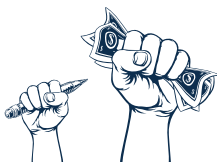
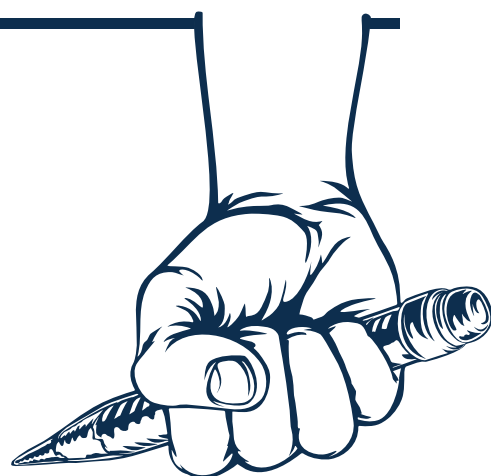




IZVJEŠTAJ
O FINANSIRANJU IZBORNIH KAMPANJA

PARLAMENTARNI IZBORI 2023.



Impresum

NAZIV:

Izvještaj o finansiranju izbornih kampanja

PARLAMENTARNI IZBORI 2023.

IZDAVAČ:

Mreža za afirmaciju nevladinog sektora – MANS

UREDNIK I AUTOR:

Vanja Čalović Marković

AUTORI:

Dejan Milovac
Lazar Grdinić
Marijana Subotić

PODRŠKA:

Milena Marinović
Aleksandar Grum
Đovana Elezović

Štampa:

3M Makarije

SADRŽAJ

UVOD	04
SAŽETAK	05
1. ANALIZA ZVANIČNIH IZVJEŠTAJA O FINANSIRANJU IZBORNIH KAMPANJA	07
1.1. Prijavljeni prihodi	08
1.1.1. Struktura prijavljenih prihoda	09
1.1.2. Prijavljene donacije fizičkih i pravnih lica	12
1.2. Prijavljeni troškovi	16
1.2.1. Struktura prijavljenih troškova	17
1.2.2. Analiza prijavljenih troškova reklamnih materijala	19
1.2.2.1. Štampani materijali	
1.2.2.2. Bilbordi	
1.2.2.3. Dizajn i izrada promotivnih spotova	
1.2.3. Analiza prijavljenih troškova oglašavanja	27
1.2.3.1. Struktura dobavljača najvećih izbornih lista	
1.2.3.2. Oglašavanje na društvenim mrežama	
1.2.4. Analiza prijavljenih troškova aktivista	37
1.2.5. Analiza ostalih prijavljenih troškova	38
1.2.6. Analiza prijavljenih troškova promotivnih skupova	41
1.2.7. Analiza prijavljenih troškova prevoza	43
1.2.8. Analiza prijavljenih troškova istraživanja	46
1.2.9. Analiza prijavljenih troškova administracije	47
1.3. Dugovi	48

SADRŽAJ

2.	BESPLATNO MEDIJSKO PREDSTAVLJANJE IZBORNIH LISTA	50
	2.1. Radio televizija Crne Gore	56
	2.2. Drugi javni servisi	61
	2.3. Komercijalni emiteri	68
3.	PRAĆENJE JAVNE POTROŠNJE U TOKU IZBORNE KAMPANJE	81
	3.1. Povećanja javne potrošnje u toku predizborne kampanje	81
	3.1.1. Povećanje potrošnje budžetske rezerve	85
	3.1.2. Tajne isplate iz budžeta	87
	3.2. Zapošljavanje	89
	3.2.1. Prijavljeno zapošljavanje u državnim i lokalnim institucijama u toku izborne kampanje	89
	3.2.2. Povećane isplate za kratkoročno zapošljavanje preko ugovora o djelu	94
	3.2.3. Zapošljavanje u državnim kompanijama	96
	3.3. Pritisci izvršne vlasti	97
	3.4. Postupanje ASK-a	98
	3.4.1. Prijave za povećanje potrošnje institucija	99
	3.4.2. Prijave za kampanju u toku radnog vremena	101
	3.4.3. Prijave zbog neobjavlivanja putnih naloga	102

UVOD

MANS je pratio finansiranje kampanje za vanredne parlamentarne izbore koji su raspisani 17. marta, a održani 11. juna 2023. godine.

Na tim izborima je učestvovalo 15 izbornih lista, a u toku izborne kampanje MANS je pratio njihove aktivnosti i prikupljao podatke o skupovima, promotivnim spotovima i raznim materijalima. Posebno smo pratili televizije sa nacionalnom frekvencijom i prikupljali informacije o oglašavanju svake izborne liste. Skupljali smo i reklame iz štampanih medija, kao i informacije o reklamiranju na pojedinim društvenim mrežama.

Prikupljali smo i zvanične izvještaje izbornih lista o finansiranju izborne kampanje, analizirali ih i uporedili sa podacima do kojih smo došli monitoringom kako bi identifikovali skrivene troškove. Istraživali smo najveće dobavljače u kampanji i njihove veze sa izbornim listama.

Ovaj dokument sadrži analizu zvaničnih podataka o prihodima i rashodima u kampanji svake izborne liste. [1] On ukazuje na moguće skrivanje pojedinih troškova i pruža dokaze koji potvrđuju njihovo postojanje.

Poseban dio izvještaja je posvećen analizi plaćenog i besplatnog medijskog predstavljanja izbornih lista, kako od strane javnih, tako i komercijalnih emitera.

U toku izborne kampanje pratili smo i potrošnju državnih institucija, a posebno kratkoročno zapošljavanje. Prikupljali smo informacije o izdacima svih državnih organa i poredili ih sa troškovima u istom periode prethodne godine, kao i sa planiranom dinamikom potrošnje. Te informacije su predstavljene u posebnom dijelu izvještaja.

Na osnovu uočenih nepravilnosti podnosili smo prijave nadležnoj Agenciji za sprječavanje korupcije, pa je u posebnom dijelu ovog dokumenta obrađena praksa te institucije.

Detaljni podaci o zvaničnim prihodima i troškovima svih izbornih lista, kao i o javnoj potrošnji u toku izborne kampanje, su dostupni na www.cistakampanja.me.

Izvještaj je sačinjen zahvaljujući finansijskoj podršci Nacionalne zadužbine za demokratiju, ali mišljenja i navodi iznijeti u njemu ne predstavljaju neophodno stavove donatora.

[1] Izvještaj o troškovima izborne kampanje političkog subjekta - "Da, mi možemo za građansku Crnu Goru" na internet stranici Agencije za sprječavanje korupcije objavljen je **nakon zakonskog roka i analize zvaničnih podataka obrađenih** u Poglavlju 1. ovog izvještaja.

SAŽETAK

PRIHODI I RASHODI: Ukupni prijavljeni prihodi svih izbornih lista za kampanju za parlamentarne izbore su bili oko milion eura, dok su zvanični troškovi iznosili oko tri miliona.

DUGOVI: Iz zvaničnih izvještaja se ne može utvrditi da li su izborne liste platile oko dva miliona ili dvije trećine prijavljenih troškova izbornih kampanja. Neprecizne zakonske odredbe ne obavezuju ni jednu instituciju da utvrdi da li izborne liste plaćaju svoje dugove ili oni predstavljaju skrivene donacije.

STRANI UTICAJ: Primijećene su zabrinjavajuće donacije privatne kompanije koju je osnovala druga država, što nije zabranjeno zakonom, a ostavlja prostor za finansiranje iz inostranstva. Izborne liste su prijavile znatno manje iznose donacija fizičkih lica, nego u prethodnim izbornim ciklusima.

POVEZANE KOMPANIJE: Mnoge kompanije koje su pružale vrijedne usluge u izbornoj kampanji su bile direktno povezane sa pojedinim političkim partijama, što povećava rizik od skrivenog finansiranja. Ti dobavljači su bili u konfliktu interesa kada su pružali usluge drugim izbornim listama, što nije posebno regulisano zakonom.

SKRIVANJE TROŠKOVA: Veći broj izbornih lista u zvaničnim izvještajima o finansiranju izborne kampanje nije prikazao sve troškove. Najčešće su skrivani troškovi oglašavanja na društvenim mrežama i u medijima, izrade video spotova, dnevnica, prevoza, kao i ispitivanja javnog mnjenja, odnosno režijsko-administrativni troškovi.

BESPLATNI MARKETING: Trajanje besplatnog medijskog predstavljanja na komercijalnim televizijama nije precizno regulisano zakonom, što ostavlja ogroman prostor za prikriveni marketing. Pored nacionalnog i lokalnih javnih servisa kojima nije dozvoljeno da naplaćuju reklame političkim partijama, sve privatne televizijske kuće su imale besplatno medijsko predstavljanje izbornih lista. Neki javni servisi, a posebno komercijalni mediji, su u besplatnim terminima favorizovali pojedine političke strukture.

POVEĆANA JAVNA POTROŠNJA: Javna potrošnja je porasla u toku izborne kampanje, a posebno su povećane isplate pojedincima iz budžetske rezerve. U toku kampanje, 45 državnih institucija je trošilo više od planiranog, a neke su višestruko povećale potrošnju.

POVEĆANO ZAPOŠLJAVANJE: Nastavljena je i praksa povećanog predizbornog zapošljavanja u državnoj upravi. U toku kampanje za ugovore o djelu iz budžeta je isplaćeno preko 800 hiljada eura više nego u istom periodu prethodne godine. Institucije su prijavile da su u toku kampanje sklopile skoro 17 hiljada ugovora o zapošljavanju kojima je angažovano skoro pet hiljada lica.

NETRANSSPARENTNOST: Praćenje državne potrošnje u velikoj mjeri je ograničila praksa nekih institucija da svoje transakcije proglašavaju tajnom. Većina državnih kompanija je sakrila podatke o zapošljavanju u toku izborne kampanje.

NEADEKVATNA KONTROLA: Ograničenje javne potrošnje i kratkoročnog zapošljavanja u toku predizborne kampanje je u praksi obesmišljeno. Nadležna Agencija za sprječavanje korupcije ne sprovodi detaljnu kontrolu, postupa sa velikim zakašnjenjem i svojim tumačenjima sužava zakonom propisana ograničenja.

ANALIZA ZVANIČNIH IZVJEŠTAJA



O FINANSIRANJU IZBORNIH KAMPANJA

Sve izborne liste su ukupno prijavile oko milion eura prihoda za finansiranje kampanje za parlamentarne izbore, a troškove od tri miliona eura. [2] Većini izbornih lista nakon izbora su ostali veliki dugovi, ali zahvaljujući nepreciznosti zakonskih odredbi, ni jedna institucija ne kontroliše da li su oni plaćeni, ili suštinski predstavljaju skrivene donacije.

Prijavljene donacije su znatno manje nego u prethodnim izbornim ciklusima, a posebno su zabrinjavajuće donacije privatne kompanije koju je osnovala druga država, jer se na taj način može omogućiti prostor za finansiranje iz inostranstva.

U zvaničnim izvještajima su prikazani umanjeni troškovi oglašavanja na društvenim mrežama i u medijima, izrade video spotova, dnevnica aktivista, prevoza, a posebno ispitivanja javnog mnjenja i režijsko-administrativni troškovi.

Mnoge kompanije koje su pružale usluge u izbornoj kampanji su direktno povezane sa partijama, što takođe ostavlja prostor za skrivene donacije.

[2] Nisu uključeni prihodi i rashodi grupe građana "Da, mi možemo za građansku Crnu Goru", jer je njihov izvještaj o troškovima izborne kampanje objavljen nakon zakonskog roka i analize zvaničnih podataka obrađenih u ovom poglavlju.

1.1. Prijavljeni prihodi

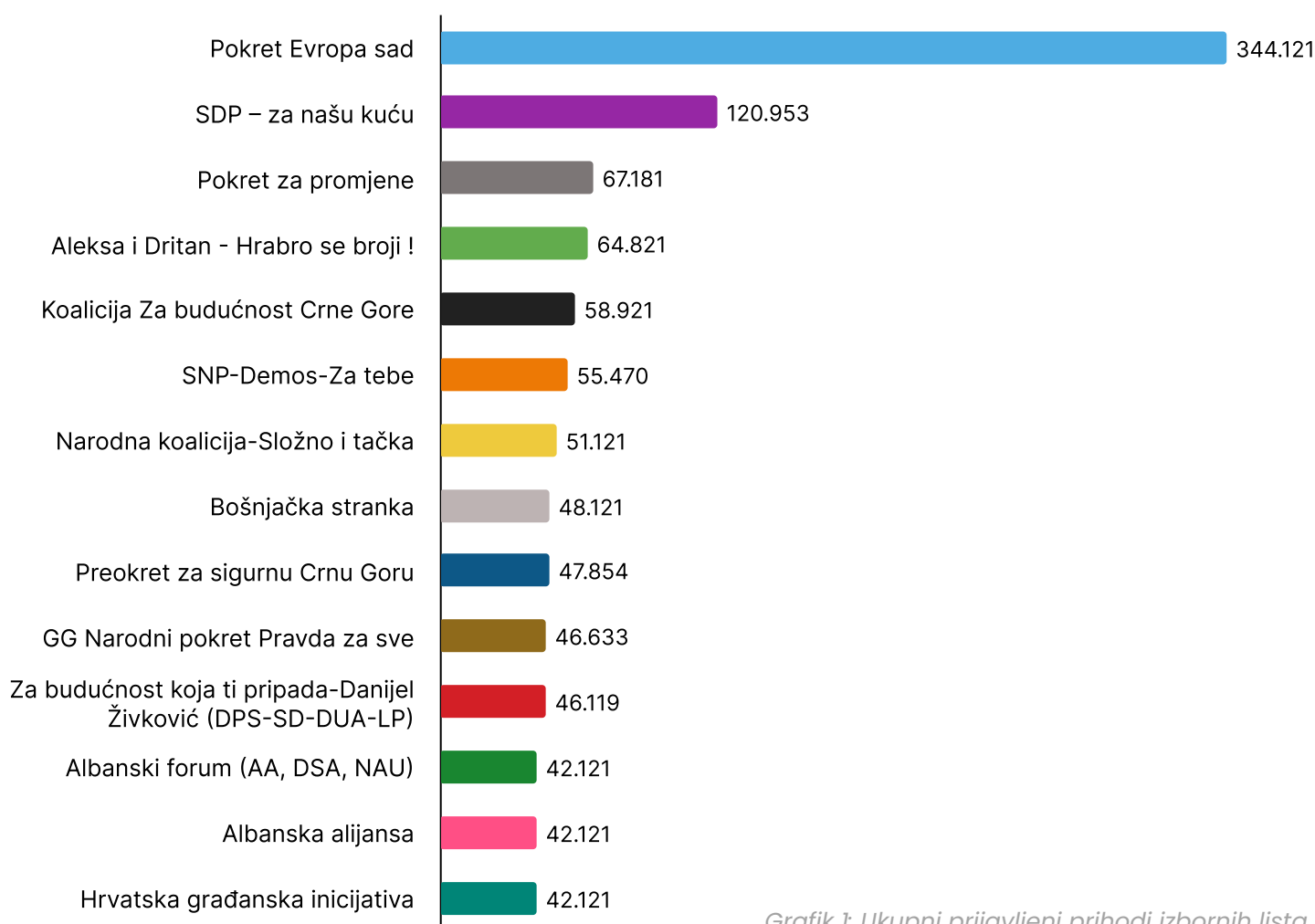


Sve izborne liste su ukupno prijavile oko milion eura prihoda za finansiranje kampanje za parlamentarne izbore. [3] Najveći dio prijavljenih prihoda čine budžetska sredstva, a samo dvije izborne liste su prijavile kreditna zaduženja. Prijavljene donacije, posebno fizičkih lica, su znatno manje nego u prethodnim izbornim ciklusima, ali su i dalje kontroverzne. Posebno su zabrinjavajuće donacije privatne kompanije koju je osnovala druga država.

