

Парламентарни избори април 2022

Анализа извештаја о трошковима изборне кампање: Коалиција Заједно за Војводину - Војвођани

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 Заједно за Војводину - Војвођани

У питању је коалиција политичких странака (ДСХВ и Заједно за Војводину- ЗЗВ), чији називи нису у целости видљиви у обрасцу. У питању су две странке које су регистроване као странке хрватске и русинске националне мањине.

Као сајт коалиције наведен је сајт једне од странака (ЗЗВ), тако да остаје упитно да ли су на њему приказане и у извештају обухваћене активности друге чланице коалиције (ДХСВ). Штавише, на сајту ЗЗВ уопште нема информација које се односе на априлске изборе и коалицију.

Уговор је оверен 18.2.2022, а одговорно лице је одређено 2011. Остаје могућност да је коалиционим уговором било одређено да ће овлашћено лице једне странке бити овлашћено и за коалицију, али би било примереније да је као датум овлашћења наведен онај из коалиционог уговора.

За финансирање кампање су коришћени рачуни код Поштанске штедионице и Управе за трезор.

Изборно јемство није било положено, што значи да је коалиција средства добила тек накнадно.

У извештају се наводи да је ова коалиција добила из буџета први део износа 8.7.2022, то јест након проглашења изборних резултата. Међутим, збуњује што се наводи да је том приликом добијено 10.037.129,60 динара. Такође се наводи да је коалиција добила као други део средстава (по основу изборног успеха) 15.055.694,40 динара, и то истог дана. Нема сумње да су оба дела буџетских дотација исплаћена истога дана, као што је и наведено. Међутим, први део чини око 20,5 милиона динара, а остатак (око 4,5 милиона динара) је уплаћен на основу оствареног изборног успеха. Приказано је да је овај новац у целости утрошен за кампању.

Поред буџетских, забележени су и бројни приватни приходи, то јест, 55 прилога физичких лица у укупној вредности од 5.975.000 динара. Ни један прилог не премашује законски максимум. На интернет страници ЗЗВ¹, под назнаком да је реч о прилозима примљеним у 2022. години, међу којима је и три адвоката, како је назначено.

Провером је установљено да су сви прилози који премашују висину просечне зараде у Републици у 2021. објављени и на страначком сајту, као и неки који су испод те вредности (прилози од 60 хиљада динара). Поред тога, финансијски извештај садржи и прилоге мање вредности (углавном 50 хиљада динара).

Међу даваоцима прилога – правним лицима, наведена су три адвоката, који су приложили укупно 350 хиљада динара. Међутим, адвокати нису правна лица, већ физичка лица – предузетници, тако да је у том смислу извештај неисправно попуњен. И прилози адвоката су објављени на страначком сајту.

Укупни приходи кампање тако су износили 31.417.824 динара. Укупни пријављени трошкови износили су 25.563.623.42 динара. Међутим, неутрошена средства (око шест

¹ <https://www.zzv.org.rs/gallery/Izvrstaj%20o%20prilozima%202022.pdf>

милиона динара) нити су враћена у буџет, нити су уплаћена на рачун за финансирање редовног рада политичког субјекта.

За летке је приказан неубичајено висок трошак – 6,3 милиона динара. При том су информације непотпуне. За прву врсту летка је плаћено за дизајн милион динара STAGE CONSALTING, STEVAN GAVRILOVIĆ, LEDINCI. Поред необично високог износа, приметно је да друге странке углавном нису уопште наводиле трошкове за дизајн летака, вероватно зато што су ти трошкови били укључени у неке друге видове осмишљавања кампање. За исти тај летак трошкови штампања су износили 1.530.000 динара, што је плаћено фирми TESLA PLUS, КАЋ, али се из извештаја не види ни број летака ни њихова јединична цена. Најзад, дистрибуција летака је плаћена 20 хиљада динара. Ако би се на основу овога извео закључак о вредности штампања једног летка била високих 75 динара по примерку.

