

# Izbori april 2022: Preliminarne procene troškova

Transparentnost Srbija

Beograd, 6. aprila 2022



FONDACIJA ZA OTVORENO DRUŠTVO, SRBIJA  
OPEN SOCIETY FOUNDATION, SERBIA



Ministerstvo zahraničních věcí  
České republiky



International Foundation  
for Electoral Systems

*Ovo istraživanje, kao deo monitoringa izbora 2022, sprovedeno je uz podršku Fondacije za otvoreno društvo, programa "Tranzicija" Ministarstva spoljnih poslova Češke Republike i Međunarodne fondacije za izborne sisteme (IEFS). Svi izneti stavovi pripadaju organizaciji Transparentnost Srbija i ne moraju odražavati stavove donatora.*

## Građani plaćaju izbornu kampanju 15,7 miliona evra, za TV oglase učesnici potrošili 7 miliona evra

### Novac građana za izbore

Kampanja za objedinjene predsedničke i parlamentarne izbore 2022, rekordna je prema sumi novca koji su građani Srbije platili da bi ih partije ubedile da glasaju upravo za njihove liste i kandidate. Ukupni nivo budžetskih izdvajanja, koju je većina stranaka vodila objedinjeno za obe vrste izbora tokom 6 i po nedelja, ove godine je 15,7 miliona evra. Na nekoliko prethodnih izbora taj iznos je bio između 4,7 i 6,9 miliona evra, dok su pre deset godina, kada je kampanja trajala nešto duže (dva izborna kruga), budžetske dotacije bile slične kao sada. Više nego izdašno budžetsko finansiranje će imati dve posledice – kampanja će u zbiru biti skuplja i učesnici će za nju u manjoj meri koristiti druge izvore prihoda, kao što su prenošenje novca dobijenog za finansiranje redovnog rada sa stalnog stranačkog računa, prave ili fingirane donacije građana i bankarski krediti.

### Koliko ko dobija iz budžeta?

Prema do sada objavljenim rezultatima, SNS će iz budžeta, za pokrivanje troškova, dobiti više od osam miliona evra, Ujedinjeni za pobjedu Srbije oko 1,3, SPS oko 820.000 evra, a preostale opozicione stranke koje su prošle cenzus između 768.000 i 869.000.

Lista	Mandati	prvi deo budžet	uspeh budžet	ukupno budžet RSD	ukupno budžet EUR
SNS	120	66,627,167	885,013,777	951,640,944	8,088,100
UPS	38	66,627,167	90,366,938	156,994,105	1,334,310
NADA	15	66,627,167	35,671,160	102,298,327	869,445
Dveri	10	66,627,167	23,780,773	90,407,940	768,387
Zavetnici	10	66,627,167	23,780,773	90,407,940	768,387
Moramo	13	66,627,167	30,915,005	97,542,172	829,021
Suverenisti	0	66,627,167	0	66,627,167	566,272
Vacić	0	0	0	0	0
SPS	32	20,500,667	76,098,474	96,599,141	821,007
SVM	5	20,500,667	11,890,387	32,391,054	275,295
SPP	3	20,500,667	7,134,232	27,634,899	234,872
ZZV	2	20,500,667	4,756,155	25,256,822	214,660
SDA	2	20,500,667	4,756,155	25,256,822	214,660
KAD	0	20,500,667	0	20,500,667	174,237
SRS	0	20,500,667	0	20,500,667	174,237
Ajmo ljudi	0	20,500,667	0	20,500,667	174,237
Otete bebe	0	0	0	0	0
AZP	0	0	0	0	0
Romska	0	0	0	0	0
Ruski savez	0	20,500,667	0	20,500,667	174,237
<b>Zbir</b>	<b>250</b>	<b>650,896,172</b>	<b>1,194,163,828</b>	<b>1,845,060,000</b>	<b>15,681,365</b>

Na prvi pogled bi se moglo zaključiti da su finansijski uslovi za učešće u izbornoj trci bili povoljniji nego na izborima u poslednjih deset godina, zbog značajno većeg budžetskog davanja. Međutim, veliku prepreku za većinu opozicionih učesnika sada je predstavljala činjenica da nisu imali značajna sredstva kojima bi započeli kampanju. Rok za uplatu budžetskog avansa bio je 24.3, a za parlamentarne 27.3, to jest samo 7, odnosno 4 dana pre dana kada je kampanja trebalo da se okonča.

