

Парламентарни избори април 2022

Анализа извештаја о трошковима изборне кампање: МОРАМО - АКЦИЈА - Еколошки устанак - Ћута - Не давимо Београд - Небојша Зеленовић

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.

МОРАМО - АКЦИЈА - Еколошки устанак - Ћута - Не давимо Београд - Небојша Зеленовић

Извештај је поднела група грађана под горе описаним називом. У извештајном обрасцу је видљив само део назива. Поједини подаци из извештаја су збуњујући зато што је као мејл адреса наведена moramo.koalicija@gmail.com. И у јавности је перципирано да је реч о коалицији политичких странака. У ствари, вероватно је организовање политичког субјекта као групе грађана било једино могуће решење, јер неке од чланица „коалиције“ у ствари нису имале својство политичке странке, већ је реч о неколико политичких покрета.

Уговор је оверен 15.2.2022, када је одређено и лице одговорно за финансирање кампање (Небојша Зеленовић). Постојао је заједнички веб сајт, www.moramo.rs, заједнички за председничку и парламентарну изборну кампању.

За финансирање је коришћен рачун код ОТП банке.

Изборно јемство је било положено, при чему је наведено да је једну трећину положио један давалац, а две трећине други. Није наведено ко су били даваоци „сопствених средстава“. Група грађана није могла имати никаква „сопствена средства“, већ су то могла бити средства појединаца или организација, чији се називи или имена не наводе у предвиђеној рубрици.

Први део буџетских средстава уплаћен је 23.3.2022 (20,5 милиона динара), док је остатак, преко 29,8 милиона, уплаћен 8.7, на основу оствареног броја гласова.

И за ову кампању, као и за председничку, пријављен је велики број прилога физичких лица, који су већим делом неновчани. Новчани прилози стигли су од седморо грађана, и реч је о скромнијим износима (највише 58.500). Неновчани прилози су прикупљени од седамнаесторо грађана, а највреднији је био готово 400 хиљада динара и односио се на „повећање видљивости на друштвеним мрежама“. Вероватно је реч о особи која је плаћала са свог рачуна рекламе за оглашавање на друштвеним мрежама. Разни други неновчани прилози се односе на уступање канцеларија и аутомобила. Постоји неколико прилога који су веће вредности од просечне зараде у Републици и сви су објављени на сајту „Морамо“.¹

Међутим, прелиминарни и коначни извештај се разликују када је реч о пријављеним прилозима на нелогичан начин – укупна вредност је у прелиминарном извештају била готово дупло већа, као и број уписаних давалаца. Прегледом смо установили да су многи даваоци били уписани дупло (нпр. под бројем 3 и 25, под бројем 4 и 26), тако да се може претпоставити да је упис у коначном извештају једини тачан.

Укупни приходи кампање (рачунајући и неновчане прилоге) су били 51.473.440,73 динара, а укупни пријављени трошкови 50.579.919,95 динара.

За летке је пријављен трошак од преко 1,6 милиона динара, који је подељен у чак 25 ставки. У свим случајевима се наводе прецизно подаци о тиражу и јединичној цени штампања, а за неке и додатни подаци (нпр. формат летка). Нису исказани трошкови везани за дизајн и

¹ <https://www.moramo.rs/prilozi/>

дистрибуцију. Иста је ствар и код плаката, где су укупни трошкови били мањи (нешто више од 100 хиљада динара).

За билборде је пријављен трошак од преко 5,9 милиона динара, који је подељен према добављачима на чак 61 ставку. Подаци су такође веома детаљни, јер се у напоменама наводе адресе појединих билборда и период закупа. У неким ставкама се посебно исказује цена штампања и цена закупа простора за билборде, док су у другима исказани само штампа или само закуп. У неким случајевима је, нпр. у ставци 5.10, погрешно наведено да је реч о „штампи“ услуга за коју се из описа види да се односила на закуп простора за истицање билборда. Према процени ТС, билборд оглашавање ове коалиције за парламентарне изборе је вредело нешто више од исказаног износа, то јест 65 хиљада евра (око 7,7 милиона динара). Кад је реч о председничкој кампањи исте политичке групације за трошкове билборда је било пријављено око 2,9 милиона динара, док је процена ТС била за око 250 хиљада динара скромнија.

У прелиминарном извештају је, међутим, био пријављен трошак за билборде мањи од 250 хиљада динара. Према проценама ТС, он је у том тренутку био око пет пута већи.