Други летак је дизајниран за 1,5 милиона динара код фирме SILVER DESIGN, MIODRAG JERIĆ PR. FUTOG. Ти леци су штампани у вредности од 2.165.712 динара код фирме SHOW ME DOO, NOVI SADS. Поново није наведен ни број примерака, ни цена штампања по једном летку, а овде се не наводе ни трошкови дистрибуције.

Трећи летак садржи само трошкове штампања, од 120 хиљада динара, поново без података о броју примерака.

Трошкови плаката су били скоро 400 хиљада динара. Поново се наводе само трошкови у две штампарије, али без броја примерака.

За билборде је пријављен трошак од 5.448.690,40 динара. За први билборд је наведена цена дизајна, поново у веома високој вредности, од милион динара, колико је плаћено фирми VENTUNO MILLE AGENCIJA, MILE MILUTINOVIĆ PR. BEOČIN. Билборди су штампани у вредности од 92.390,40 динара, што указује да их је могло бити између 40 и 50, судећи по ценама које су плаћале друге странке. Најзад, цена истицања тих билборда, која је плаћена фирми GROUP BRENDOMANIA била је 4.320.000 динара. У питању је фирма, која према њиховом веб-сајту поседује 17 билборда у Новом Саду, два на ауто-путу код Руме и четири на путевима поред Суботице. Цена за претпостављени број билборда је већа од упоредиве тржишне цене чак и у случају да је закуп свих билборда које нуди ова фирма трајао четири недеље. У мониторингу ТС билборда, где је узорак укључивао и град Нови Сад, кампања ове коалиције је прошла потпуно незапажено.

Други промотивни материјал је коштао 218 хиљада динара. Поново се не наводи ни број примерака ни јединична цена, а ни врста материјала о којој је реч (што су странке углавном наводиле у напоменама).

Трошкови јавних догађаја су били такође значајни, укупно близу 4,3 милиона динара. У питању су конвенције одржане у Жабљу, 18.3.2022, Новом Саду, 22.3.2022, Вршцу 25.3.2022, Бачу 29.3.2022 и Суботици 10.3.2022.

У Жабљу су плаћени закуп простора, организација, техничка припрема и остало (350 хиљада фирми за коју се из назива може претпоставити да је радила видео продукцију), а укупна сума је била 864 хиљаде динара. У Новом Саду је укупна цена била слична, 832 хиљаде динара, као и ставке – 134 хиљаде динара за организацију фирми Фалкон из Црвенке, 300 хиљада динара за техничку припрему Првој војвођанској сајбер агенцији

(може се наћи податак на интернету да се бави изнајмљивањем опреме) и 350 хиљада за остало за примаоца MARKO REZNIĆ PR VIDEO REZ PRODUKCIJA, NOVI BEČEJ.

У Вршцу, Бачу и Суботици су трошкови били готово идентично расподељени.

Други типови јавних манифестација су, према извештају коштали 1.209.600 динара. На месту где је требало уписати место дешавања, наведено је „неколико различитих“, као датум је наведен 30.3.2022., а прималац ових средстава је LUCKY AGENCIJA, CRVENKA, која се бави маркетингом и пропагандом.

Трошкови оглашавања на ТВ станицама су достигли скромних 3,6 милиона динара (у поређењу са другим странкама). То се односи на огласе на Н1 и Нова С. Према процени ТС тај трошак је требало да буде нешто већи уз примену објављених попушта – 4,1 милиона динара. Према томе се чини да је у пракси попуст био 20%, док је ТС рачунала да ће бити свега 5%, с обзиром на то да је вредност огласа била испод 50 хиљада евра без ПДВ.

Огласи на радио станицама су коштали 1.156.000 динара, при чему су наведени потпуни подаци – сума, прималац и радио станица на којој су огласи емитовани.

Огласи су такође објављени и у неколико новина, то јест новинама хрватске и русинске мањинске заједнице и у листу Зрењанин, а укупна вредност је била мања од 150 хиљада динара.

Интернет оглашавање је према извештају коштало близу два милиона динара.