S obzirom na do sada dostupne podatke i procene u vezi sa izbornim troškovima, utisak je da će nakon ovih izbora, a pre isteka roka od 30 dana za podnošenje konačnog finansijskog izveštaja, veći broj učesnika pokušavati da utroši sav novac na koji su stekli pravo iz budžeta (ukoliko ne žele da deo tih sredstava vrate), nego što će biti onih koji će brinuti kako pronađu legalne izvore finansiranja za sve nastale troškove.

#### *Troškovi kampanje – TV, društvene mreže, bilbordi*

Na ovim izborima je nastavljen trend pojačanog prisustva kampanje putem društvenih mreža i na internetu. Drugi vidovi oglašavanja se i dalje koriste u značajnom obimu, naročito bilbordi. S druge strane, smanjen je broj masovnih okupljanja (u odnosu na izbore pre pandemije), kao i dostavljanje i postavljanje klasičnog promotivnog materijala (plakati, leci).

TV oglašavanje je tradicionalno ubedljivo najveći generator troškova kampanje, u kojima učestvuje sa približno polovinom prijavljenih rashoda. Čini se da ni ovi izbori nisu u tom pogledu bili značajno drugačiji.

Lista	Procena RSD	Procena EUR
SNS	494,482,186	4,190,527
SPS	126,955,908	1,075,898
UPS	45,255,154	383,518
DSS	32,629,093	276,518
SRS	79,303,666	672,065
ZZV	4,156,846	35,228
Zavetnici	10,603,664	89,862
Ajmo, ljudi	19,813,536	167,911
DVERI	8,334,397	70,630
Moramo	1,085,782	9,202
<b>Ukupno</b>	<b>822,620,230</b>	<b>6,971,358</b>

Prema proceni TS, koja je zasnovana na objavljenim cenovnicima i popustima nacionalnih TV stanica i glavnih kablovskih emitera, ukupna vrednost nedavno završene kampanje na televizijama, za republičke i beogradske izbore, dosegla je blizu 7 miliona evra. SNS je ostvarila izrazitu dominaciju kod ovog vida oglašavanja, sa oko 60% ukupnih troškova. Vrednost predsedničke i parlamentarne izborne kampanje (koja je počela dve nedelje ranije) bila je približno jednaka – oko 3,2 miliona evra. TV kampanja za beogradske izbore je bila značajno skromnija –

manje od 250 hiljada evra. To je očigledno u vezi sa budžetskim davanjima koja su u slučaju beogradskih izbora simbolična u odnosu na republički nivo. Tu je svaki učesnik kampanje mogao da računa tek na 16 hiljada evra iz budžeta, a ukupno je raspodeljeno pola miliona.

U prva tri meseca ove godine, što obuhvata i „kampanju pre kampanje“ koju su mnogi učesnici vodili, ali ne obuhvata prva tri aprilska dana, registrovano je oko 400 hiljada evra troška političkog oglašavanja u Srbiji na Fejsbuku. Polovina te sume se odnosi na razne naloge iza kojih otvoreno stoji Srpska napredna stranka. Zanimljivo je da je sledeća po redu SVM sa oko 32 hiljade evra plaćenih oglasa. Takođe, na ovoj društvenoj mreži su veoma aktivne bile Dveri, koalicija Moramo, a nešto manje UPS, NADA i Suverenisti. Političku kampanju su vodili i subjekti čiji stranački profil nije bio jasno označen, u vrednosti od preko 35 hiljada evra.