Najviše prihoda za izbornu kampanju prikupio je Pokret Evropa sad (PES), skoro 350 hiljada eura. Na drugom mjestu je Socijaldemokratska partija (SDP) sa oko 120 hiljada.

Na trećem mjestu je Pokret za promjene (PZP) sa nepunih 70 hiljada eura, pa koalicija Demokratske Crne Gore (Demokrate) i Građanskog pokreta Ura (URA) sa 64 hiljade eura.

Koalicija Za budućnost Crne Gore (ZBCG) je prijavila prihode od nepunih 60 hiljada, Socijalistička narodna partija (SNP) oko 55 hiljada. Sve ostale izborne liste su prijavile prihode između 40 i 50 hiljada eura.



Grafik 1: Ukupni prijavljeni prihodi izbornih lista

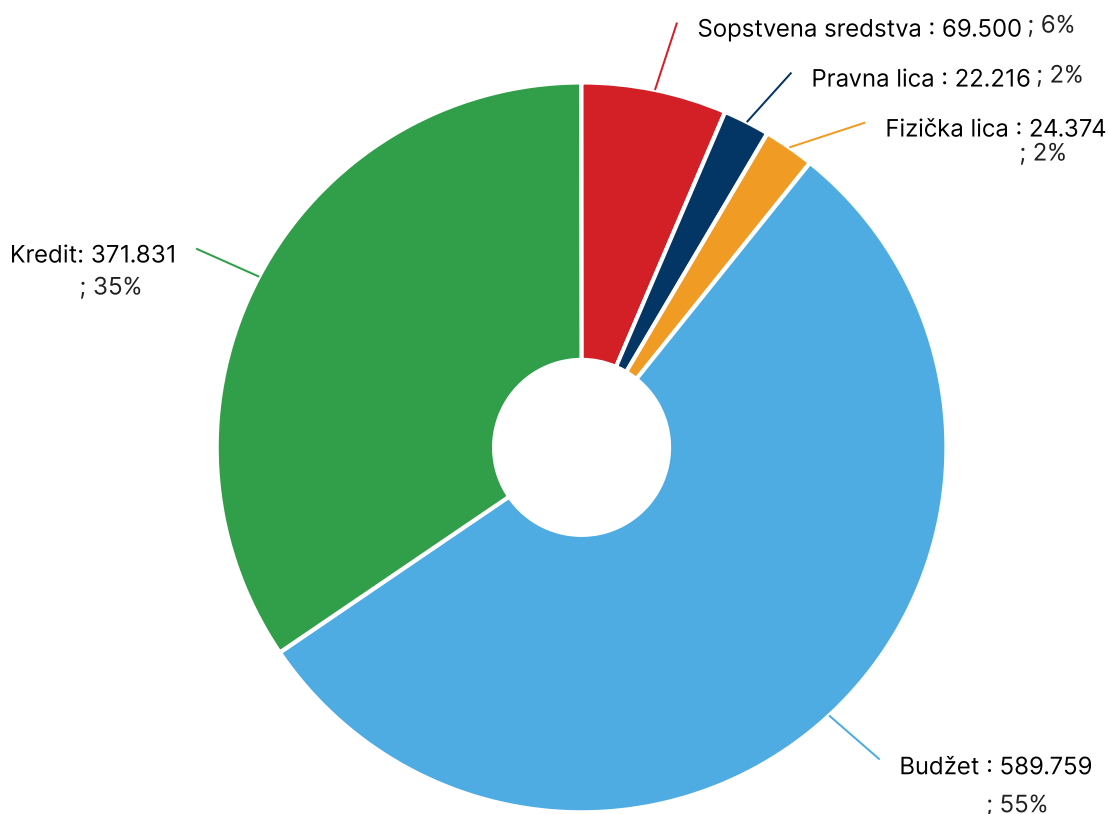
[3] Ukupni prihodi grupe građana "Da, mi možemo za građansku Crnu Goru" prijavljeni su u iznosu od 45.921,39 eura. Pored budžetskih prihoda koji iznose 42.121,39, prijavljuju 3.800 eura donacija, na osnovu dva priloga od po 1.800 i 2.000 eura.

1.1.1. Struktura prijavljenih prihoda

Budžetska sredstva čine oko 55% ukupno prijavljenih prihoda u kampanji. Samo dvijema izbornim listama budžetska sredstva nisu dominantan izvor prihoda za finansiranje kampanje, i to PES-u koji je uzeo kredit od 300 hiljada eura i SDP-u sa kreditom od oko 70 hiljada.

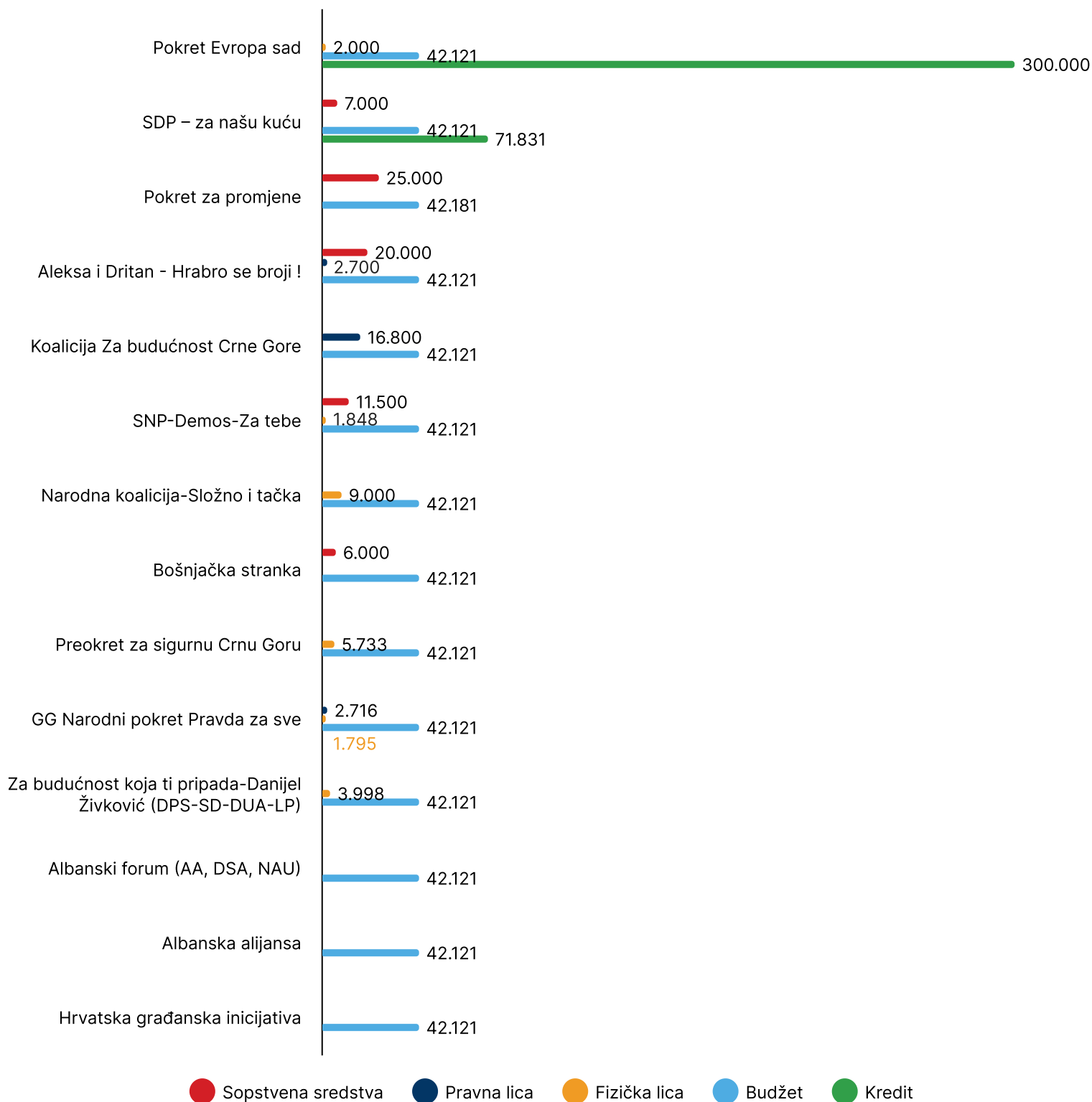
Na drugom mjestu su sopstvena sredstva sa oko 6%. Riječ je o novcu sa računa za redovno finansiranje partija koji je preusmjeren za troškove kampanje. Početni izvor tih sredstava nije preciziran, već ona mogu poticati iz budžetskih fondova za redovno finansiranje partija, ali i iz privatnih donacija partiji.

Najveći iznos sopstvenih sredstava prijavio je Pokret za promjene, 25 hiljada eura. Na drugom mjestu je koalicija Demokrata i URE sa 20 hiljada, na trećem SNP sa 11 hiljada, pa SDP koji je prijavio sedam hiljada.



Grafik 2: Struktura prijavljenih prihoda u kampanji

Donacije fizičkih i pravnih lica čine po samo 2% prijavljenih prihoda izbornih lista. Koalicija ZBCG je prijavila skoro 17 hiljada donacija kompanija, Narodna koalicija-Složno i tačka devet hiljada, Preokret za sigurnu Crnu Goru 5,7 hiljada, GG Narodni pokret Pravda za sve 4,5 hiljade, koalicija okupljena oko DPS-a nepune četiri hiljade, Demokrate i URA 2,7 hiljada, Pokret Evropa sad dvije hiljade i SNP oko 1,8 hiljada eura.



Grafik 3: Prihodi izbornih lista po izvorima

Izborna lista	Budžet	Kredit	Fizička lica	Pravna lica	Sopstvena sredstva	Ukupno
Albanska alijansa	42,121.39					42,121.39
Albanski forum (AA, DSA, NAU)	42,121.39					42,121.39
Aleksa i Dritan - Hrabro se broji !	42,121.39			2,700.00	20,000.00	64,821.39
Bošnjačka stranka	42,121.39				6,000.00	48,121.39
GG Narodni pokret Pravda za sve	42,121.39		1,795.00	2,716.11		46,632.50
Hrvatska građanska inicijativa	42,121.00					42,121.00
Koalicija Za budućnost Crne Gore	42,121.39			16,800.00		58,921.39
Narodna koalicija-Složno i tačka	42,121.39		9,000.00			51,121.39
Pokret Evropa sad	42,121.39	300,000.00	2,000.00			344,121.39
Pokret za promjene	42,181.23				25,000.00	67,181.23
Preokret za sigurnu Crnu Goru	42,121.39		5,732.61			47,854.00
SDP – za našu kuću	42,121.39	71,831.38			7,000.00	120,952.77
SNP-Demos-Za tebe	42,121.39		1,848.15		11,500.00	55,469.54
Za budućnost koja ti pripada-Danijel Živković (DPS-SD-DUA-LP)	42,121.39		3,998.00			46,119.39
Ukupno	589,758.91	371,831.38	24,373.76	22,216.11	69,500.00	1,077,680.16

Tabela 1: Prihodi izbornih lista po izvorima

1.1.2. Prijavljene donacije fizičkih i pravnih lica

Shodno Zakonu o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja, politički subjekti, odnosno političke partije, koalicije i grupe birača, u okviru i za potrebe kampanje za izbore poslanika i odbornika mogu prikupljati sredstva i iz privatnih izvora, odnosno od strane fizičkih i pravnih lica. [4]

Za razliku od prethodnih izbornih ciklusa kada su ukupna sredstva dobrovoljno donirana od građana i/ili kompanija premašivala iznose od po nekoliko stotina hiljada eura, a porijeklo dijela tog novca najčešće ostajalo do kraja nerazjašnjeno, za kampanju za parlamentarne izbore od donacija fizičkih i pravnih lica prikupljeno je samo oko 50ak hiljada eura, sudeći po izvještajima o troškovima izborne kampanje učesnika na izborima. [5]

Studija slučaja:

Donacije kompanije uspostavljene zahvaljujući Vladi Srbije

Najveći iznos donacije, 15 hiljada eura dala je "Srpska kuća" koaliciji ZBCG, deset dana prije održavanja izbora. „Srpska kuća“ je zvanično registrovana kao društvo sa ograničenom odgovornošću iz Podgorice koje obavlja administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti, odnosno organizovanje sastanaka i sajmova.

Na sajtu te kompanije se navodi da je uspostavljena zahvaljujući donaciji Vlade Republike Srbije: "Donacijom srpske Vlade kupljen je i opremljen poslovni prostor i stvoreni neophodni uslovi za rad Srpske kuće. [6]

„Srpska kuća“ nalazi se u strogom centru Podgorice, i u svojini ima šest poslovnih prostora ukupne površine od 1.258m², kao i 21 garažno mjesto. Preduzeće je nekretnine kupilo u maju 2017. godine, po cijeni od preko 3.300.000 eura. [7]

Među osnivačima „Srpske kuće“ nalazi se više državnih funkcionera, uključujući Milutina Đukanovića, predsjednika Odbora direktora „Elektroprivrede Crne Gore“, Vladimira Božovića, rektora Univerziteta Crne Gore, i Vladislava Bojovića, doskorašnjeg generalnog direktora za plaćanje u Ministarstvu poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede, a sada poslanika u novom sazivu Skupštine Crne Gore. [8] Osim njih, i drugi osnivači su partijski funkcioneri ili pojedinci bliski nekadašnjem pokretu „Demokratski front“.

Na nedavno održanim Predsjedničkim izborima „Srpska kuća“ donirala je 20.000 eura za kampanju kandidata Andrije Mandića, koji je bio drugi na poslaničkoj listi za junske Parlamentarne izbore, iza nosioca Milana Kneževića.

Zanimljivo je da je ta kompanija koja, prema zvaničnim finansijskim izvještajima, posluje sa gubitkom, za cijelu prošlu godinu imala ukupne prihode od oko 300 hiljada eura, a u ovoj godini je zvanično izdvojila čak 35 hiljada eura za finansiranje dvije izborne kampanje.

[4] Čl. 23 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja („Službeni list Crne Gore“, br. 3/2020 i 38/2020).

[5] Tačan iznos je 47.673,76 eura.

[6] Pogledati na: <https://srpskakucacg.me/o-nama/>.

[7] Tačan iznos je 3.388.950,41 euro.

[8] Pogledati na: <https://www.vijesti.me/tv/emisije/670833/vise-poslanika-koji-objavljaju-duple-funkcije-ponedjeljak-rok-za-ostavke>.

Studija slučaja: Nezakonite donacije firme koja je zaključila ugovor o javnim nabavkama

Kompanija "Cerovo" dala je proizvode vrijedne 1,5 hiljadu eura koaliciji Demokrata i URE. Ta firma je u vlasništvu ministra ekonomskog razvoja i turizma, Gorana Đurovića, koji je suspendovao upravljačka prava zbog obavljanja navedene javne funkcije.


