

## Избори април 2022

### Анализа извештаја о трошковима изборне кампање: Др Милош Јовановић - Коалиција за Краљевину Србије - ДСС

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.*

## Др Милош Јовановић - Коалиција за Краљевину Србије - ДСС

Извештај о трошковима предизборне кампање дате коалиције предат је Агенцији за спречавање корупције 8. јуна 2022. године, док је законски рок за предају извештаја био 9. јун исте године, тако да је предат у законском року.

Занимљив је податак да је уговор оверен 2. марта 2022. године, док је одговорно лице одређено још 8. јуна 2018. године. Као одговорно лице именован је Урош Јанковић, директор Демократске странке Србије. Иако је несумњиво реч о директору ДСС, остаје питање како се као датум одређивања одговорног лица коалиције која је учествовала на председничким изборима 2022. године може сматрати датум када та коалиција није постојала (реч је о 2018. години). Могуће је да је у самом уговору коалиције било предвиђено да ће директор ДСС бити одговорно лице за финансирање кампање, али би и у том случају било исправније навести датум овере уговора.

Пун назив коалиције сведен је на име и презиме заједничког кандидата коалиције, опис једне од странака, али који не садржи њен тачан назив (Покрет обнове Краљевине Србије представљен је као „Коалиција за Краљевину Србије“) и скраћеницу ДСС, која представља Демократску странку Србије. Могуће је да је ово последица ситуације у којој је спорно који је од два „ПОКС“-а који су учествовали на овим изборима легитиман, односно, ситуације у којој је као законски заступник ПОКС и даље уписан Жика Гојковић, из крила „ПОКС“ које није подржавало ову листу.

На самим изборима то је мање информисане бираче можда могло довести у заблуду јер нигде нису наведени пуни називи странака које су истакле заједничког кандидата. Заправо, дату коалицију чинило је још 25 покрета уз ПОКС и ДСС, што се може видети на званичном сајту ПОКС-а.<sup>1</sup> То отвара још нека питања. Није спорно да разна удружења могу подржати изборну листу на изборима. Међутим, удружења не могу да буду чланице коалиције која учествује на изборима, већ то могу бити само политичке странке, на основу изборних прописа. Такође, удружењима је забрањено да финансирају изборну кампању, на основу ЗФПА.

Кратки назив коалиције је маркетиншки срочен да чини скраћеницу НАДА (национална демократска алтернатива), што је легитиман политички маркетинг уз коришћење слогана који се лако памти. Као званичан сајт коалиције наведена је адреса <https://www.dss.rs/>, што је интернет страница само једне од чланица коалиције, Демократске странке Србије. Непостојање посебног сајта који би био намењен целокупној председничкој изборној кампањи (или свим изборим кампањама коалиције НАДА у истом периоду) онемогућава да се на лак начин препознају активности других коалиционих партнера на промоцији Јовановићеве председничке кандидатуре, а које су можда са собом вукле и одређене трошкове.

---

<sup>1</sup> Приступљено 18. јула 2022. године, <http://poks.rs/srpska-koalicija-nada/>

Коалициона листа служила се са два банковна рачуна приликом финансирања предизборне кампање, један је пријављен у Банци Интеза, други код Народне банке Србије. Занимљив је податак да су поред коалиционе листе о којој је реч у овом извештају једино још Заветници и коалиција око СНС користили рачун у Управи за трезор. Остали кандидати су користили ислучиво рачуне у приватним банкама. Финансирање изборне кампање са два рачуна директно је супротно законској одредби према којој се за финансирање изборне кампање отвара посебан рачун.