Други промотивни материјал је коштао око четири милиона динара. У ставкама се наводе јединичне цене број комада, а из описа се може видети о чему је реч, по чему би овај извештај могао да послужи за пример многим другима. Из напомена је такође углавном јасно да ли су под трошковима штампања обухваћени и трошкови набавке промотивног материјала (нпр. „мушка мајица са штампом“). У неким ситуацијама се наводе и трошкови које је требало унети на другом месту, нпр. штампање постера. Понегде је видљиво да су истим рачуном били обухваћени и трошкови дистрибуције материјала, али у већини случајева остаје непознато да ли је дистрибуција била плаћена, односно, може се претпоставити да су је вршили волонтери.

Пријављени трошкови јавних догађаја били су већи од 4,5 милиона динара. Они су разврстани на осам митинга и 13 конвенција. Трошкови су разврстани, тако да се у сваком конкретном случају може видети, било из одговарајућих рубрика или из напомена на шта су се односили. Митинзи су пријављени у Београду, Крагујевцу, Новом Саду, Ваљеву, Шапцу, Нишу, Ужицу и Пожаревцу, сви у периоду од 19.3. до краја кампање.

Конвенције су одржане у Београду (више пута), Лесковцу и Зајечару, а неке од њих су се одиграле и у првом периоду кампање, који је обухваћен прелиминарним извештајем.

Пријављени су и трошкови манифестације у Зрењанину, 17.3.2022, што је био концерт IQV-EKV Tribute benda (трошкови организације, техничке припреме и одржавања реда).

Даље се наводе и трошкови две конференције за штампу, од којих је једна одржана 8.4.2022, то јест, након избора. Из напомене се види да су на тој конференцији представљене неправилности на градским изборима, па би било примерено да се овај трошак (20 хиљада динара) нашао у извештају за београдске изборе, а не у оном који се односи на парламентарну изборну кампању. Међутим, имајући у виду време настанка трошка, остаје питање да ли је он уопште могао бити обухваћен тим извештајем, јер се као трошкови кампање рачунају само они који настану до дана одржавања избора.

Сви трошкови јавних догађаја који се односе на период прелиминарног извештавања су били приказани и у том извештају.

За оглашавање на ТВ станицама је пријављен трошак од 1.165.372 динара, који се готово у целости односи на оглашавање на Новој С и Н1. И овде је извештај детаљан, па је приказан у напоменама број емитовања огласа и период. Према налазима ТС, оглашавање на овим ТВ станицама је вредело 1,085,782 динара, што се готово у потпуности подудара са подацима из извештаја. Плаћен је и закупљени термин на РТВ Мелос, у трајању од 45 минута 25.3.2022, у вредности од 78 хиљада динара. Слично као и у другим случајевима, упитно је да ли су ТВ станице могле да емитују закупљене термине у овој изборној кампањи, с обзиром на то да РЕМ није објавио ништа у том погледу.

На радио станицама су огласи вредели 118 хиљада динара, што се односи на Панон, Суботички и Мађарски радио (обједињено су приказани трошкови за све три станице), као и на Клик 105.

Огласи су објављени и у неколико новина у вредности од 487 хиљада динара (локалне новине и недељници).

За оглашавање на интернету пријављен је трошак од око 272 хиљаде динара, од чега је на објављивање банера утрошено 65.500 и још 30 хиљада је пријављено само за израду идејног решења (Нова Наша реч) а не и објаву банера. Сајтови на којима су објављени банери нису наведени у траженој форми, односно на којим сајтовима су објављени већ је само наведен извршилац услуге, мада се из напомена или према називу прималаца може закључити о којим сајтовима је реч.

За трошкове одржавања сајта одвојено је 176.541 динара, а као извршилац се наводи Јулиа Бека, веб дизајнер. Из напомене се, међутим, може видети да није реч само о трошковима одржавања сајта, већ о „изради, одржавању, програмирању и адаптацији визуелног идентитета у периоду од 16.2. до 31.3.2022“.

У остале трошкове оглашавања, коалиција је навела ставки за услуге дигиталног маркетинга и оглашавања тим путем, у износу од нешто изнад 4,1 милион динара. Нејасно је због чега ови трошкови нису наведени у оквиру рубрике о оглашавању на интернету. Ова политичка групација је имала запажену кампању на Фејсбуку, где се приближно 16,5 хиљада евра вредни огласи могу приписати кампањи за парламентарне изборе, па је вероватно да су кроз „остале трошкове оглашавања“ и они покривени, али се то не види из напомена.

