

Парламентарни избори април 2022

Анализа извештаја о трошковима изборне кампање: Милица Ђурђевић Стаменковски – Заветници

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.

Милица Ђурђевић Стаменковски – Заветници

Учесник на изборима је била политичка странка, а за одговорно лице је одређена Милица Ђурђевић Стаменковски октобра, још 2021. Ово је уједно један од ретких примера да је челна особа политичке странке одговорна за финансирање.

За финансирање је коришћен рачун код Управе за трезор.

Као изборно јемство су положена сопствена средства странке, односно хипотека, у износу од 20,5 милиона динара. Као што је објашњено у вези са извештајем исте странке за председничке изборе, порекло овог јемства је спорно, јер се из финансијских извештаја Заветника за 2021. не види да су поседовали некретнине.

Странка је добила из буџета, као аванс око 20,5 милиона динара, и тај новац је уплаћен 23.3.2022. С обзиром на остварени изборни успех (више од један посто гласова), није постојала обавеза враћања новца. На основу успеха, уплаћено је 8.07.2022. још 22.960.786 динара. Укупни приход кампање био је једнак износу из буџета, односно 43.461.453 динара, с обзиром да странка није користила зајмове, кредите, донације ни сопствена средства.

Колико је приходовала, странка је у динар потрошила на изборну кампању. Ова појава је необична, будући да је висина буџетских дотација зависила од броја освојених мандата, што није могло бити познато у доба док је кампања трајала, и када су трошкови настајали.

Око 10 милиона потрошено је на потребе промоције. За летке је плаћено фирми ГАГИ компани, 1,1 милиона динара, од чега чак 636 хиљада за дизајн а остатак за штампу 480.000 јединица, по цени од једног динара по летку. Трошак дистрибуције се не помиње, мада је странка у рубрици других непоменутих трошкова дистрибуције вероватно поменула и ове трошкове, али то остаје нејасно. Наиме, у тој рубрици наведен је укупни трошак дистрибуције од око два милиона динара, у десет ставки, с тим што је једној фирми – GAGI COMPANY – која је наведена четири пута, уплаћена половина. Другу половину поделило је преосталих шест фирми, у распону од 50 до 272 хиљаде.

Брошуре, плакате и новине Заветници нису имали, према овом извештају. За други промотивни материјал потрошено је 6,8 милион динара, на десет ставки код којих се, појединачно, помиње само висина трошка за набавку материјала и назив фирме којој је плаћена услуга. Највећи износ од нешто изнад три милиона уплаћен је фирми PRIMA NOTA, која се према претрази на интернету бави књиговодственим пословима. Износ је уплаћен за две услуге и тако приказан у отприлике једнаким износима. Око два милиона динара дато је за дигиталну штампу фирми АКАДЕМСКА ШТАМПА. Преостали новац расподељен је између Swa tim doo Beograd (139.000), PROFI PRINT (775 хиљада), MEDIA DESIGN (213.000), PIVAC STUDIO (115.000), ZANATSKA RADNJA FENIX 86 ZLAKUSA (161,500) која се бави штампањем и умножавањем аудио и видео материјала и NBB PRINT 46 хиљада. Коначно, у овом делу приказан је и трошак од 270 хиљада, уплаћен на ГРИГОРИЈЕ ЛАЗАРЕВИЋ ПР Косјерића. Ни у једном случају није унет податак о томе која врста материјала је набављена, у колико примерака и по којој јединичној цени, а не исказују се посебно ни трошкови штампања или дизајнирања.

За билборд је наведен износ од 122.963 динара, с тим што је за закуп простора за постављање потрошено 17 хиљада у Ужицу, фирма ABC Proizvod, а остатак је пријављен као трошак штампе код MVM Print из Лебана, док се дизајн не помиње.