Коалиција ПОКС-ДСС положила је изборно јемство у виду хипотеке на непокретности на почетку кампање у износу који тачно покрива издатке из буџета који се у складу са законом издвајају за сваког кандидата на председничким изборима који је успешно прошао процес верификације изборне листе. У извештају се наводе три физичка лица која су положила изборно јемство. Слично као и у извештајима након ранијих избора, и овде указујемо на то да питање јемства која дају физичка или правна лица није адекватно решено у ЗФПА. Наиме, уколико наступи ситуација да се изборно јемство наплати (када политички субјект не досегне до 1% важећих гласова, и не врати добијена средства у буџет), тада изборно јемство фактички постаје прилог за политичку странку. Уколико такво изборно јемство потиче од лица које по ЗФПА не може да буде финансијер странке, или вредност јемства прелази висину „максималне вредности давања“ (10 просечних месечних зарада у Републици за физичка лица), тај прилог постаје недопуштен.

Дата коалиција није узимала кредите, али је пријавила новчане донације од седморо физичких лица у укупном износу од 802,800 динара. Сви прилози су у оквиру законских ограничења, то јест не прекорачују износ који физичко лице може донирати партији или коалицији за трошкове предизборне кампање. На сајту ДСС налази се списак примљених прилога у 2022. години. У оквиру тог списка наведено је свих седам донатора који се налазе и у извештају за председничку изборну кампању. Поред њих, у 2022. су регистроване уплате још четири особе (два пута по 70 хиљада динара, једна од 80 хиљада и једна од 34 хиљаде), које ће можда бити приказане у извештају за парламентарне изборе. За похвалу је то што су на страначком сајту објављени и прилози чија је висина испод просечне зараде у Републици<sup>2</sup>, иако то није обавезно на основу ЗФПА.

Поред буџетских дотација и прикупљених донација од физичких лица, још један извор прихода за кампању коалиције ПОКС-ДСС била су средства пренета са банковног рачуна странке у укупном износу од 147,400 динара, од чега је утрошено 105,263 динара, док је остатак од 42,136 динара враћен на рачун странке. Није јасно о чијем се рачуну ради, то јест које странке које чине коалицију, а једино се види да су средства коришћена са рачуна у Банци Интеза. Рачун у Трезору НБС коришћен је за трансфер од свега 400 динара, од чега је потрошено 189 динара.

Нема никаквог разумног објашњења за чињеницу да је са рачуна који се води код Управе за Трезор, на рачун за финансирање кампање пренета тако мала сума, па потом и враћен њен већи део. Очигледно овај рачун код Управе за Трезор није отворен ради пријема

---

<sup>2</sup> [https://www.dss.rs/files/File/UPLATE\\_na\\_RN\\_DSS\\_2022.xls](https://www.dss.rs/files/File/UPLATE_na_RN_DSS_2022.xls)

средстава за финансирање изборне кампање, већ за неку другу сврху. Ваља напоменути да није јасно о рачуну које странке из коалиције се ради.

Сва буџетска средстава која су по закону издвојена за дату коалицију утрошена су током предизборне кампање. Укупан износ примљених и потрошених буџетских средстава је 46,126,500 динара. Преостали мали део средстава који је потрошен потиче из индивидуалних новчаних прилога – 802,800 динара и средстава са банковног рачуна неке од странака или покрета које чине коалицију – 105,263 динара. Није потрошено свега 42,136 динара од прикупљеног новца за предизборну кампању и та свота се односи на средства пренета са рачуна Банке Интеза на који су и враћена по завршетку кампање.

Укупни трошкови кампање у великој мери одговарају утрошку других кандидата на председничким изборима 2022. године, изузимајући трошкове кампање Александра Вучића који су многоструко већи од свих осталих.

Укупни пријављени трошкови оглашавања у медијима износе 26,819,522 динара, од тога је 21,930,560 динара утрошено на ТВ рекламе. По независној процени Транспарентности Србија, урађеној на основу мониторинга медијског садржаја, коалиција ПОКС-ДСС утрошила је 19,124,560 динара на ТВ оглашавање, што је за 2,476,585 динара мање од пријављеног трошка у извештају. За оглашавање на ТВ К1 коалиција је пријавила трошкове оглашавања, док су се, према мониторингу ТС, огласи на овој ТВ станици односили на парламентарну изборну кампању.