Donacija proizvoda te kompanije je suprotna zakonu, imajući u vidu da je „Cerovo“ u posljednje dvije godine zaključilo ugovor o javnoj nabavci sa lokalnim preduzećem „Vodovod i kanalizacija“ iz Bara. [9]

Radi se o ograničenju propisanim Zakonom o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja, koje glasi: „*Pravna lica, privredna društva i preduzetnici i sa njima povezana pravna i fizička lica, koji su, na osnovu ugovora sa nadležnim organima, u skladu sa zakonom, vršili poslove od javnog interesa ili su zaključili ugovor u postupku javnih nabavki, u periodu od dvije godine koji prethodi zaključivanju ugovora, za vrijeme trajanja tog poslovnog odnosa, kao i dvije godine nakon prestanka tog poslovnog odnosa, ne mogu davati priloge političkim subjektima.*“ [10]

Ovaj slučaj smo prijavili Agenciji za sprječavanje korupcije (ASK) [11], koja je deset dana nakon podnešene prijave donijela odluku o pokretanju postupka protiv pomenutog političkog subjekta. Više od mjesec dana nakon podnošenja prijave, krajem oktobra 2023., ASK je utvrdila da je koalicija Demokrata i URE prekršila zakon.

Slična praksa je postojala i u slučaju kampanje novoizabranog predsjednika Jakova Milatovića, koju je pomogla kompanija „Centroslavija“ doniranjem usluge vrijedne 1.000 eura, iako je u poslednje dvije godine učestvovala u javnim nabavkama. MANS je prijavio ovaj slučaj ASK-u, koja ga vršeći nadzor nad sprovođenjem zakona nije otkrila. Krajem juna 2023. godine ta institucija je pokrenula postupak protiv Milatovića radi utvrđivanja povrede citirane odredbe zakona, ali do objave ovog izvještaja odluka nije donešena.

N.V.O. "MANS"
Broj: 425
Podgorica, 23. 10. 2023. god.


Crna Gora
Agencija za sprječavanje korupcije

Broj:UPI-02-03-188/6-2023

AGENCIJA ZA SPRJEČAVANJE KORUPCIJE na osnovu člana 56 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja („Sl. list CG“, br.3/2020 i 38/2020) u vezi sa članom 18 Zakona o upravnom postupku ("Službenom listu CG", br. 56/2014, 20/2015, 40/2016 i 37/2017), odlučujući o prijavi podnijetoj protiv političkog subjekta Koalicije Aleksa i Dritan- Hrabro se broji zbog utvrđivanja kršenja člana 33 stav 5 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja, dana 16.10.2023. godine donijela je

R J E Š E N J E

UTVRDUJE SE da je politički subjekt Koalicija Aleksa i Dritan- „Hrabro se broji“ prekršio član 33 stav 5 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja jer je od privrednog društva „Cerovo“ d.o.o., primio prilog zaključenjem Ugovora o poklonu br.06/265 od 02.06.2023.godine.

O b r a z l o ž e n j e

Agenciji za sprječavanje korupcije je podnesena prijava, zavedena pod brojem UPI 02-03-188-2023 od 25.10.2022.godine, kojom je zatraženo da se pokrene postupak u skladu sa ovlaštenjima propisanim zakonom i da se utvrdi kršenje člana 33 stav 5 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja. U prijavi se navodi da je pregledom internet stranice Agencije za sprječavanje korupcije i dostupnih izvještaja o troškovima za izbornu kampanju utvrđeno da je politički subjekt primio novčani prilog (uslugu) od kompanije »Cerovo« d.o.o. u iznosu od 1.500,00 €, uprkos tome što je navedeno privredno društvo u periodu od dvije godine prije održavanja izbora zaključilo ugovor u postupku javnih

Kralja Nikole 27/V Agencija za sprječavanje korupcije +382 20 44 77 02
Podgorica kabinet@antikorupcija.me
Crna Gora www.antikorupcija.me

*Izvod iz rješenja ASK-a kojim je utvrđeno kršenje
zakona u slučaju donacije firme „Cerovo“*

[9] Ugovor br. 5428 od 01.09.2021. godine, Ugovor o javnoj nabavci krupnog građevinskog materijala vrijedan 7.260 eura.

[10] Čl. 33, stav 5 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja.

[11] Prijava NVO MANS-a broj 425, podnijeta dana 15. septembra 2023. godine.

Studija slučaja: Presušile donacije DPS-a?

Koalicija okupljena oko DPS-a prikupila je samo četiri hiljade eura, i to na osnovu donacija svojih šest funkcionera, članova i/ili simpatizera. [12] Po 999 eura donirali su partijski funkcioneri, Aleksandar Žurić i Aleksandar Bogdanović, dok je Zoja Bojanić Lalović dala prilog od 500 eura. Istovjetan iznos priložili su i članovi partije Danilo Ratković i Lidija Moračanin, dok je još 500 eura dodala i izvjesna Mirjana Bošković, za koju nema informacije da li se radi o zvaničnoj članici ove, ili drugih partija iz koalicije.

Radi se o skromnom iznosu u odnosu na novac koji DPS inače prikupi od svojih funkcionera, članova ili simpatizera za potrebe izborne kampanje, što je proces koji je MANS i ranije istraživao i za koji se ispostavilo da ima karakteristike ubacivanja novca iz tzv. crnih fondova, imajući u vidu da su partijsku kampanju novcem pomagali socijalno ugroženi građani i radnici lokalnih preduzeća, a da su funkcioneri novac uplaćivali najčešće istog dana i u istoj banci. [13] Simptomatično, i ovih šest donacija uplaćene su istog dana – 25.05.2023.

Primjera radi, za prethodne parlamentarne izbore, DPS je za potrebe kampanje od dobrovoljnih priloga prikupio čak pola miliona eura, dok je doskorašnji predsjednik partije i Crne Gore, za svoju kampanju na nedavno održanim predsjedničkim izborima, prikupio oko 210.000 eura. [14]

[12] Tačan iznos je 3.998 eura.

[13] Pogledati na: <https://www.mans.co.me/vatrogasci-pomogli-kampanju-dps-a-sa-16-000-eura/>,
<https://www.mans.co.me/kako-je-dps-kreirao-sistem-za-ubacivanje-gotovine-svi-predsjednikovi-ljudi/>,
<https://www.mans.co.me/radnici-cistoce-donirali-18-000-eura-za-kampanju-dps-a/>,
<https://www.mans.co.me/socijalni-slucajevi-finansirali-kampanju-dps-a/>,
<https://www.mans.co.me/donacije-gradana-ili-crni-fondovi/>.

[14] Tačni iznosi su 496.452 eura i 213.649 eura.

Ostale donacije

Koalicija „Složno i tačka“, čiji su lideri bili Dejan Vukšić, bivši direktor Agencije za nacionalnu bezbjednost (ANB) i Marko Milačić, doskorašnji poslanik u Skupštini Crne Gore, imao je dvije pojedinačne donacije od 4.000 i 5.000, što čini iznos od 9.000 eura.

Pokret „Preokret“, koji je predvodio bivši poslanik u Skupštini Crne Gore Srđan Perić, prikupio je iznos od 5.700 eura, dominantno od strane članova i pojedinaca koji su bili na listi preokreta. [15]

Pokret Evropa sad je prijavio samo jednu donaciju – i to u iznosu od 2.000 eura, koju je uplatio izvjesni Boris Atanasov, vlasnik turističke agencije „Fly Montenegro Travel“ iz Podgorice. [16]

Koalicija **ZBCG** je dobila i donaciju od kompanije Mediteran Travel u vidu usluge vrijedne 1,8 hiljada eura. Riječ je o kompaniji iz Budve čiji vlasnik je Jovan Dokić koji je istovremeno i vlasnik firme „Mediteran Express“ takođe iz Budve. Ta njegova druga kompanija ima aktivan ugovor sa Opštinom Budva za koji je ASK utvrdila da ugrožava javni interes. [17]

Socijalistička narodna partija (SNP) – Demos koji su nastupili u koaliciji prijavili su 1.800 eura priloga dobijenih od jednog fizičkog lica. [18]

Pokret „Pravda za sve“, čiji je nosilac liste bivši ministar pravde Vladimir Leposavić u izvještaju o troškovima izborne kampanje navodi da su imali ukupno 1.795 eura priloga fizičkih lica. Dodatno, dvije prijavljene donacije pravnih lica Narodnog pokreta „Pravda za sve“ predstavljaju povrat neutrošenih sredstava na račun od strane kompanije Google i ukupno iznose 2,7 hiljade eura.

Koalicija Demokrata i URE je dobila i nenovčani prihod od 1,200 eura u vidu usluge od kompanije „Ara“ iz Nikšića čiji vlasnik je Nikola Kočalo, nikšićki preduzetnik i nekadašnji funkcioner Pozitivne Crne Gore.

[15] Tačan iznos je 5.732,61 euro.

[16] PIB: 03018997, pogledati na: <https://www.flymontenegro.aero/en/home>.

[17] <https://www.vijesti.me/vijesti/drustvo/660550/sumnja-na-korupciju-u-prevozu-djaka-i-penzionera>.

[18] Tačan iznos je 1.848,15 eura.

1.2. Prijavljeni troškovi



Sve izborne liste su prijavile da su u izbornoj kampanji potrošile oko tri miliona eura. [19] Međutim, mnoge liste su prikazale manje troškove kampanje i njihovi izvještaji ne sadrže realne podatke.

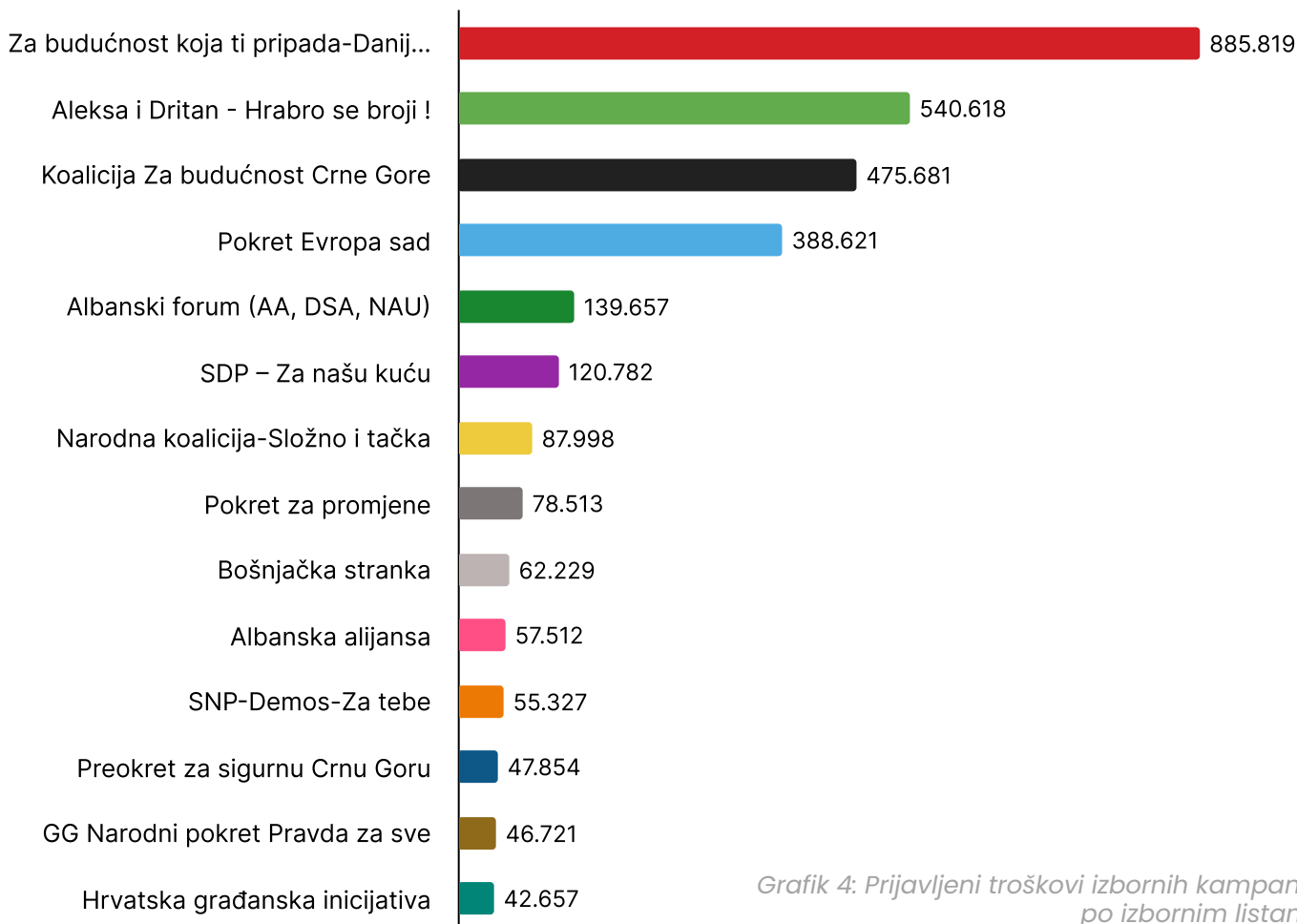
U zvaničnim izvještajima su prikazani umanjeni troškovi oglašavanja na društvenim mrežama i u medijima, izrade video spotova, dnevnica aktivista, prevoza, a posebno ispitivanja javnog mnjenja i režijsko-administrativni troškovi.

Najveće partije iz jednog u drugi izborni ciklus koriste iste dobavljače koji su najčešće direktno povezani sa tim partijama. Ti dobavljači su u konfliktu interesa kada pružaju usluge drugim partijama.

Ukupni prijavljeni troškovi finansiranja kampanje od strane svih izbornih lista su bili oko tri miliona eura.

Tri četvrtine ukupnih prijavljenih troškova kampanje se odnose na četiri najveća politička subjekta i to:

- DPS sa skoro 900 hiljada ili blizu 30% ukupnih prijavljenih troškova kampanje,
- Koalicija Demokrata i URE sa 540 hiljada eura ili 18% ukupnih troškova,
- Koalicija ZBCG sa 475 hiljada ili 16% ukupnih troškova,
- PES sa skoro 390 hiljada ili 13% ukupnih troškova kampanje.