Заветници нису држали митинге и конвенције, а пријавили су 72 хиљаде за закуп простора за манифестацију одржану 13. априла у Дворани Дома синдиката у Београду. Нејасно је да ли је скуп заиста одржан тога датума, будући да су избори одржани десет дана раније, а потом су понављани на само неким изборним местима. Уколико јесте, навођење овог трошка може бити спорно. Такође је спорно што овај трошак није забележен као конвенција, јер се други типови јавних манифестација односе на уличне штандове и друге сличне видове промоција, а не на закуп затворених простора. Иначе, 13.4.2022, како се може видети на ФБ страници ове странке, одржана је конференција за штампу, али у другом простору – београдском Медија центру.

Остатак трошка пријављен за јавне догађаје износи 720 хиљада и једнако је подељен на две конференције за штампу, обе одржане у Београду, једна 20. фебруара, друга 1. марта 2022. Мада је код ћириличног уноса имена простора у коме су одржани ови сусрети са новинарима дошло до грешке, изостанка једног слова, вероватно је реч о ANTIAGING CARE доо Београда, чија је претежна делатност неспецијализована трговина на велико.

Пријављени трошак оглашавања на ТВ станицама је износио укупно 7,7 милиона динара. За емитовање спотова на РТС и Хепи плаћено је скоро 7,4 милиона, и не наводе се трошкови израде. Остатак новца је дат за спот емитован на ужичку ТВ 5, с тим што се у овом случају наводи да је за израду спота дато 50 хиљада динара, а 108.800 за емитовање. Закупљених термина није било.

Према подацима Транспарентности Србије из мониторинга ТВ оглашавања, ова странка се за парламентарне изборе оглашавала на РТС, за 2.246.400 динара (колико је и пријављено), а на ТВ Хепи у вредности од 5.147.520 динара (пријављено је за нијансу мање). Поред тога, према нашим проценама, вредност кампање на ТВ Пинк је била 1.264.320 динара, на ТВ Прва 1,070,250 и на К1 875,173 динара. Ови трошкови су наведени у извештају исте странке за председничке изборе, с тим да су износи нешто мањи у случају ТВ Прва (947 хиљаде) и К1 (708 хиљада динара), па остаје питање да ли су на ове две ТВ станице одобрени виши попусти од оглашених.

НАКСИ актив радио је био једини занимљив Заветницима, за оглас чије је емитовање било вредно 13 хиљада. Нису се оглашавали у штампи. За интернет су издвојили скоро један милион динара, од чега је 816 хиљада отишло на израду и одржавање посебног сајта за изборну кампању. Сајт је урадила фирма INTERNATIONAL DESIGN, за 374.000, док је одржавање, занимљиво, било скупље – 441 хиљада, код фирме IT SOLUTION. Међутим, не постоји посебан веб-сајт ове странке који је био намењен изборној кампањи, већ само „редован“ сајт, за који се наводи да га је дизајнирала фирма [DesignJust4You](https://www.designjust4you.rs/).¹

Фирма IT SOLUTION се опет помиње код осталих трошкова оглашавања – плаћена је 402.000 динара, али се не наводи за коју услугу. Још 620.000 је отишло, у два наврата, фирми RH SOLUTIONS, такође се не наводи разлог а претрага на интернету као једну опцију даје

¹ <https://www.zavetnici.rs/>

фотографску радњу. Са још 105 хиљада за ГОГО продукцију, Заветници су заокружили укупан остали трошак оглашавања на 1,3 милиона динара.

Занимљиво је да је половину новца који је пријавила као трошак кампање, странка приказала као остале непоменуте трошкове кампање - 22.8 милиона динара, па је питање да ли подаци нису добро уписани или је у питању нешто друго.

На оверу потписа потрошено је 126.820 динара, што је вишеструко више него у прелиминарном извештају (17.520). Ово је неправилност уочена код још неколико странака/коалиција, с обзиром да је овера потписа морала да буде окончана пре почетка изборне кампање. Узгред, једини трошак који су Заветници пријавили у свом прелиминарном извештају била је управо овера потписа.