Ovi oglasi su uglavnom bili usmereni na promociju rezultata gradskih vlasti u Beogradu ili su predstavljali kampanju protiv opozicionih stranaka. Kontrola ovih neregistrovanih učesnika kampanje nije adekvatno obezbeđena niti zakonski uređena.

Dosadašnja analiza podataka koje smo prikupili u okviru monitoringa ukazuje na značajan porast troškova bilborda, što je naročito došlo do izražaja u Beogradu, gde su održavani i izbori za gradsku skupštinu. Naime, u posmatranom uzorku za Beograd, ukupan broj bilborda je povećan za 90% u odnosu na kampanju od pre dve godine. Kada je reč o broju oglasa političke prirode, oni su na posmatranom uzorku povećani za čak 170% u odnosu na 2020.

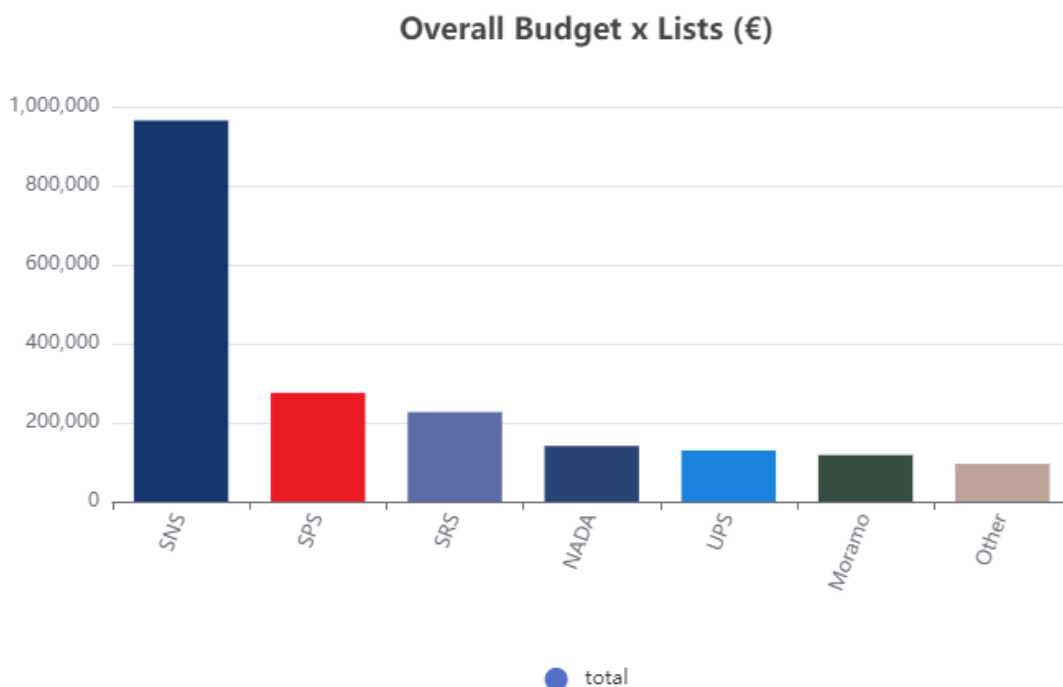
Na to je očigledno veoma uticala činjenica da su uporedo sa republičkim održani i izbori u prestonici, jer u drugim gradovima gde smo radili monitoring (Niš, Novi Sad, Novi Pazar), nije došlo do povećanja u tom obimu. U beogradskoj kampanji, u poslednje dve nedelje, SNS je imao 45% bilborda, a zatim su bili zastupljeni SRS, SPS, UPS i NADA sa preko 5%. Zastupljenost političkog oglašavanja je rasla kako se približavao dan izbora, a oglašavanje je nastavljeno i nakon izbornog dana, kroz poruke zahvalnosti biračima od strane vladajuće stranke.