Grafik 4: Prijavljeni troškovi izbornih kampanja, po izbornim listama

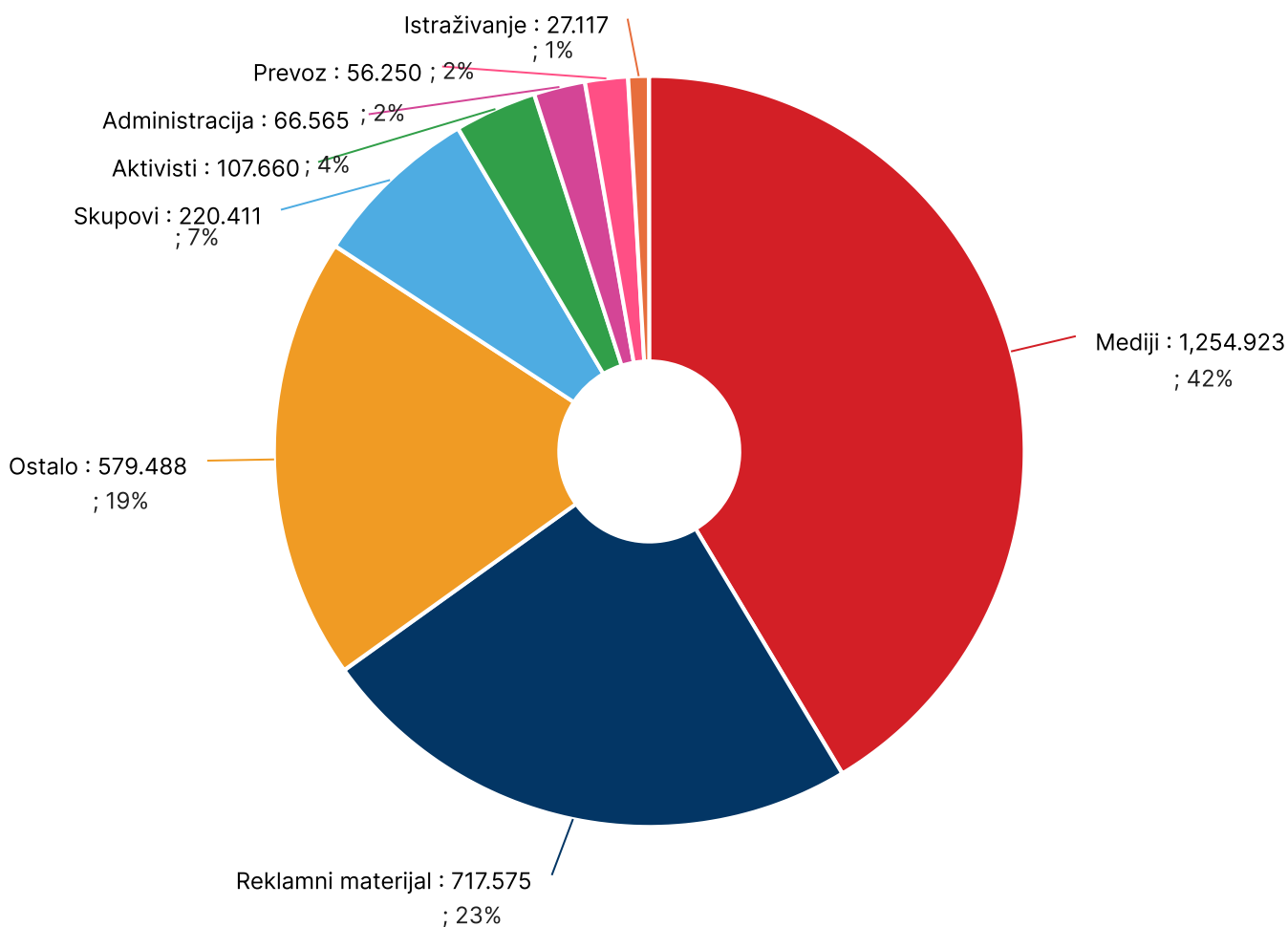
[19] Ukupni troškovi grupe građana "Da, mi možemo za građansku Crnu Goru" prijavljeni su u iznosu od 50.002,14 eura.

1.2.1. Struktura prijavljenih troškova

Na osnovu podataka iz zvaničnih izvještaja mogu se izdvojiti tri velike grupe prijavljenih troškova kampanje:

- Mediji – na koje se odnosi preko 1,2 miliona eura ili preko 40% ukupnih troškova kampanje,
- Reklamni materijal – na koji otpada preko 700 hiljada eura ili skoro četvrtina ukupnih troškova,
- Ostali troškovi – koji iznose skoro 600 hiljada eura i čine skoro petinu ukupnih troškova.

Prijavljeni troškovi promotivnih skupova su bili oko 220 hiljada eura, za aktiviste je zvanično izdvojeno nepunih 110 hiljada, administrativni i režijski troškovi su oko 66 hiljada, prevoz oko 56 hiljada, a istraživanja javnog mnjenja su zvanično koštala oko 27 hiljada eura.

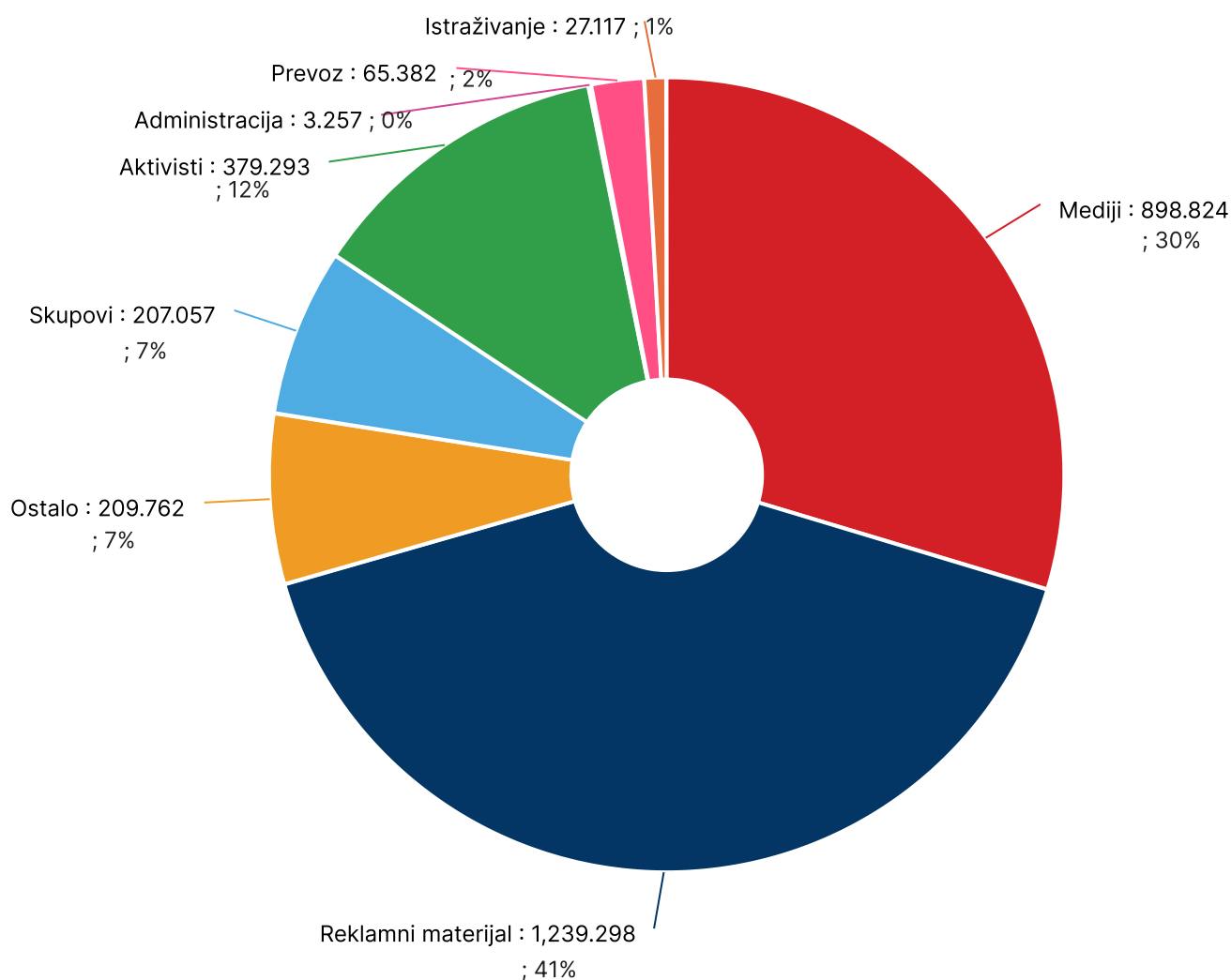


Grafik 5: Struktura prijavljenih troškova – podaci iz izvještaja

Međutim, izborne liste nisu konzistentno kategorisale troškove kampanje, posebno kada su u pitanju kategorije oglašavanje u medijima i reklamni materijal, koje su predviđene zvaničnim šablonom za izvještavanje. Na primjer, većina partija je oglašavanje na televizijama označavala kao trošak u kategoriji mediji, ali su neke taj trošak prikazale u okviru reklamnih materijala. Dodatno, veliki broj izbornih lista je isplaćivao dnevnice aktivistima, a evidentirao ih je kao troškove organizacije skupova.

Kako bi bili u mogućnosti da uporedimo podatke, izvršili smo ponovno kategorisanje troškova svih izbornih lista. Prema tim, prekategorisanim podacima, takođe se izdvajaju tri grupe troškova koje su najveće i to:

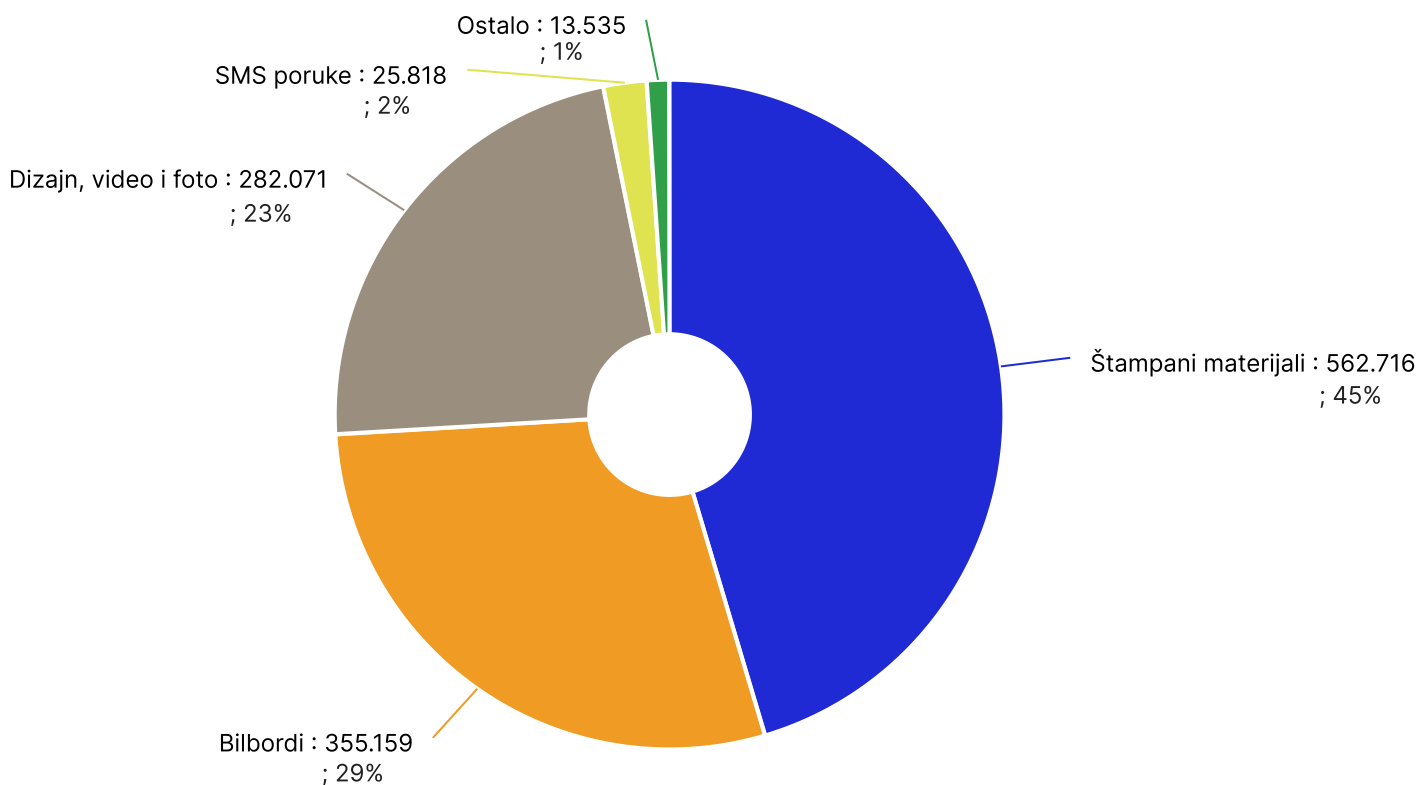
- Reklamni materijal vrijedan oko 1,2 miliona eura ili preko 40% ukupnih troškova,
- Oglašavanje u medijima za koje je prijavljen trošak od skoro 900 hiljada ili oko 30% ukupnog iznosa,
- Aktivisti kojima su isplaćene dnevnice i honorari vrijedni preko 380 hiljada eura, što predstavlja oko 12% ukupnih prijavljenih troškova kampanje.



Grafik 6: Struktura prijavljenih troškova – prekategorisani podaci

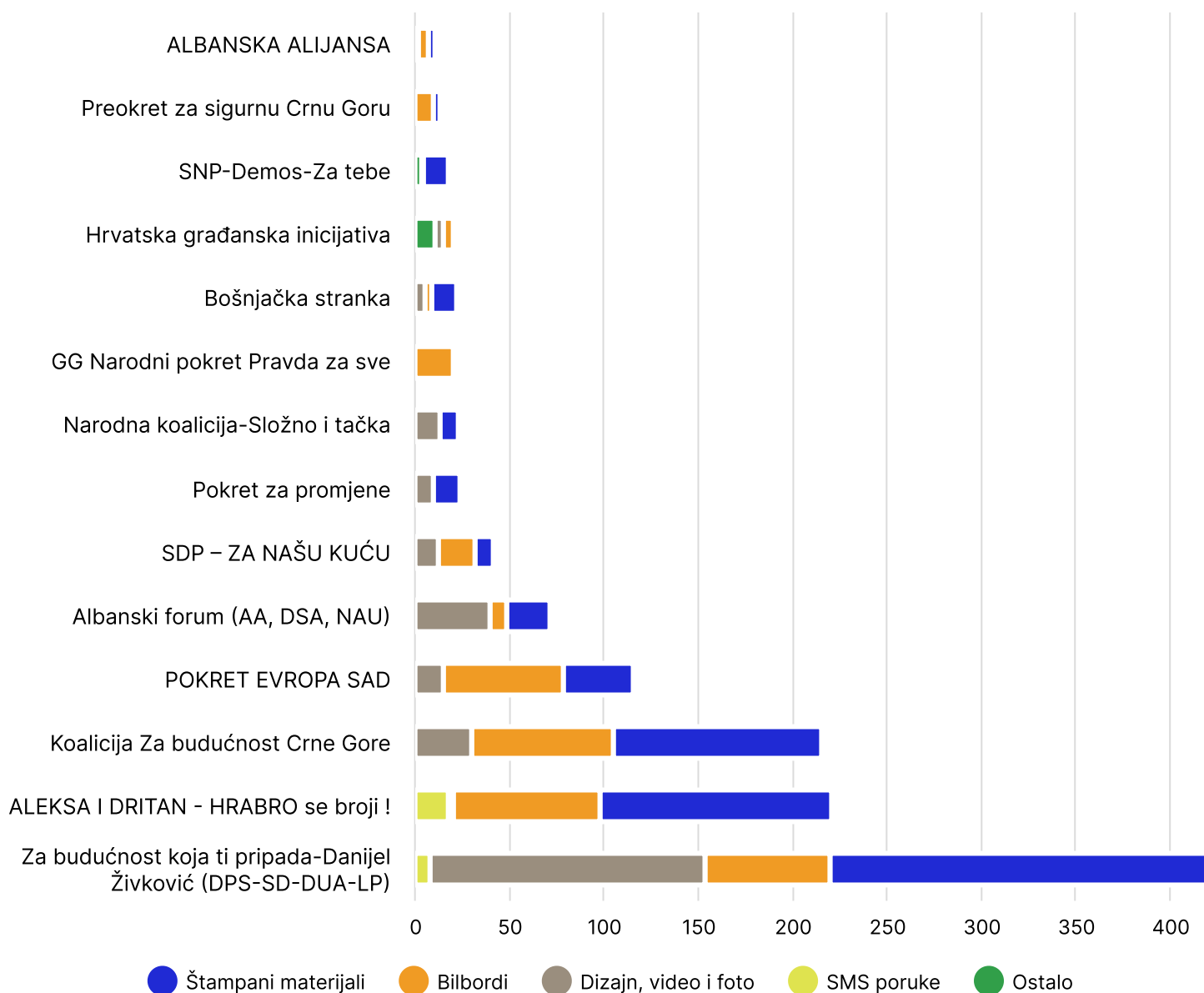
1.2.2. Analiza prijavljenih troškova reklamnih materijala

Skoro polovina prijavljenih troškova reklamnih materijala se odnosi na izradu štampanih materijala (45%), a oko 30% otpada na bilborde. Na trećem mjestu su troškovi dizajna materijala i izrade video spotova i oni čine oko 23% ukupnih troškova promotivnih materijala.



