



Datum: 27.08.2020

Medij: Blic

Rubrika: Politika

Autori: Redakcija

Teme: Savez vojvođanskih Mađara-(SVM)

Napomena:

Površina: 921



Naslov: KOLIKO JE KOJA STRANKA DALA PARA ZA IZBORE

Strana: 4,5

Partije prijavile koliko su novca potrošile u kampanji za parlamentarne izbore



KOLIKO JE KOJA STRANKA DALA PARA ZA IZBORE

Iako je kampanja za parlamentarne izbore bila najspecifičnija od obnove višestranačja u Srbiji, i gotovo da nije ni zaličila na neke iz ranijih godina, jedno osnovno obeležje pratilo ju je kao i prethodne kampanje. Milione, milione i milione dinara stranke su i ovoga puta potrošile da bi se predstavile građanima.

IGOR ŽARKOVIĆ

Meditim, nekim ni ogromne svote novca nisu pomogle da se domognu cenzusa. Investicija se pokazala uspešnom za svega nekoliko lista koje su se našle u Skupštini. I dok oni zadovoljno trljaju ruke i broje novac koji su kao parlamentarne stranke iz budžeta dobile, druge, koje su ostale ispod cenzusa, analiziraju gde su pogrešili i kako će bez državnog finansiranja "preživeti" do narednih izbora.

Stranke su račune morale da polože Agenciji za borbu protiv korupcije. Do sada je izveštaje podnelo 12

lista, troškovi su ogromni, a neki i veoma zanimljivi.

Najviše novca u kampanji potrošila je vladajuća SNS, negde oko 182 miliona dinara, što predstavlja 400 puta veći iznos od onoga koji je izdvojila "Koalicija za Mir" Čedomira Jovano-

vića. SNS je za kampanju imao na raspolaganju više od pola milijarde dinara, koliko su imali na račun, ali su ipak podigli i kredit od dva miliona dinara. Na kraju su potrošili 182 miliona. Najviše novca izdvojeno je za oglašavanje, preko 60 miliona, a samo za izradu letaka naprednjaci su potrošili 24 miliona. Bilbordi su ih koštali 37 miliona, a reklamiranje na internetu oko 45.

Lista predsednika LDP-a je kao jedini trošak u kampanji prijavila

454.860 dinara, koliko im je bilo potrebno za overu potpisa i ovo je ubedljivo najmanji trošak među strankama koje su podnele izveštaje.

Koaliciji oko POKS-a malo je falilo da prede izborni prag, a pet miliona dinara izdvojenih za kampanju nije bilo dovoljno da ispune cilj. Finansirali su se od novca iz budžeta i sa nešto više od milion dinara koje su im uplatila fizička lica. Kampanju su, bar prema izveštaju podnetom Agenciji, bazirali na lecima i bilbordima i na njih su izdvojili veći deo sredstava, nešto manje od tri miliona.

Preostali novac raspodelili su za internet, plaćanje taksi overiteljima i za druge aktivnosti.

Sa druge strane, SRS koja je u kampanju ušla kao parlamentarna, sa

PSG NIJE IMAO DOVOLJNO ZA NAPAD NA CENZUS

Pokret slobodnih građana (PSG) jedna je od političkih opcija koja je u kampanju ušla sa najskromnijim sredstvima. Na predstavljanje građana utrošili su nešto više od milion i po dinara, od čega je najveća suma izdvojena za troškove overe potpisa birača. Novac su trošili još i na promotivni materijal i autobus, a ovakva suma, sudeći prema rezultatu koji je ostvario PSG, nedovoljna je za ozbiljan napad na cenzus.





Datum: 27.08.2020

Medij: Blic

Rubrika: Politika

Autori: Redakcija

Teme: Savez vojvođanskih Mađara-(SVM)

Napomena:

Površina: 921



Naslov: KOLIKO JE KOJA STRANKA DALA PARA ZA IZBORE

Strana: 4,5



Kampanja koštala milione, a trošilo se na oglase, letke, opskurne knjige, autobuse i dopune za mobilne telefone

ALBANCITROŠILI NA KONVENCIJU I TELEFONE

Pored SPS-a, stranačku konvenciju održala je još jedino "Koalicija Albanska demokratska alternativa - Ujedinjena dolina", a za nju je izdvojila osam miliona dinara. Albanci su u kampanji potrošili ukupno oko 15 miliona dinara, koliko su i dobili iz budžeta, a interesantno je da je samo za dopune mobilnih telefona stranačkih aktivista izdvojeno 108.000 dinara. Lista Saveza vojvođanskih Mađara potrošila je 26 miliona dinara u kampanji, a podigli su i kredit od šest miliona dinara.

gotovo šest puta većim sredstvima od POKS-a, imala je znatno manji rezultat i izbore završila sa svega 2,05 odsto. Radikali su primer stranke koja je na loš način opredelila novac za kampanju. Oni su, naime, od skoro 34 miliona dinara, koliko su potrošili, čak 24 i po dali za štampanje knjiga Vojislava Šešelja, od kojih neke nose skardne naslove. Za štampanje stranačkih novina potrošili su skoro šest miliona, a autorima tekstova platili su skoro dva i po miliona. Reklamiranje na internetu koštalo ih je oko pola miliona, a za TV

marketing izdvojili su svega 30.000 dinara.

S druge strane, investicija se isplatila SPAS-u. Stranka koja postoji tek nekoliko godina prvi put je nastupila na izborima sa listom "Aleksandar Šapić - Pobjeda za Srbiju". Za novac koji su opredelili za kampanju može se reći da je dobro iskorišćen pošto je ova lista, uz SNS, SPS i manjine, jedina uspjela da pređe izborni prag sa 3,83 odsto.

U kampanji su potrošili oko 50 miliona, od čega 23 miliona sopstvenih para, a najviše novca (oko 26 miliona) izdvojeno je za oglašavanje na televizijama. Znatne sume potrošili su i na bilborde (10 miliona), usluge marketinške agencije (pet miliona) i reklamne autobuse (tri miliona).

Drugoplasirana lista SPS - JS uložila je, posle SNS-a, najviše novca. Socijalisti su se finansirali iz budžeta, sopstvenih para, ali su za potrebe kampanje podigli i kredit u visini od 120 miliona dinara. Na kraju su u kampanji potrošili nešto manje od 70 miliona, što ih i na ovoj listi pozicionira kao drugoplasirane. Najveće sume izdvojene su za oglašavanje u medijima (28 miliona), bilborde (pet) i za stranačku konvenciju (16 miliona).

Izveštaje Agenciji podneli su još Metla, Zavetnici i Zdrava Srbija, a ove stranke su na kampanju potrošile približno jednake svote novca, a potrošnja im je uglavnom bila usmerena na plaćanje plakata, bilborda i taksa za overu potpisa. ■

182
miliona dinara
potrošila SNS za izbore

70
miliona je dačićevce
koštalo 10 odsto

50
miliona je Šapića koštalo
prelazak cenzusa

5
miliona nije bilo
dovoljno POKS-u

24
miliona spiskali na
Šešeljeve knjige

450
hiljada, a ne milione
potrošio je LDP