Početkom marta je bilo značajno manje učesnika ove vrste kampanje, a pored SNS, tada su bili zastupljeni i SRS, SPS, NADA i Moramo.

Prema procenama, a na osnovu uzorka TS – SNS je potrošila na ovu vrstu oglašavanja više nego sve ostale stranke zajedno. Ukupna vrednost bilborda na kojima je Aleksandar Vučić promovisan kao predsednički kandidat, bila je pet puta veća nego svih ostalih kandidata zajedno. Za parlamentarne izbore, SNS i SPS su bili praktično izjednačeni, a skupa su učestvovali u više od polovine ukupnih troškova za bilbord kampanju. U slučajevima kada su se stranke putem bilborda oglašavale za više vrsta izbora istovremeno, procenjeni troškovi su ravnomerno podeljeni za sve vrste izbora. Procenjena vrednost kampanje putem bilborda za celu Srbiju, sve učesnike i sve vrste izbora iznosi gotovo dva miliona evra.

Interaktivne infografike o troškovima za bilborde možete pogledati ili preuzeti sa našeg sajta: <https://izbori.transparentnost.org.rs/infografika/bilboards/>

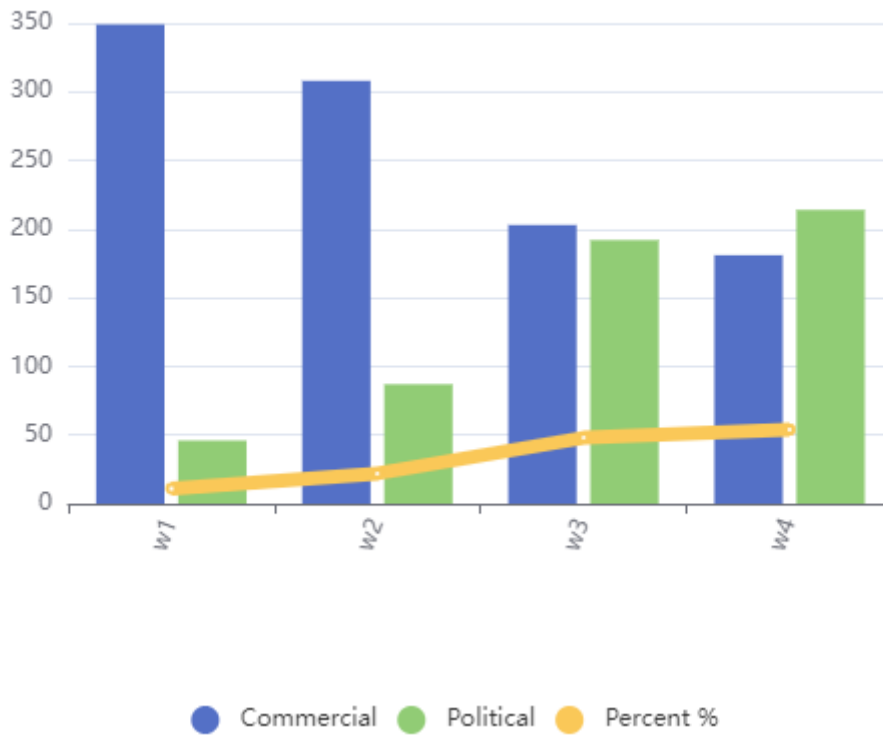
## Ukupni troškovi za bilborde po strankama (listama)



