу података које прибави или утврди током контроле.

С поштовањем,

за Транспарентност Србија
Програмски директор
Немања Ненадић
Београд, 5. мај 2021.