Grafik 7: Vrste troškova reklamnog materijala

Najveće troškove promotivnih materijala je prijavila koalicija okupljena oko DPS-a, preko 420 hiljada eura, a skoro polovinu tog iznosa su utrošili na izradu štampanih materijala, trećinu na dizajn, dok su za bilborde dali oko 16% ukupnih troškova promotivnih materijala.



Grafik 8: Vrste troškova reklamnog materijala po izbornim listama

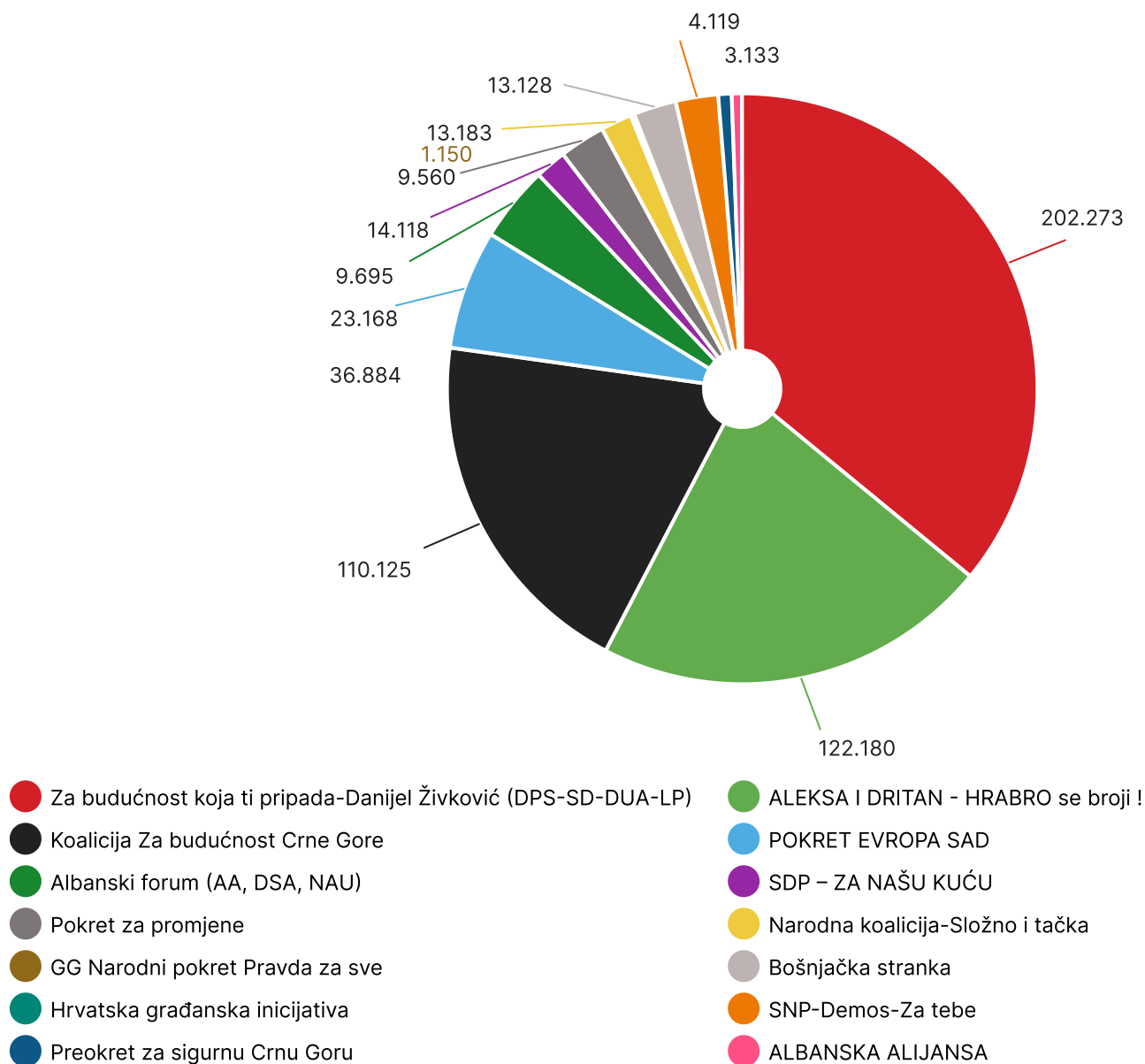
Na drugom mjestu je koalicija Demokrata i URE sa preko 220 hiljada eura prijavljenih troškova promotivnih materijala, od čega se oko 55% odnosi na štampani materijal, oko 35% na bilborde, a samo 1% za dizajn i izradu video spotova.

Koalicija ZBCG je na trećem mjestu sa prijavljenim troškovima promotivnih materijala od oko 215 hiljada eura, od kojih se pola odnosi na štampane materijale, 35% na bilborde, a 14% na dizajn i izradu video spotova.

Pokret Evropa sad je prijavio 115 hiljada eura troškova promotivnih materijala, gdje dominiraju bilbordi (55%) i štampani materijali (32%), dok su troškovi dizajna i izrade video spotova oko 13%.

1.2.2.1. Štampani materijali

Najveće troškove štampanog materijala je prijavila koalicija okupljena oko DPS-a, preko 200 hiljada eura, na drugom mjestu je koalicija Demokrata i URE sa preko 120 hiljada, na trećem ZBCG sa 110 hiljada, a na četvrtom PES sa nepunih 37 hiljada eura.



Grafik 9: Prijavljeni troškovi štampanih materijala, po izbornim listama

Najveći dobavljači štampanih materijala su bili DOO Ras Press sa skoro 110 hiljada eura, Dale Company sa skoro 55 hiljada, Krstaš Company, DPC DOO i M Promo sa po oko 40 hiljada, Mouse studio i Print House sa po oko 30 hiljada i MAPA sa 25 hiljada eura prijavljenih usluga.

Većina dobavljača je pružala usluge izrade štampanih materijala samo za jednu izbornu listu, a najveće partije iz jednog u drugi izborni ciklus koriste iste dobavljače.

Tako je koalicija ZBCG bila jedini korisnik usluga firme Ras Press za čije vlasnike ne postoje podaci o povezanosti sa nekom političkom partijom. [20]

Sa druge strane, Dale Company i Krstaš Company su svoje usluge pružale isključivo koaliciji okupljenoj oko DPS-a. Dale Company je do 2017. godine bila registrovana na Aleksandra Damjanovića (Crnogorska kulturna mreža-CKM), a nakon toga prebačena na Milevu Damjanović. Ta firma je za cijelu prošlu godinu prijavila prihod od nepunih 90 hiljada eura, a u kampanji za parlamentarne izbore je izradila štampane materijale za DPS vrijedne skoro 55 hiljada eura.

Krstaš Company iz Nikšića je vlasništvo Luke Simovića, njeni ukupni prihodi prošle godine su bili nepunih 13 hiljada eura, a u ovoj kampanji DPS-u je prodala usluge vrijedne oko 40 hiljada eura. [21]

Firma DPC DOO je pružala usluge samo DPS-u (35 hiljada eura) i SDP-u (3,5 hiljada). Vlasnik te kompanije, Mirko Đurić ima i 50% u kompaniji Sato koja je još 2013. godine privatizovala sutomorski hotel „Nikšić“, kao dijela HTP „Onogošt“ u Nikšiću.

M Promo je štampao materijal za koaliciju Demokrata i URE vrijedan oko 37 hiljada eura, dok je DPS prijavio da je od te firme kupio proizvode vrijedne 365 eura. Ne postoje informacije o povezanosti vlasnika te firme sa političkim partijama. [22]

Mouse studio je izrađivao materijale isključivo za koaliciju Demokrata i URE, vrijedne oko 30 hiljada eura, a za vlasnika te kompanije, Miloša Vukčevića, ne mogu se naći podaci o povezanosti sa političkim partijama.

Print House je radila materijale za PES vrijedne oko 23 hiljade eura, kao i za koaliciju Složno i tačka, u vrijednosti od nepunih sedam hiljada. [23]

MAPA je pružala usluge koje su zvanično vrijedjele oko 25 hiljada eura i to samo koaliciji okupljenoj oko DPS-a. Vlasnici te kompanije su Radmila Vojvodić (60%), bivša rektorka Univerziteta Crne Gore, koja ima višestruke veze sa DPS-om, i Vuk Eraković (40%).

[20] Ta firma je u vlasništvu Slavice i Milisava Vujkovića iz Nikšića za koje ne postoje informacije o vezama sa političkim partijama.

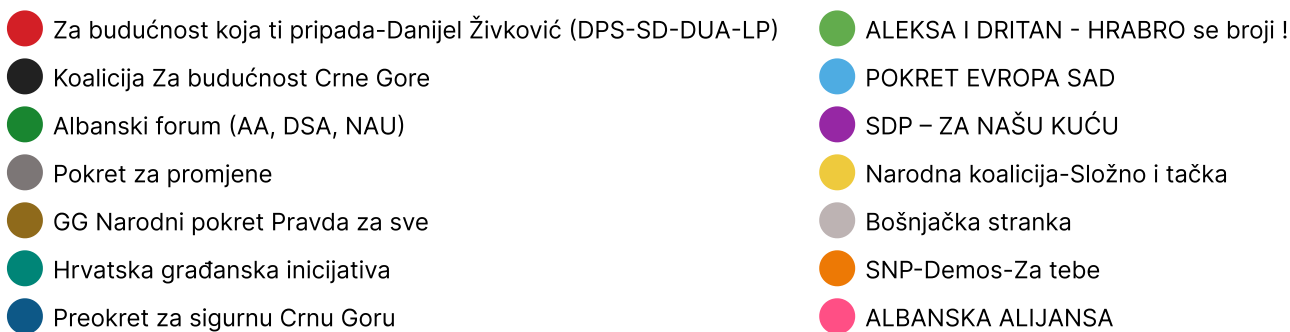
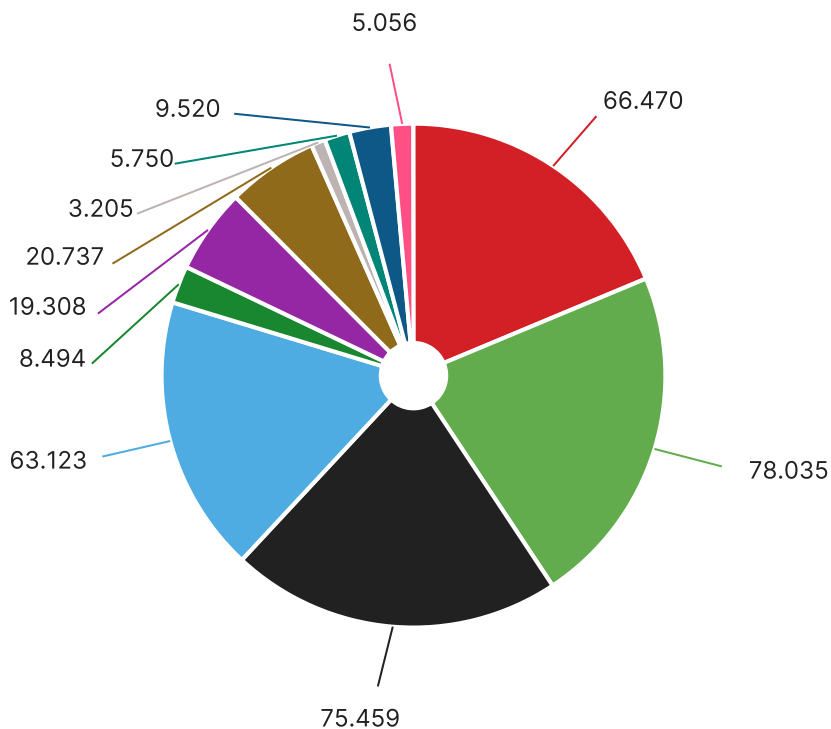
[21] Nema informacija o povezanosti Simovića sa pol. partijama.

[22] Vlasnica te kompanije je Maja Pejović iz Danilovgrada i ne postoje informacije o njenim vezama sa političkim partijama.

[23] Vlasnica te firme je izvjesna Tanja Vratnica, za koju se ne mogu pronaći podaci o povezanosti sa političkim partijama.

1.2.2.2. Bilbordi

Najveće troškove iznajmljivanja bilborda prijavila je koalicija Demokrata i URE, skoro 80 hiljada eura, na drugom mjestu je ZBCG sa 75 hiljada, zatim koalicija oko DPS-a oko 66 hiljada i PES sa 63 hiljade eura.



Grafik 10: Prijavljeni troškovi bilborda, po izbornim listama

Kompanije DOO „Đoković“ i Montenegro Metropolis Media su najveći dobavljači bilborda na koje se odnosi preko 75% svih prijavljenih troškova za ove vrste usluga. Prijavljene usluge Đokovića su vrijedjele 190 hiljada, a „Montenegro Metropolis Media“ oko 80 hiljada eura.

Zanimljivo je da se ni jedna izborna lista nije reklamirala kod obje kompanije, već su striktno podijeljene. Tako su usluge „Đokovića“ koristile Koalicija Za budućnost Crne Gore, Pokret Evropa sad, Aleksa i Dritan – Hrabro se broji!, GG Narodni pokret Pravda za sve i SDP – Za našu kuću. Usluge „Montenegro Metropolis Media“ su koristile koalicija okupljena oko DPS-a, Preokret za sigurnu Crnu Goru, Albanski forum (AA, DSA, NAU), Hrvatska građanska inicijativa, Albanska alijansa i Bošnjачka stranka.

Firma „**Đoković**“ je u vlasništvu Velimira Đokovića, predsjednika Skupštine opštine Danilovgrad, koji je član Glavnog i Izvršnog odbora Nove srpske demokratije i predsjednik opštinskog odbora te partije u Danilovgradu. [24] Ta firma je posao sa bilbordima počela da razvija 2016. godine, kada je zahvaljujući poslovanju sa Demokratskim frontom na parlamentarnim izborima došlo do naglog rasta prihoda od prodaje, ali su ostala i značajna nenaplaćena potraživanja. [25] Kasnije je poslovanje te firme direktno zavisilo od termina održavanja izbora, u godinama kada nije iznajmljivala bilborde političkoj partiji njenog vlasnika, prihodi su bili višestruko manji nego u izbornim godinama. Na predsjedničkim izborima ova kompanija je iznajmila na stotine bilborda, a na njenom sajtu je bilo samo pet lokacija koje su reklamirali kao ponudu. [26]

Kompanija „**Montenegro Metropolis Media**“ je u vlasništvu Vidosave, Marine, Zdravka i Zorana Kovača, i radi se o jednoj od vodećih kompanija u Crnoj Gori kada su u pitanju usluge oglašavanja. [27] U prošlosti, u vlasničkoj strukturi ove kompanije nalazile su se off shore firme sa Beliza i Kipra. [28] Osim marketinških usluga, kompanija je prije nekoliko godina ušla u posao proizvodnje električne energije, uloživši novac u izgradnju male hidroelektrane (mHE) Vrbnica, u Opštini Plužine. „Montenegro Metropolis Media“ preko kompanije „Metro Energo“ kontroliše skoro 30% udjela mHE Vrbnica, dok slovenački „Interenergo“ ima 70%, a manji udio ima nikšićka kompanija „Mehanizacija i Programat“. [29]

[24] <https://www.danilovgrad.me/me/clanovi/velimir-dokovic>.