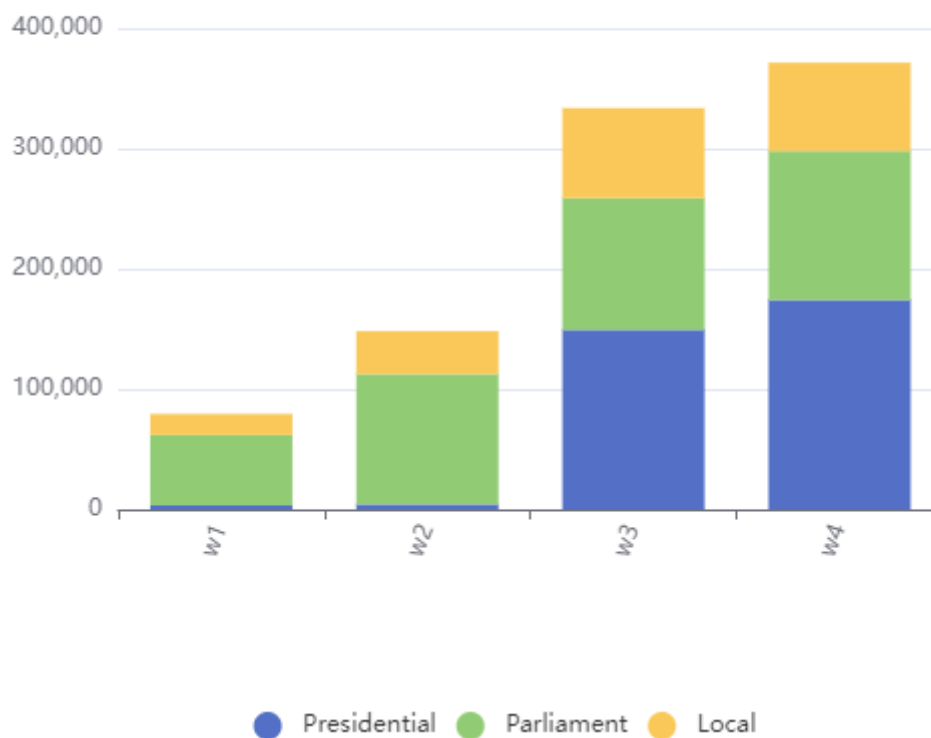
## Oglašavanje na bilbordima u Beogradu

### Commercial vs Political x Week

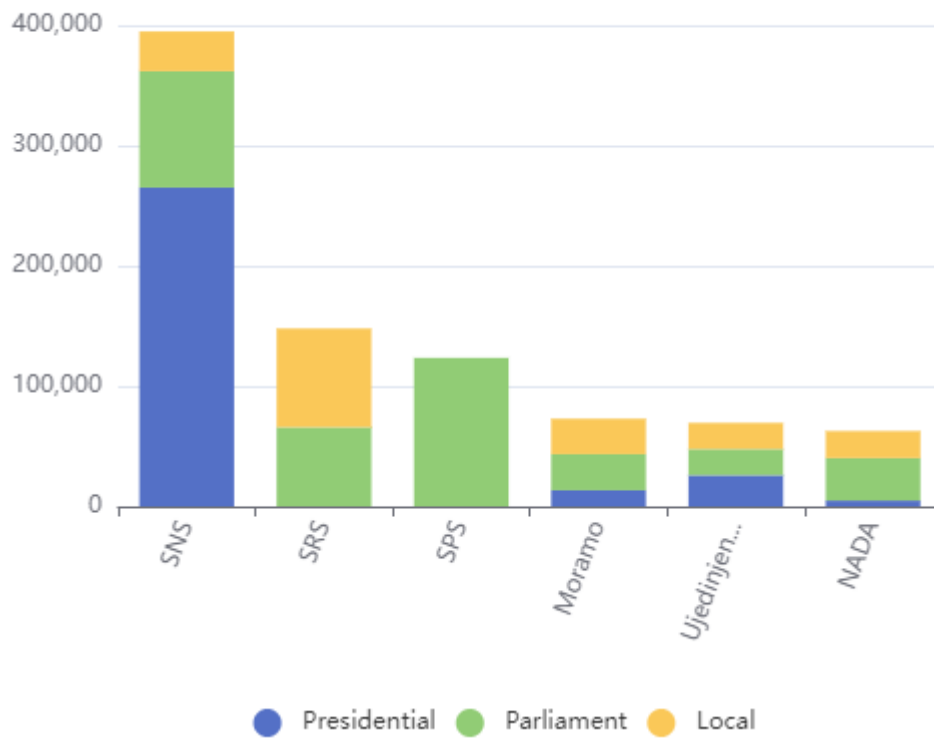
\*Based on sample data



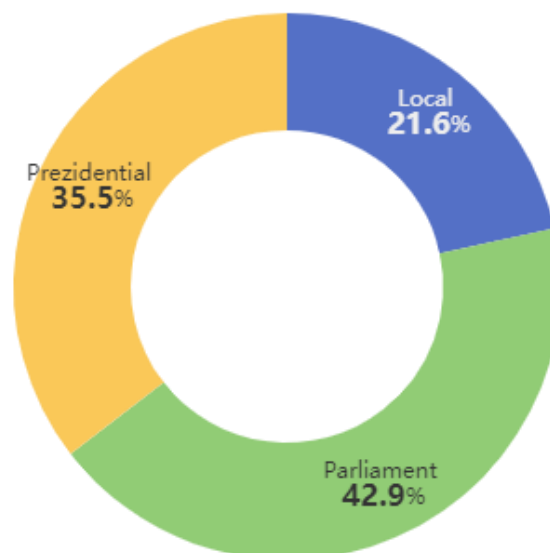