Путни трошкови су пријављени у износу од практично четири милиона динара и расподељени у 40 ставки. Учесници у кампањи су очигледно врло често користили такси и тек у неколико случајева услуге већих превозника попут Ласте, МАТ превоз, ГАЛЕБ тревел, АС турс, итд). Износи плаћани појединачно крећу се у огромном распону, од неколико хиљада до више од једног милиона динара за, како се наводи, ауто такси београдског предузетника Војислава Бастаћа. Више пута су коришћене услуге такси служби, али су плаћене суме збирно знатно мање. Једино је ауто-такси Никола Ристић, пријављен у три ставке, чије су услуге коштале нешто изнад 700 хиљада динара. Приказ трошкова би свакако био уверљивији да су у напоменама наведени додатни подаци који би указали на шта су се односили ови трошкови превоза.

Занимљиво је да се у овој рубрици поново (као и код набавке промотивног материјала) налази књиговодствена фирма PRIMA NOTA, којој је за превоз уплаћено 864 хиљаде динара.

За закуп „посебног простора у изборној кампањи“ пријављено је 3,1 милион динара, на име два простора у Београду – ЗЕТАМАКС а вредност закупа премашила је 2,6 милиона, и МИТА доо, коме је плаћен остатак. Обе фирме су регистроване као неспецијализована трговина на велико. Ни у једном случају није наведена адреса, па ни град у којем се налази закупљени простор.

За трошкове комуникације, тачније за мобилну и фиксну телефонију и интернет потрошено је 535 хиљада, дато је укупно 535.000. Комунални и режијски трошак није пријављен.

Додатно ангажовање, без прецизирања на шта се односи, пријављени су на 2,9 милиона динара. Највећи износ отишао је горе поменутој фирми МИТА доо, 2.160.000 динара, док су НОВА СПМ доо, која се бави истраживањем тржишта и јавног мњења, па је питање да ли је можда овај трошак требало да буде пријављен у рубрици за то намењеној, која је остала празна.

За трошкове ангажовања маркетиншке агенције, раније непоменутих, наведен је износ од 130 хиљада динара, опет без спецификације за шта је тачно плаћено РАМ радио медија мрежи доо из Ужица 90.000, а остатак UNITED TECH GROUP. За опрему је плаћено, поново фирми Прима нота, 548 хиљада, а и фирми МИТА доо 888 хиљада, што је сав трошак за ову намену.

Коначно, 10,5 милиона, односно четвртина свих трошкова, отишла је на „остале непоменуте трошкове“, међу којима су 35 ставки, без икаквог образложења у напоменама. Око 2,5 милиона, у шест транши отишло је примаоцу НИВЕЛ ИВОНА ДЕЛИЋ ПР, око 2,6 милиона у пет делова INTERNATIONAL DESIGN, затим PRIMA NOTI још око три милиона. Међу већим уплатама је и 1,3 милиона динара фирми LOBBIKO, која нема сајт па је и непозната делатност којом се бави. Остало су ситнији трошкови, али има и фирми чијих сајтова нема на интернету па се не може претпоставити које су услуге су плаћане, на пример, ИНВЕНТАЗА 100.000 или НЕОС 31.200.

Милица Ђурђевић Стаменковски – Заветници

Главна питања за проверу и разјашњење

- Извор изборног јемства (хипотека на сопствена средства странке) је вероватно погрешно наведен
- Износ пријављених трошкова је у потпуности једнак вредности буџетских дотација, која није могла бити позната у време трајања кампање
- Веома високи пријављени трошкови за дизајн летака, набавку промотивног материјала, конференција за штампу, такси превоза, закупа простора, као и других, за које је намена остала непозната
- Не наводи се број примерака и врста промотивног материјала
- Нејасно на који се промотивни скуп односи пријављени трошак за манифестацију од 13.4.2022 (после избора)
- Пријављен је висок трошак израде сајта, иако није постојао посебан сајт за кампању
- За многе „остале трошкове оглашавања“ и „остале непоменуте трошкове“ често није јасна намена
- За закуп простора се не наводи адреса
- Прелиминарни извештај није садржао податке о свим трошковима до 18. марта који су се појавили у коначном, већ само трошак овере потписа, и то мањи део