[25] MANS: Sprovođenje Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja (2016 – 2018.), Studija slučaja 8: Zakup bilborda preko povezane kompanije, <https://www.mans.co.me/wp-content/uploads/2019/04/FPP.pdf>.

[26] <https://www.djokovicdoo.com/bilbordi>.

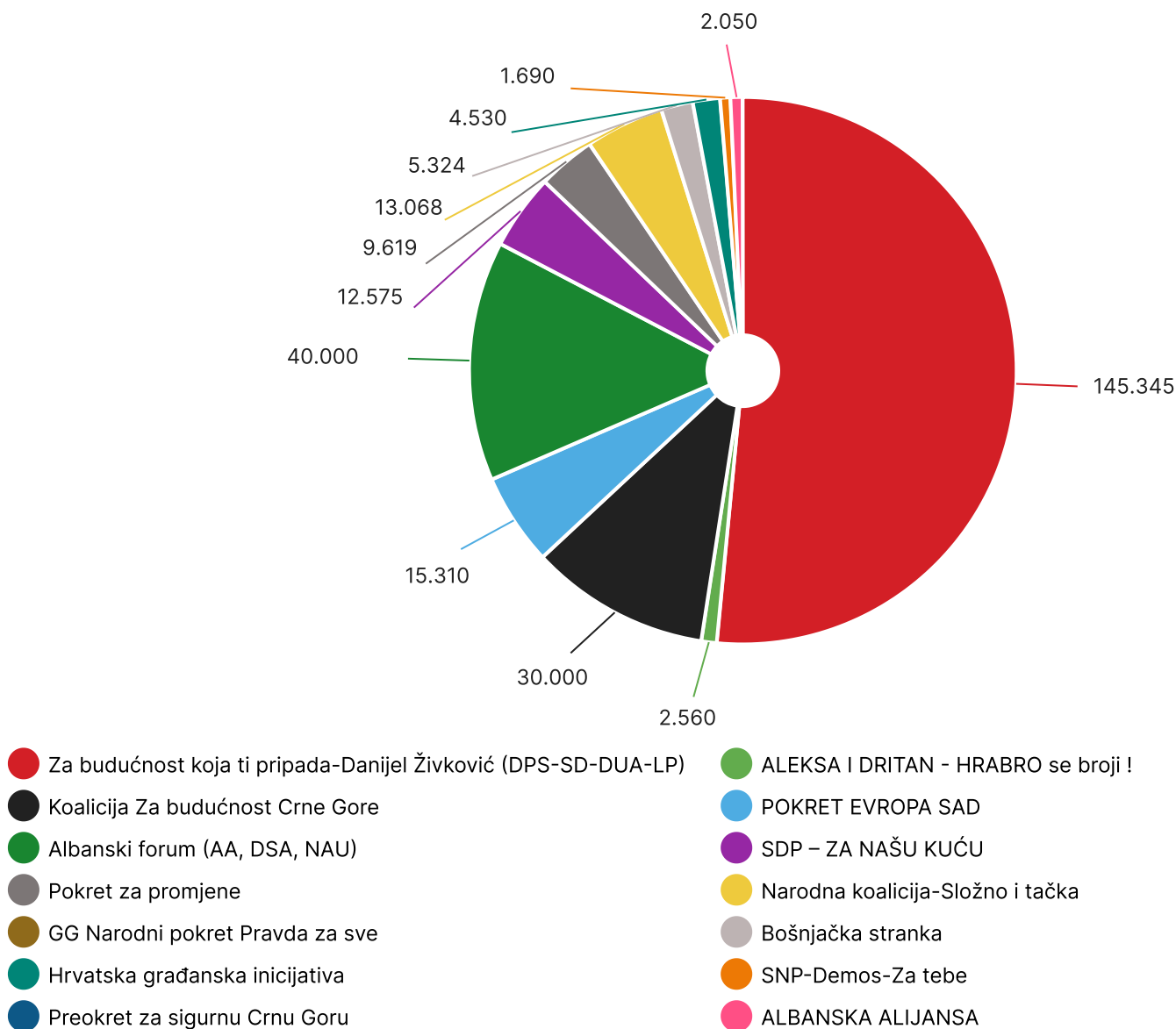
[27] Pogledati na: <https://metropolis-media.me/>.

[28] 2009: Ladybird Holdings LTD Belize, Stellite Limited Belize City; Farisa Holdings Limited, Abicon Holdings Limited.

[29] Pogledati na: <https://www.vijesti.me/vijesti/ekonomija/418758/uskoro-i-mala-elektrana-na-vrbnici-u-pluzinama>.

1.2.2.3. Dizajn i izrada promotivnih spotova

Najveće troškove izrade promotivnih spotova i dizajna materijala je prijavio DPS, oko 145 hiljada eura, na drugom mjestu je Albanski forum sa 40 hiljada, na trećem ZBCG sa 30 hiljada, pa PES sa 15 hiljada eura. Koalicija Demokrata i URE je prijavila izuzetno male troškove u ovoj kategoriji, samo 2,5 hiljade eura.



Grafik 11: Prijavljeni troškovi promotivnih spotova i dizajna materijala, po izbornim listama

Najveći dobavljač ovih usluga su bile firme **Studio Dogma** koja je radila samo sa koalicijom oko DPS-a, a prijavljeni trošak je iznosio oko 80 hiljada eura. Vlasnik kompanije „Studio Dogma“ je Željko Sošić, član Glavnog odbora DPS-a i bivši umjetnički direktor Crnogorskog narodnog pozorišta (CNP). [30] U prethodne dvije godine, ne računajući ovu – izbornu, ova kompanija ostvarila je svega 94 eura prihoda.

[30] Pogledati na: <https://dps.me/zeljko-sosic/>.

Na drugom mjestu je kompanija Digital BEE iz Albanije koja je, sudeći po zvaničnim izvještajima, Albanskom forumu pružila usluge vrijedne 40 hiljada eura. Vlasnik ove albanske kompanije, koja ima sjedište u Tirani, je izvjesci Endrit Masha.

Firma DAA Montenegro je usluge vrijedne 30 hiljada eura pružala samo DPS-ovoj koaliciji. Vlasnici ove kompanije su Nikola Radonjić, Srđan Tomović i Igor Marić, o kojima se ne mogu naći zvanične informacije o povezanosti sa političkim partijama.

DOO Media Biro je pružio usluge DPS-u vrijedne oko 18 hiljada eura i SDP-u od oko tri hiljade. Osnivač ove kompanije je izvjesci Mirjana Mišurović. [31]

Kompanija Easy Production je takođe radila za DPS od koga zvanično potražuje preko 16 hiljada eura. Ova kompanija osnovana je u februaru 2022. godine, i u prvoj godini poslovanja ostvarila je 15ak hiljada eura profita. Njen vlasnik je Stefan Laković. [32]

Atomic DOO je pružala usluge vrijedne oko 13 hiljada eura Narodnoj koaliciji. Osnivač i direktor te kompanije je Ivan Čojbašić, za koga nema informacija da je povezan sa političkim partijama. [33]

Koalicija ZBCG je prijavila da su joj usluge izrade videa i dizajna pružala isključivo fizička lica.

PES je takođe angažovao fizička lica, ali i kompaniju **PGS Agency** koja im je pružila usluge vrijedne oko sedam hiljada eura. Vlasnik te kompanije je Dušan Mandić, za koga su mediji ranije tvrdili da se radi o bivšem službeniku Agencije za nacionalnu bezbjednost (ANB). [34] Kompanija je prije 10ak godina bila u fokusu javnosti zbog spornog ugovora sa Ministarstvom unutrašnjih poslova Crne Gore (MUP) i Upravom policije, za koje su nabavljali softver. [35]

Zanimljivo je da je koalicija Demokrata i URE utrošila samo oko 2,5 hiljade eura za dizajn i izradu video spotova. Međutim, ti troškovi su možda prikazani u okviru stavki koje nisu precizno objašnjene u izvještaju, ali bi i u tom slučaju njihov iznos bio znatno manji nego kod većine drugih izbornih lista. [36] Dodatno, većina video spotova te koalicije su bili takozvani selfiji, odnosno snimani su od strane samih lidera i promovisani po društvenim mrežama. Međutim ova koalicija je ipak uradila nekoliko video spotova, produkcijski manje zahtjevnih, ali se u njihovim izvještajima ne mogu naći podaci o troškovima za njihovu izradu. U njima se navode samo vrlo skromni izdaci za snimanje konvencija, koji su kasnije korišćeni za neke od spotova.



Prikaz video spotova koalicije Demokrata i URA-e za čiju izradu nisu prijavljeni nikakvi troškovi

[31] Nema informacija o povezanosti sa pol. partijama.

[32] Bez konkretnih podataka o povezanosti sa pol. partijama.

[33] Pogledati na: <https://www.imdb.com/name/nm5942486/>

[34] Veljović plaćao lažne usluge - Vijesti, 19.04.2014. (nema onlajn verzije teksta).

[35] Pogledati na: <https://www.vijesti.me/vijesti/drustvo/79584/knezevic-starovlah-na-meti-tuzioca-ali-ne-da-fotelju-u-mup;>

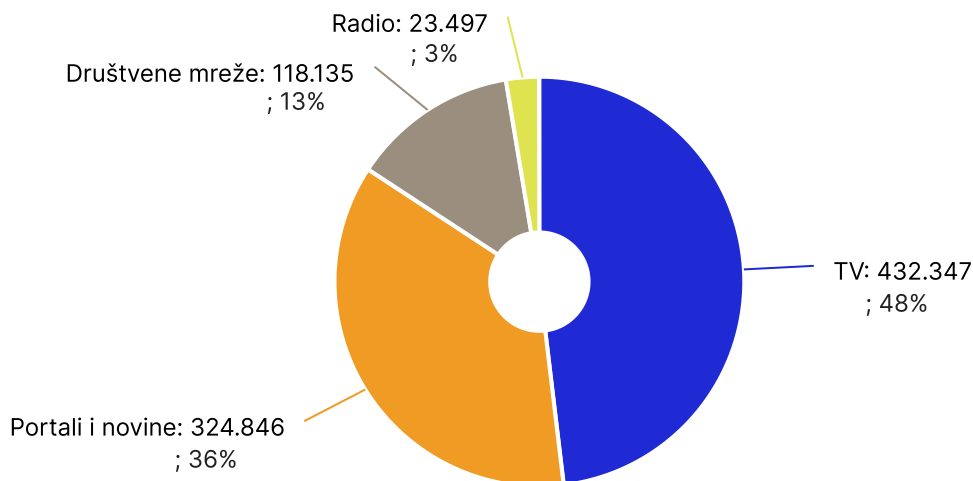
<https://www.cdm.me/hronika/pgs-ne-poznajemo-minica-i-veljovica/>.

[36] Na primjer, ova koalicija je prijavila troškove od pet hiljada eura za konsultantske usluge kompanije „Black rs“. Pošto podaci o dobavljaču, kao i opis troška, nisu precizni, moguće je da je riječ i o konsultantima za izradu video materijala.

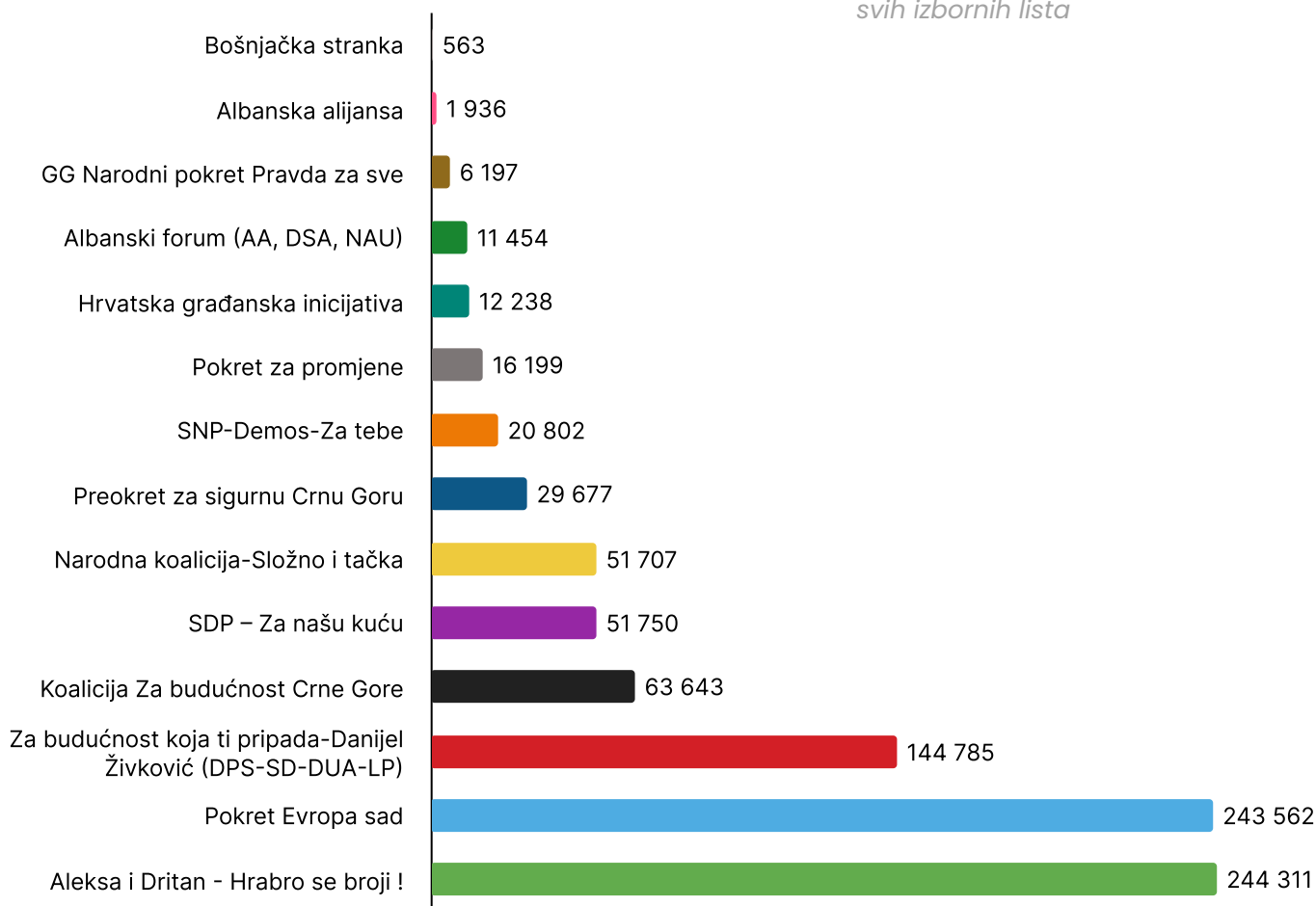
1.2.3. Analiza prijavljenih troškova oglašavanja

Izborne liste su prijavile da su za oglašavanje u medijima ukupno utrošile skoro 900 hiljada eura. Skoro polovina tog iznosa se odnosi na reklame na televiziji, a nešto više od trećine na oglašavanje u novinama i na portalima. Samo 13 % prijavljenih troškova oglašavanja se odnosi na društvene mreže.

Najveće troškove u ovoj kategoriji prijavila je koalicija Demokrata i URE, skoro 250 hiljada eura i PES sa samo hiljadu eura manjim iznosom. Na trećem mjestu je koalicija okupljena oko DPS-a sa oko 145 hiljada eura. Za njima je koalicija ZBCG sa nepunih 65 hiljada.