За „банер 1“ тај трошак је био 479 хиљада динара, што је плаћено фирми BLOOM CREATURES, NOVI SAD, али се не наводи на ком сајту је банер био постављен. Иста је ствар и са другим банером, чије објављивање је плаћено 1,5 милион динара фирми STAN TECHNICS, БЕОЏИН.

Поред тога, постоји и ставка „остали трошкови оглашавања“, где је 540 хиљада динара плаћено једном од претходно наведених рекламних агенција – LUCKY из Црвенке. Нема никаквих података о каквој врсти оглашавања, које не спада ни у једну претходно поменуто, би могло бити реч.

Према подацима које је објавио Фејсбук, оглашавање ЗЗВ на овој платформи је вредело нешто више од 1.000 евра. Не види се у оквиру које ставке су ови трошкови обухваћени извештајем ЗЗВ.

У осталим трошковима кампање се не наводе у одговарајућој рубрици трошкови овере (као што су чиниле друге странке, у оквиру административних трошкова). Међутим, они се наводе под ставком „остали непоменути трошкови“, при чему су неки примаоци разврстани, али највећи део је приказан обједињено.

Прелиминарни извештај ове коалиције је садржао приказ већине примљених прилога који су приказани и у коначном.

У том извештају уопште нису били приказани трошкови везани за летке, што би требало да значи да је овај вид промо материјала дизајниран, штампан и дељен тек у последње две недеље кампање.

Део трошкова плаката био је приказан и у прелиминарном извештају, као и трошкови промотивног материјала. Међутим, билборди код главног добављача уопште нису приказани, што би значило да је целокупан трошак везан за њих (дизајн, штампа закуп), настао у периоду од 19. марта до 3. априла.

Од јавних догађаја је био приказан у прелиминарном извештају само догађај у Жабљу, од 16.3.2022, а за њега само закуп простора а не и остали трошкови који су му приписани. Такође, у прелиминарном извештају уопште није приказан трошак конвенције у Суботици, иако се она одиграла још раније, 10.3.2022.

За интернет оглашавање прелиминарни извештај садржи трошак објављивања, 99 хиљада динара (од касније плаћених 479 хиљада) код фирме BLOOM CREATURES, NOVI SAD. То би значило да је интернет кампања, вредна приближно 1,9 милиона динара одиграла у последње две седмице.

Скоро сви трошкови овере потписа били су приказани у коначном извештају.

Коалиција Заједно за Војводину – Војвођани

Главна питања за проверу и разјашњење

- Као сајт коалиције наведен је сајт једне од странака (ЗЗВ), тако да остаје упитно да ли су на њему приказане и у извештају обухваћене активности друге чланице коалиције (ДХСВ). Штавише, на сајту ЗЗВ уопште нема информација које се односе на априлске изборе и коалицију (изузев списка примљених прилога).
- Погрешно су приказане трансхе добијених буџетских средстава, али је укупан износ исправан
- Међу даваоцима прилога – правним лицима, наведена су три адвоката, иако је реч о физичким лицима – предузетницима
- Укупни приходи кампање тако су износили 31.417.824 динара. Укупни пријављени трошкови износили су 25.563.623.42 динара. Међутим, неутрошена средства (око шест милиона динара) нити су враћена у буџет, нити су уплаћена на рачун за финансирање редовног рада политичког субјекта
- Више врста трошкова кампање је приказано на непотпун начин, то јест, тако да није видљива јединична цена и број примерака материјала (леци, плакати, билборди, други промотивни материјал)
- Приказани су веома високи износи појединих расхода који се код других странака углавном не јављају (нпр. дизајн и штампање летака, дизајн билборда), као и високи трошкови закупа билборда и интернет оглашавања у кратком периоду. Такође и трошкови организовања конвенција су изнад упоредивих трошкова других политичких субјеката
- Нејасно је на шта се односе други трошкови јавних манифестација
- Не види се на којим интернет странама су постављани банери
- Нејасно је на шта се односе „остали трошкови оглашавања“ и да ли је обухваћено оглашавање на Фејсбуку
- Трошкови овере су наведени на погрешном месту
- У прелиминарном извештају није био приказан трошак конвенције у Суботици