Милош Јовановић је имао и закупљени термин на ТВ Хепи, чија пуна вредност по ценовнику за рекламе (рачунато без попушта, будући да ТВ Хепи није објавила листу попушта) износи 20 милиона динара. Умањена процена вредности тог закупљеног термина (изгубљена добит ТВ Хепи услед немогућности да у датом периоду емитује и рекламе) била би око 4 милиона динара, без попушта. Остаје да се види да ли ће ти трошкови бити приказани у парламентарном извештају исте коалиције. Када се упореде званично пријављени подаци и подаци до којих се дошло кроз независни мониторинг медија, у кампањи Милоша Јовановића поклапају се трошкови оглашавања за РТС и Пинк, али је примећено веће непоклапање са трошковима за оглашавање на ТВ Прва – пријављен трошак од 1,234,554 динара наспрам примећеног трошка од 3,177,055 динара. Такође, остаје да се види хоће ли овај трошак бити пријављен у извештају за парламентарне изборе.

Посебност овог извештаја о финансирању кампање је и то што се наводи да су коришћени закупљени термини на ТВ станицама. У овом случају је реч о РТС, а вредност је била 752 хиљаде динара. У мониторингу ТС није опажен овај закупљени термин, а може бити спорно његово емитовање (евентуални прекршај пружаоца медијских услуга, не политичког субјекта).

Председнички кандидат се оглашавао и на неколико радио станица, у вредности преко 600 хиљада динара, као и у штампаним медијима, у вредности преко 700 хиљада динара.

Укупни трошкови материјала за оглашавање износе 14,111,355 динара. Од тог износа на оглашавање путем билборда пријављено је 4,655,290 динара, што се не поклапа са мониторингом оглашавања путем билборда који је независно спровела Транспарентност Србија, а где је процењен трошак био 2,611,706 динара за исти циљ. Могуће је да је ово непоклапање производ пријављивања и неких билборда коришћених у парламентарној кампањи од стране ДСС-а, што ће бити јасније након што буду предати финансијски извештаји са тог нивоа избора који још нису предати. Неки од трошкова за билборде су приказани обједињено по добављачима, а не по броју билборда или седмица, што је нарочито значајно у случају фирме Alma Quatro, којој је плаћен највећи део ових трошкова.

Утрошак на летке је уредно пријављен и распоређен по правилима, за сваки летак је уписана цена, произвођач и број одштампаних примерака. Међутим, дошло је до грешке у пријави утрошка на плакату, наиме наведена је цена од 24,276 динара за један примерак плаката, а као произвођач је наведена фирма ПУЛСАР доо, из Ужица. Исти је проблем и са трошком од 60,100 динара за један примерак плаката где је као произвођач наведена фирма ВИГ ПРИНТ из Владичиног Хана.

Укупни трошкови јавних догађаја пријављени су у износу од 3,211,028 динара. За неке од јавних догађаја наведени су трошкови само за једну ставку – организација митинга у Београду 13.3. је тако коштала 1,450,000 динара. За скуп у Нишу је наведен само трошак за закуп простора од 36,000 динара. Путни трошкови су наведени за конвенцију организовану у Дому синдиката у Београду 30.3. (511 хиљада динара), са прецизним наводом трошкова за сваког од превозника (по њиховим матичним бројевима). Ова врста трошка није постојала или није пријављена код других јавних скупова. За ту конвенцију су наведени и други трошкови – закуп, организација и слично, па је укупна цена достигла преко 1,5 милион динара.

Ово је једини извештај предлагача председничких кандидата у којем су наведени и трошкови конференција за штампу, укључујући и конференцију која је одржана у изборној ноћи, иако су таква окупљања организовали и други учесници на овим изборима.

Под „остале трошкове оглашавања“ сврстан је износ од 1,348,376 динара уплаћен фирми ADRIA MEDIA GROUP – „Ekspreso Web“ без наведене јасне намене трошка. Према датом опису, пре би се могло закључити да је реч о оглашавању на интернет медијима, које је заведено у погрешну рубрику.