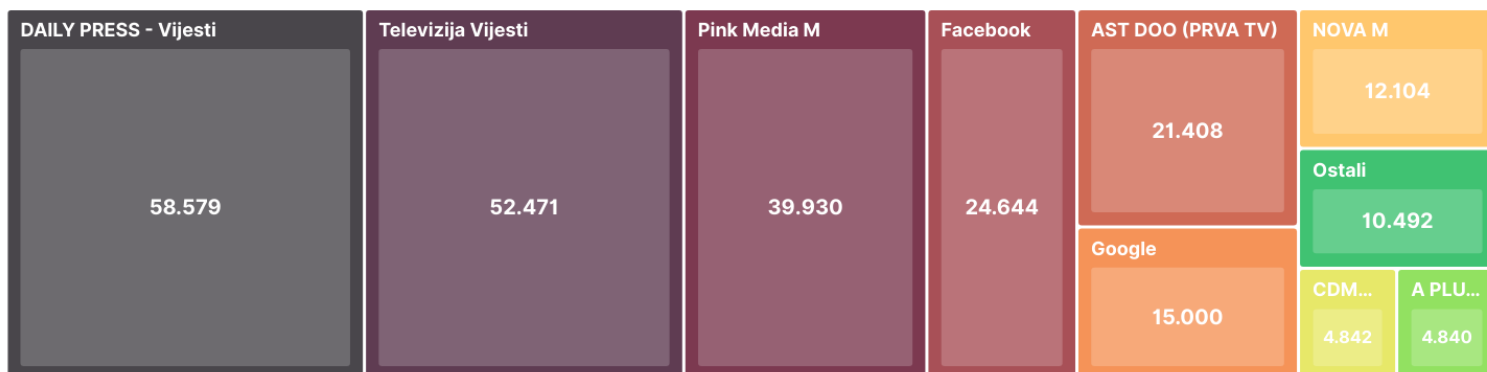
Grafik 12: Prijavljeni troškovi oglašavanja u medijima svih izbornih lista



Grafik 13: Prijavljeni troškovi oglašavanja u medijima po izbornim listama

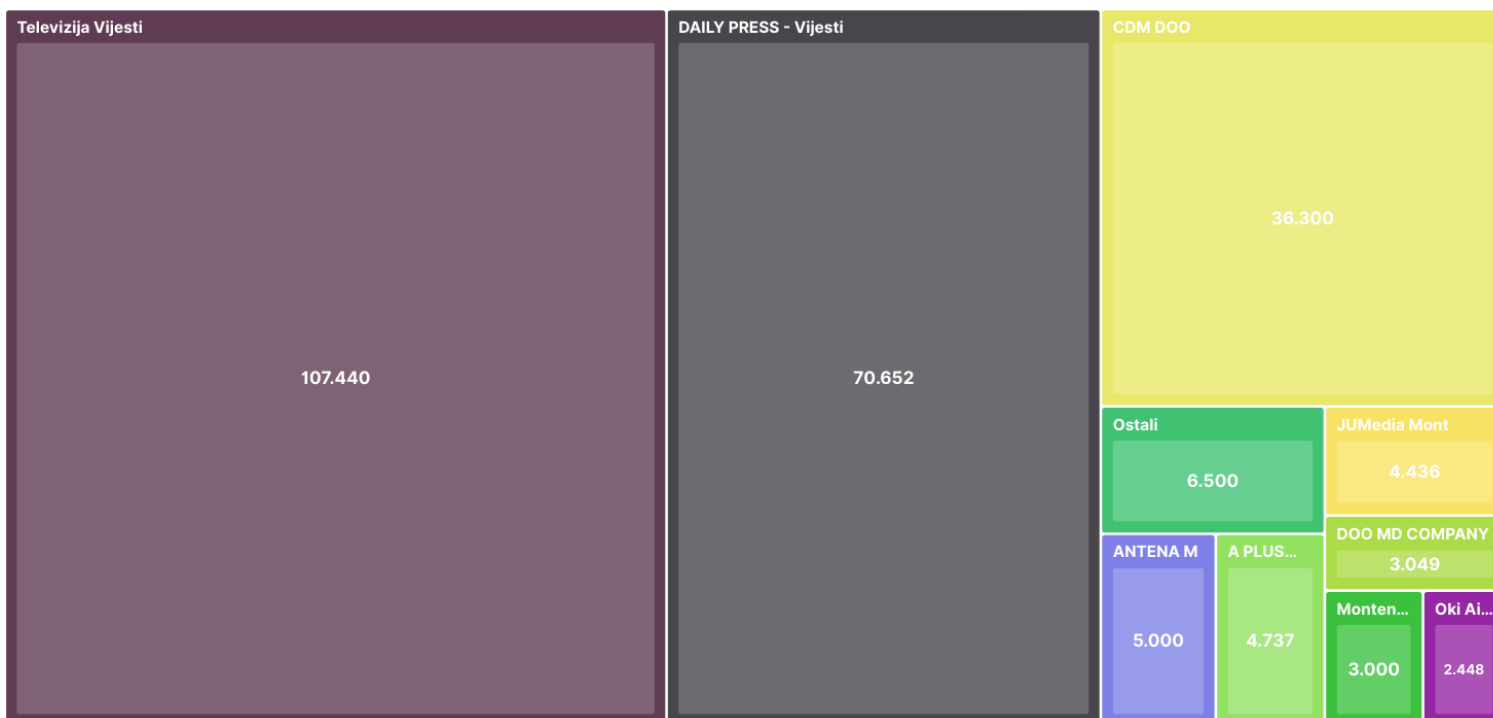
1.2.3.1. Struktura dobavljača najvećih izbornih lista

Koalicija Demokrata i URE se najviše reklamirala na televiziji i u novinama/portalu Vijesti, na drugom mjestu je televizija Pink M, zatim Prva TV i Nova M. Ova koalicija je prijavila da je direktno plaćala troškove oglašavanja na Facebook-u i Google-u.



Dobavljači koalicije Demokrata i URE za oglašavanje u medijima

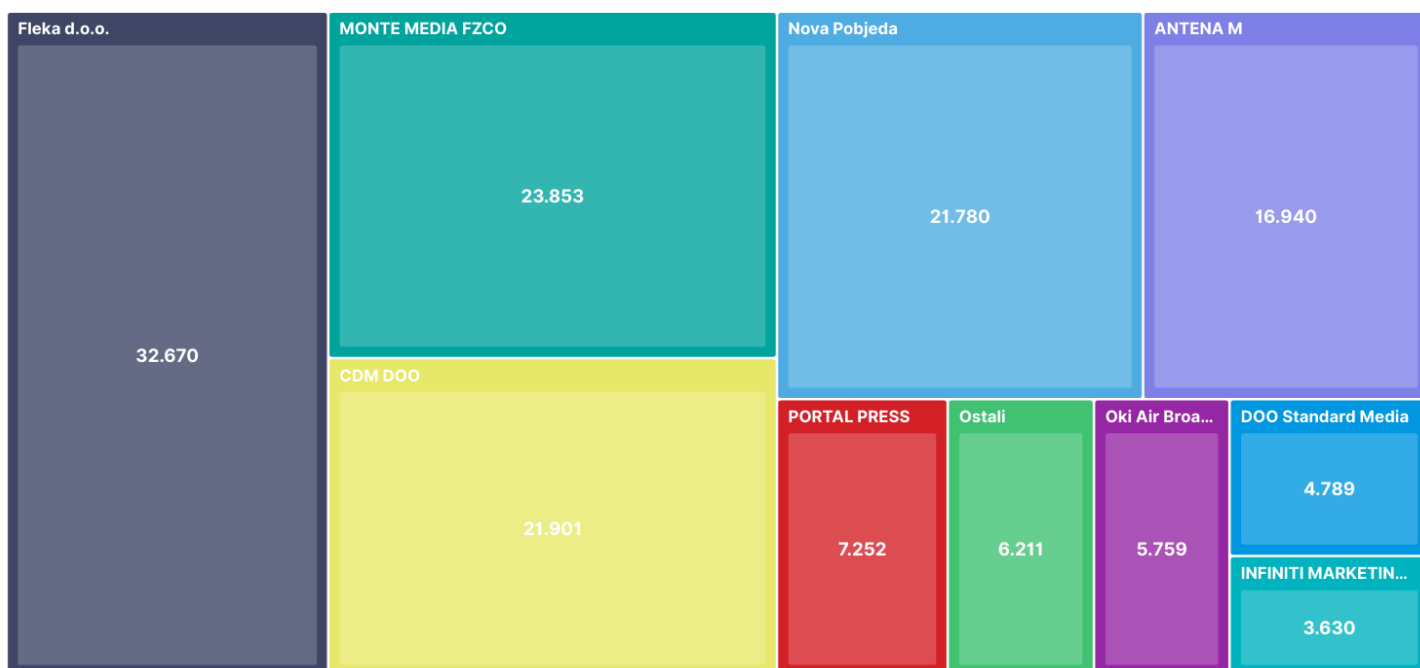
Pokret Evropa sad je dvije trećine sredstava za oglašavanje dao televiziji i novini/portalu Vijesti, na drugom mjestu je portal CDM, radio i portal Antena M, pa A plus televizija.



Dobavljači PES-a za oglašavanje u medijima

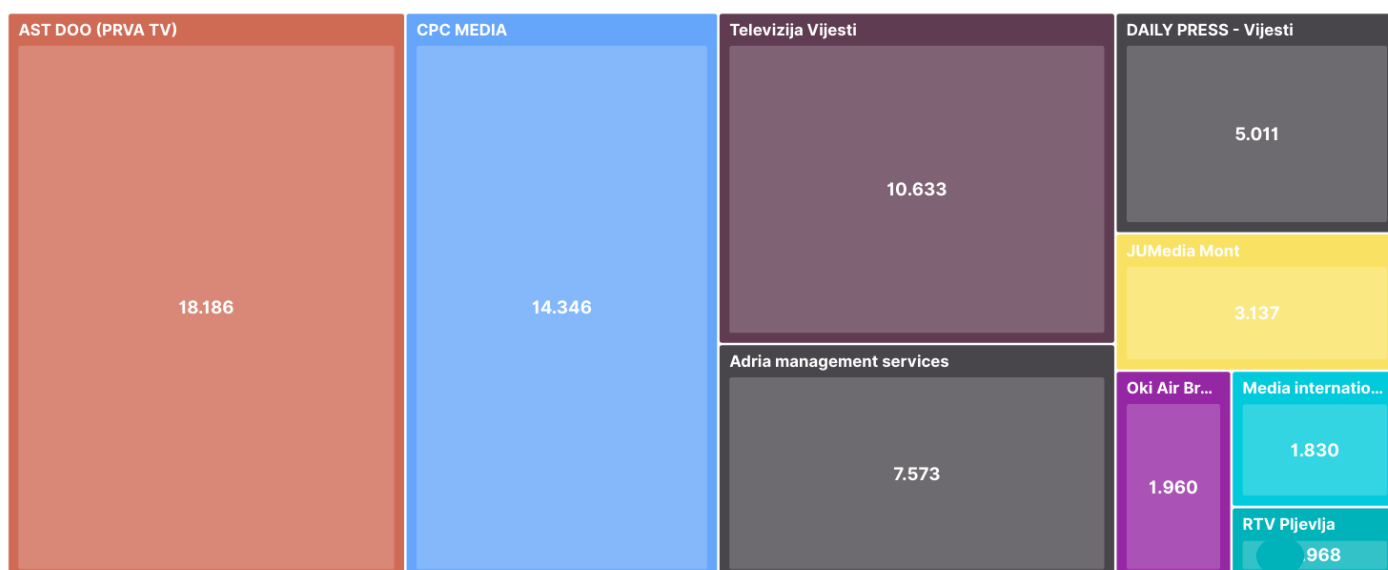
Koalicija oko DPS-a je prijavila da joj je najveći dobavljač za troškove oglašavanja i to na društvenim mrežama bila firma Fleka doo. Na drugom mjestu je Monte media FZCO, odnosno TV E, na trećem je portal CDM, pa dnevni list Nova pobjeda i radio/portal Antena M.

Vlasnici cetinjske firme Fleka su Miloš Milošević i Marko Lekić, za koje se ne može utvrditi direktna povezanost sa političkim strukturama. Ova kompanija je za mandata tri posljednje Vlade – premijera Duška Markovića, Zdravka Krivokapića i Dritana Abazovića, zaključivala ugovore o javnim nabavkama.



Dobavljači koalicije DPS-a za oglašavanje u medijima

Koalicija ZBCG je prijavila najveće troškove oglašavanja na Prvoj TV, na drugom mjestu je firma CPC media preko koje su kupovali oglasni prostor na društvenim mrežama, a na trećem TV Vijesti. Zatim slijede TV Adria i novina/portal Vijesti. Vlasnik kragujevačke firme „CPC Media“ je izvjesni Aleksandar Marinić. [37]

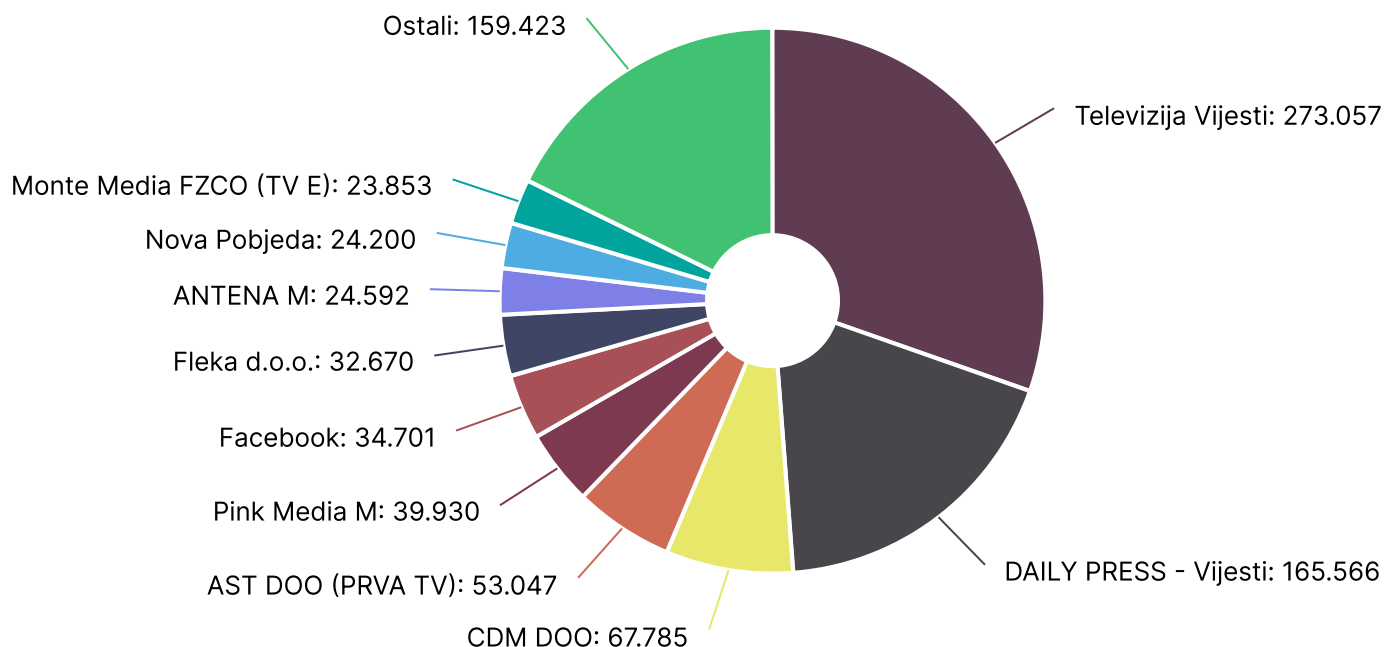


Dobavljači koalicije ZBCG za oglašavanje u medijima

[37] Pogledati na: <https://rs.linkedin.com/in/aleksandar-marini%C4%87-63a63a1b9> .