### Weekly Budgets x Election Type (€)



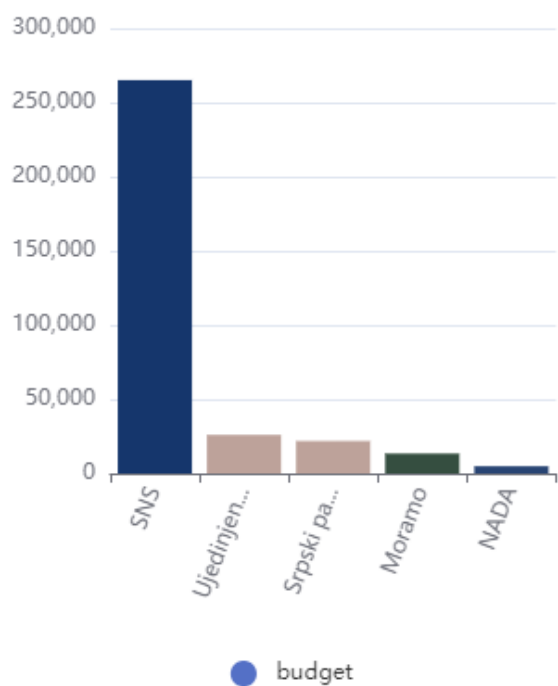
### Spending x Election Type x Lists (€)



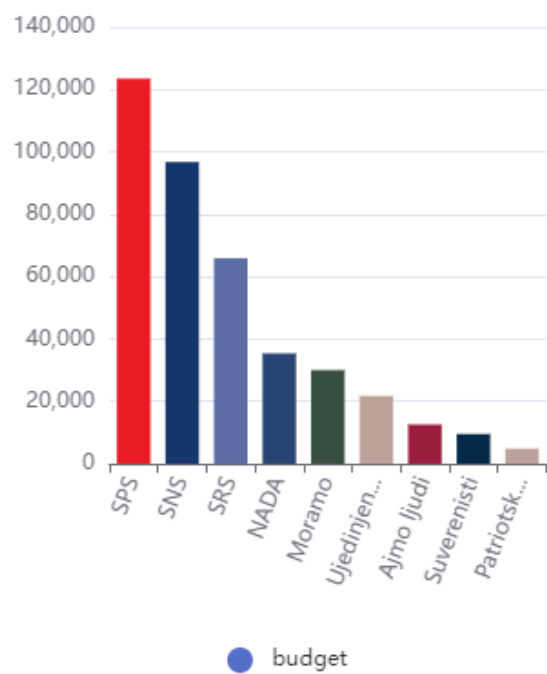
### Overall Spending, by Election Type



### Presidential



### Parliament



### Local