Нису навођени трошкови за друге типове јавних манифестација (пункт, штанд...).

Трошкови оглашавања путем интернета пријављени су у износу од 2,223,829 динара. Међутим, из описа се не види да ли се неки део тих трошкова односи на оглашавање на друштвеној мрежи „Фејсбук“, који су по подацима дате компаније за ову коалицију износили 515,076 динара или 4,388 евра. Наиме, у извештају се наводи да је кампања вођена постављањем банера на сајтовима Ало и Мондо, као и да је плаћена преко 1,3

милиона динара интернет кампања фирми Strategy Visual, али без навођења сајтова на којима је вођена.

Трошкови овере потписа су били око 258,000 динара, и разврстани су по примаоцима. Дати трошкови су нешто виши од средњег утрошка других кандидата за ову намену. Трошкови овере су разврстани по појединим пружаоцима услуга. Такође, приказани су и комунални и режијски трошкови, у које је уврштен и „канцеларијски материјал“, од чак 970 хиљада динара, који не припада овој категорији.

За „друге видове ангажовања“ је потрошено 485 хиљада динара, при чему се чини, према опису, да је трошак од 330 хиљада припадао некој другој категорији (вероватно видео или радијским спотовима).

У прелиминарном финансијском извештају били су пријављени прилози од око 770 хиљада динара, односно већина оног што је прикупљено до краја кампање. У том извештају је био приказан и пренос 147 хиљада динара са страначког рачуна, од чега је било утрошено преко 107 хиљада. Овде се јавља неслагање са касније исказаним подацима. Наиме, према коначном финансијском извештају, било је утрошено 105,263 динара новца који је иницијално пренет са страначког рачуна. Другим речима, изгледа да је нешто мање од две хиљаде динара накнадно приписано трошку који се плаћа од буџетских дотација.

У прелиминарном извештају је била приказана приближно половина крајњих трошкова летака и брошура, као и веома мали део од билборд кампање, што се подудара са чињеницом да је она вођена у већој мери тек у последње две недеље. Такође, ако је судити по извештајима, изгледа да је и други промотивни материјал био припремљен тек у последње две недеље кампање, јер је у прелиминарном извештају било приказано тек око четвртине укупног трошка за ту намену.

Када је реч о јавним догађајима, у прелиминарном извештају је био приказан само трошак из Ниша, за 19.3.2022, али не и трошак за организацију промо скупа, декорацију, лед екране и снимање догађаја из Београда, 13.3.2022, у оквиру периода који је требало да покрије прелиминарни извештај. У питању је 1.450.000 динара плаћених фирми MUSIC STOP PRODUCTION.

Трошкови оглашавања на ТВ станицама су према прелиминарном извештају износили само 752 хиљаде динара, што је плаћено РТС. Према мониторингу ТС, овај председнички кандидат се у периоду на који се односи прелиминарни извештај заиста оглашавао само на тој ТВ станици.

Трошкови за оверу потписа су за једну четвртину већи у коначном, него у прелиминарном извештају, што је нелогично, јер је реч о расходу који је настао у периоду на који се односи прелиминарни извештај.

## **ДР Милош Јовановић, Коалиција за Краљевину Србије, ДСС**

### **Питања за даљу проверу и појашњења**

- Нејасно је да ли су у кампањи приказани трошкови активности других чланица коалиције
- Постоје мања неподударања са ТВ оглашавањем која ће можда бити објашњена када извештај за парламентарне изборе буде доступан
- Неподударања са проценом ТС у вези са оглашавањем путем билборда, која ће можда бити објашњена када извештај за парламентарне изборе буде доступан.
- Нејасно је да ли су трошкови оглашавања преко „Фејсбука“ обухваћени неком од ставки извештаја
- Поједини трошкови су приказани у категорији „осталих“ иако се чини да је требало да буду обухваћени у другим рубрикама
- Поређење прелиминарног и коначног извештаја указује на неколико нелогичности