У рубрици предвиђеној за остале трошкове кампање пријављено је нешто више од 28 милиона динара, скоро па четвороструко више него у прелиминарном извештају. И овде износ за прикупљање потписа (284.299) не одговара оном из првог извештаја али је разлика занемарујуће мала (свега две хиљаде динара). Сви трошкови су разврстани. Када су путни трошкови у питању, разлика је огромна – од 190 хиљада у прелиминарном извештају, у завршном је „скочила“ на 2,8 милиона. Трошкови су, међутим, детаљно разврстани, наведени су износ, извршилац и природа саме услуге, као и датуми и локације, и бројеви рачуна. Једнако детаљно представљен је и трошак закупа простора, чији се износ (569,186) тек незнатно разликује од оног приказаног у прелиминарном извештају.

Како се може видети из појединих напомена које се односе на путне трошкове, њих је требало уписати на другом месту у овом извештају – међу трошковима јавних догађаја.

Трошкови додатног ангажовања су изузетно високи, 23,6 милиона динара. У 57 ставки, опет детаљно, наведене су разне врсте услуга, од угоститељских и употребе дрона за потребе снимања до снимања музике и медија мониторинга. Највише новца дато је за осмишљавање јавних догађаја и креативну реализацију током парламентарне кампање (1,7 милиона), обуку активиста у теренској кампањи (скоро 1,4 милиона) и 2,1 милион динара који је плаћен фирми M-Consulting Group doo, код које се једино не наводи сврха уплате па се претпоставља да је у питању услуга која се види из назива фирме. За неке од тих трошкова је спорно да ли су уписани у праву рубрику. На пример, као један од трошкова је уписана „услуга монтаже ... сеценографије за догађаје“, иако постоји посебан део извештаја који се односи на трошкове јавних догађаја; као једна од услуга је наведено „ангажовање агента на реализацији послова анкетирања“, иако постоји посебна рубрика за истраживања јавног мњења; посебне ставке се односе на израду видео материјала и осмишљавање дигиталне кампање, па се може претпоставити да је и ово требало уписати у оквиру трошкова кампање на интернету, а не међу „осталим трошковима“; значајни износи су издвојени за „услуге осмишљавања наступа и припреме наступа“, што припада такође трошковима јавних догађаја, али тамо не постоји одговарајућа рубрика. Ова је једна од ретких изборна листа које су вршиле обуке контролора, што је плаћено 480 хиљада динара.

Истраживање јавног мњења пријављено је и у прелиминарном и у завршном извештају, у истом износу – 528.000, а као извршилац се наводи „Филм и ТВ“.

Комуналне и режијске, трошкове комуникације и опреме, листа није пријавила, ни у једном од извештаја.

Остали непоменути трошкови износе свега 118 хиљада динара, нижи су од оних који су пријављени у прелиминарном извештају (549.490 динара), што значи да су приликом састављања завршног извештаја разврстали неприпадајуће ставке тамо где им је место, и да су, свеукупно гледано, водили рачуна о што прецизнијем попуњавању траженог обрасца. Ипак, то отвара питање тачности прелиминарног извештаја.

МОРАМО - АКЦИЈА - Еколошки устанак - Ћута - Не даймо Београд - Небојша Зеленовић

Главна питања за проверу и разјашњење

- Политички субјект је група грађана, али би се на основу назива мејл адресе и садржаја сајта могло закључити да је реч о коалицији
- Није наведено ко је положио изборно јемство
- Прелиминарни извештај је садржао дуплиране податке о даваоцима прилога, што је исправљено у коначном
- Трошкови дистрибуције промотивног материјала нису исказани
- Спорно да ли се трошак једне конференције за штампу односи на парламентарне изборе

- Већина троškova оглашавања на интернету је приказана у рубрици остало, као „трошак дигиталног маркетинга“, а из напомена се не види да ли је на овај начин покривен трошак оглашавања на Фејсбуку
- Како се може видети из појединих напомена које се односе на путне трошкове, њих је требало уписати на другом месту у овом извештају – међу трошковима јавних догађаја
- Поједини трошкови који су сврстани у „остале“ у ствари се односе на јавне догађаје, истраживања јавног мњења или израду материјала за медијску промоцију