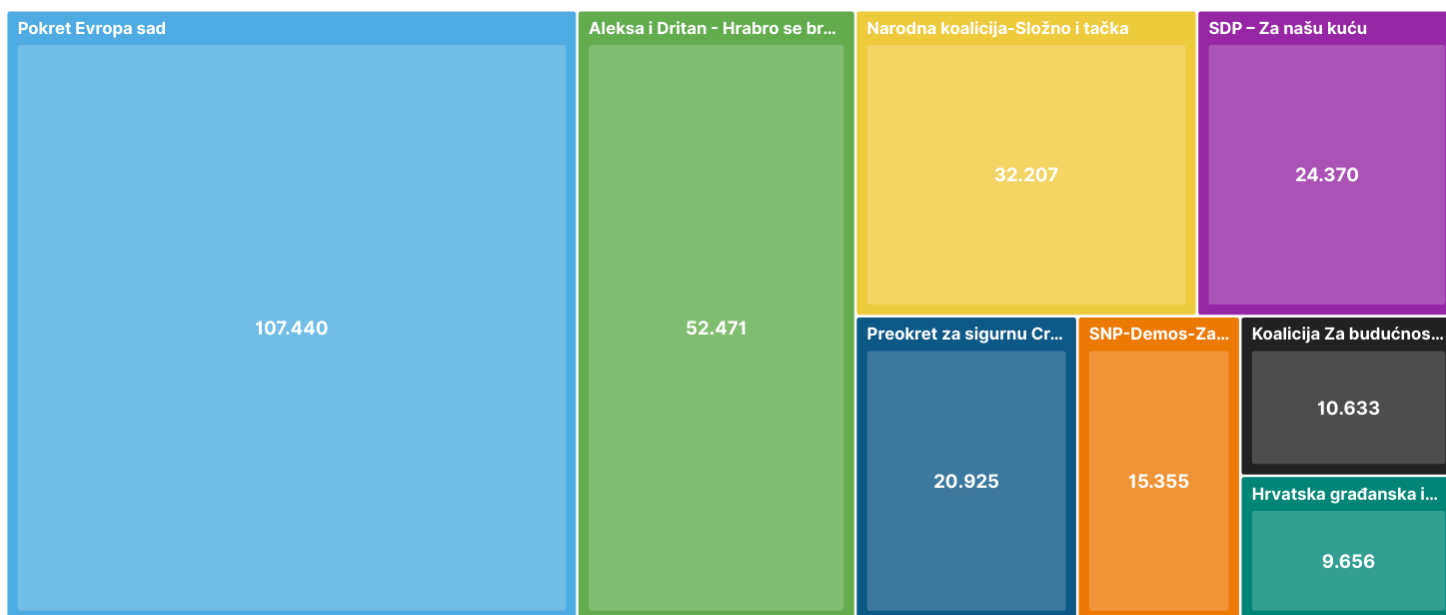
Najveći dobavljači

Skoro polovina prijavljenih troškova oglašavanja u medijima svih izbornih lista se odnosi na Televiziju Vijesti (237 hiljada), kao i portal i novine Vijesti (165 hiljada).

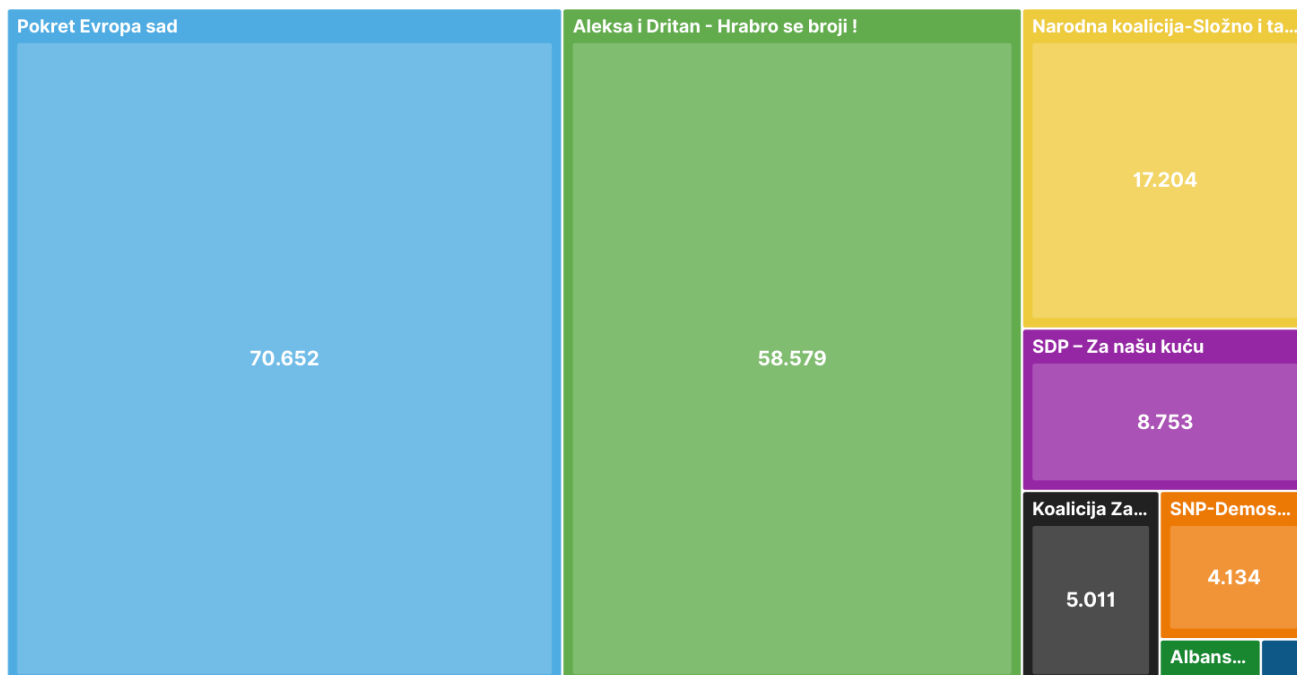


Grafik 14: Najveći dobavljači svih izbornih lista za troškove oglašavanja u medijima

Najveće troškove prema tim medijima su prijavili Pokret Evropa sad (skoro 180 hiljada za sva tri medija u okviru Vijesti), na drugom mjestu je koalicija Demokrata i URE (111 hiljada), a na trećem Narodna koalicija – Složno i tačka (skoro 50 hiljada). Slijedi SDP (33 hiljade), Preokret (21 hiljada), SNP i DEMOS (skoro 20 hiljada) i ZBCG (15 hiljada), HGI (nepunih 10 hiljada) i Albanski forum (nepunih hiljadu eura).

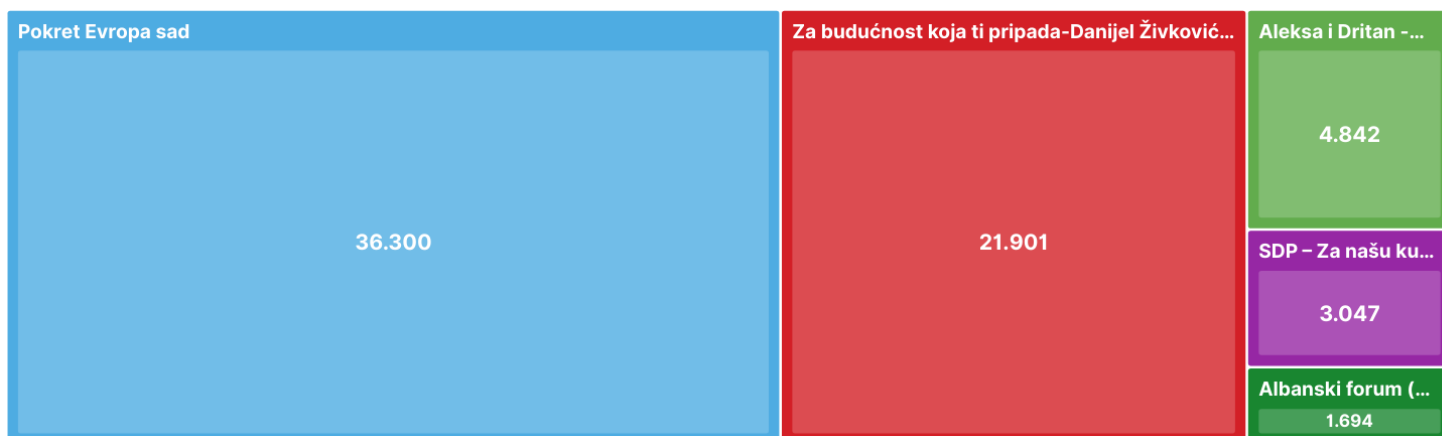


Izborne liste koje su prijavile troškove reklame na TV Vijesti



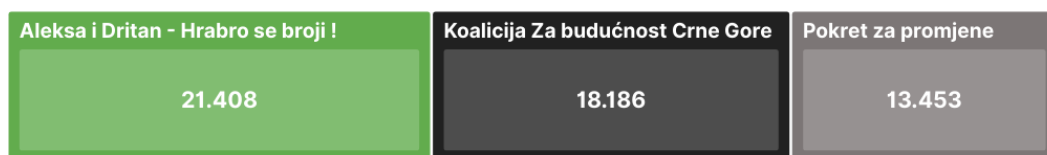
Izborne liste koje su prijavile troškove reklame na portalu i u novinama Vijesti

Među najvećim dobavljačima nalazi se i portal CDM, gdje se najvećim dijelom reklamirao PES (36 hiljada) i koalicija oko DPS-a (skoro 22 hiljade).



Izborne liste koje su prijavile troškove reklame na portalu CDM

Na Prva TV su se reklamirale koalicija Demokrata i URE, koalicija ZBCG i Pokret za promjene.



Izborne liste koje su prijavile troškove reklame na Prva TV



Izborne liste koje su prijavile troškove reklame na Pink TV

Na TV Pink M reklamirala se samo jedna izborna lista i to koalicija Demokrata i URE. Veoma je zanimljivo da se na ovoj televiziji nije reklamirala koalicija ZBCG koja je u prethodnim izbornim ciklusima značajan dio reklama objavljivala upravo na TV Pink M.

Studija slučaja:

PES sakrio troškove oglašavanja na TV Prva

Pokret Evropa sad u svom zvaničnom izvještaju je naveo da troškovi koje je ta politička struktura imala prema TV Prva (DOO AST) iznose nula eura.

Međutim, izvještaj Agencije za elektronske medije, a i monitoring koji je sproveo MANS, pokazuju da se PES reklamirao na TV Prva i to u trajanju od 1.368 sekundi.

Slično trajanje reklame (1.474 sekunde) na Prvoj TV je imala koalicija ZBCG koja je prijavila preko 18 hiljada eura troškova prema toj televiziji.

SOCIJALNI_MEDIJI	JUMedia Mont	03.06.2023	19.06.2023	Plaćeno	0,00	03.06.2023 - 09.06.2023	1	1.592,61	
TV	AST DOO (PRVA TV)	03.06.2023	19.06.2023	Nije plaćeno	0,00	03.06.2023 - 09.06.2023	1	0,00	
SOCIJALNI_MEDIJI	ANTENA M	05.06.2023	19.06.2023	Plaćeno	0,00	05.06.2023 - 10.06.2023	1	5.000,00	
SOCIJALNI_MEDIJI	Creative Montenegro	05.06.2023	19.06.2023	Nije plaćeno	0,00	05.06.2023 - 10.06.2023	1	0,00	
TV	A PLUS MEDIA GROUP	05.06.2023	19.06.2023	Plaćeno	0,00	05.06.2023 - 10.06.2023	1	4.737,15	
OSTALO	PORTAL PRESS	03.06.2023	20.06.2023	Plaćeno	0,00	03.06.2023 - 10.06.2023	1	1.394,53	Portal Analitika pr tekstovi i baneri
BILBORDI	doo Bahus	01.06.2023	14.06.2023	Nije plaćeno	0,00	01.06.2023 - 01.06.2023	1	110,00	Stampa bilborda
OSTALO	S-Design	01.06.2023	16.06.2023	Plaćeno	0,00	01.06.2023 - 01.06.2023	1	15,00	Stampa postera
OSTALO	Biznis CG doo	08.06.2023	23.06.2023	Plaćeno	0,00	08.06.2023 - 11.06.2023	1	800,00	Baneri
OSTALO	NVU Volim Danilovgrad	02.06.2023	13.06.2023	Plaćeno	0,00	02.06.2023 - 09.06.2023	1	100,00	
TV	Televizija Vijesti	01.06.2023	16.06.2023	Nije plaćeno	0,00	01.06.2023 - 10.06.2023	1	10.950,50	Reportaze
OSTALO	DAILY PRESS - Vijesti	27.05.2023	20.06.2023	Nije plaćeno	0,00	27.05.2023 - 04.06.2023	1	3.630,00	PR tekstovi
OSTALO	DAILY PRESS - Vijesti	02.06.2023	20.06.2023	Nije plaćeno	0,00	02.06.2023 - 09.06.2023	1	9.680,00	Pojas na naslovnoj strani
BILBORDI	YU FAMILY	30.05.2023	21.06.2023	Plaćeno	0,00	01.06.2023 - 30.06.2023	1	1.050,00	
TV	Televizija Vijesti	01.06.2023	20.06.2023	Nije plaćeno	0,00	01.06.2023 - 10.06.2023	1	56.489,15	Emitovanje reklamnih spotova
Ukupni troškovi medijskog predstavljanja, oglasa i publikacija								305.799,98	

Izvod iz izvještaja PES-a objavljenog na sajtu ASK-a u kome se navode troškovi prema Prvoj TV od 0 eura

Prilog: Medijsko predstavljanje

	Sum of AKTIVNOSTI	Sum of PREDSTAVLJANJE	Sum of OGLAŠAVANJE	Sum of TRAJANJE (SEC)
Prva TV				
Bošnjačka stranka				
besplatno	110	1.399	0	1.509
Da, mi možemo				
besplatno	42	0	0	42
Evropa sad				
besplatno	272	0	0	272
plaćeno	0	0	1.368	1.368
HGI				
besplatno	38	0	0	38
Hrabro se broji!				
besplatno	217	17.111	0	17.328
plaćeno	0	0	1.662	1.662
Narodna koalicija				
besplatno	117	1.088	0	1.205
Pokret za promjene				
besplatno	679	4.588	0	5.267
plaćeno	0	0	688	688
Preokret				
besplatno	0	3.710	0	3.710
SDP				
besplatno	134	10.143	0	10.277
SNP – DEMOS				
besplatno	156	1.576	0	1.732
Za budućnost Crne Gore				
besplatno	2.830	40.656	0	43.486
plaćeno	0	0	1.474	1.474
Zajedno!				
besplatno	363	1.685	0	2.048
Prva TV Total	4.958	81.956	5.192	92.106
TV Vijesti				
Albanski forum				
besplatno	38	0	0	38
Bošnjačka stranka				
besplatno	292	0	0	292
Da, mi možemo				
besplatno	379	0	0	379
plaćeno	0	0	193	193
Evropa sad				
besplatno	923	11.441	0	12.364
plaćeno	0	0	4.779	4.779
HGI				

18

Bulevar Svetog Petra Cetinskog 9
Podgorica, Crna Gora
Telefon: +382 20 201 430
Telefax: +382 20 201 440



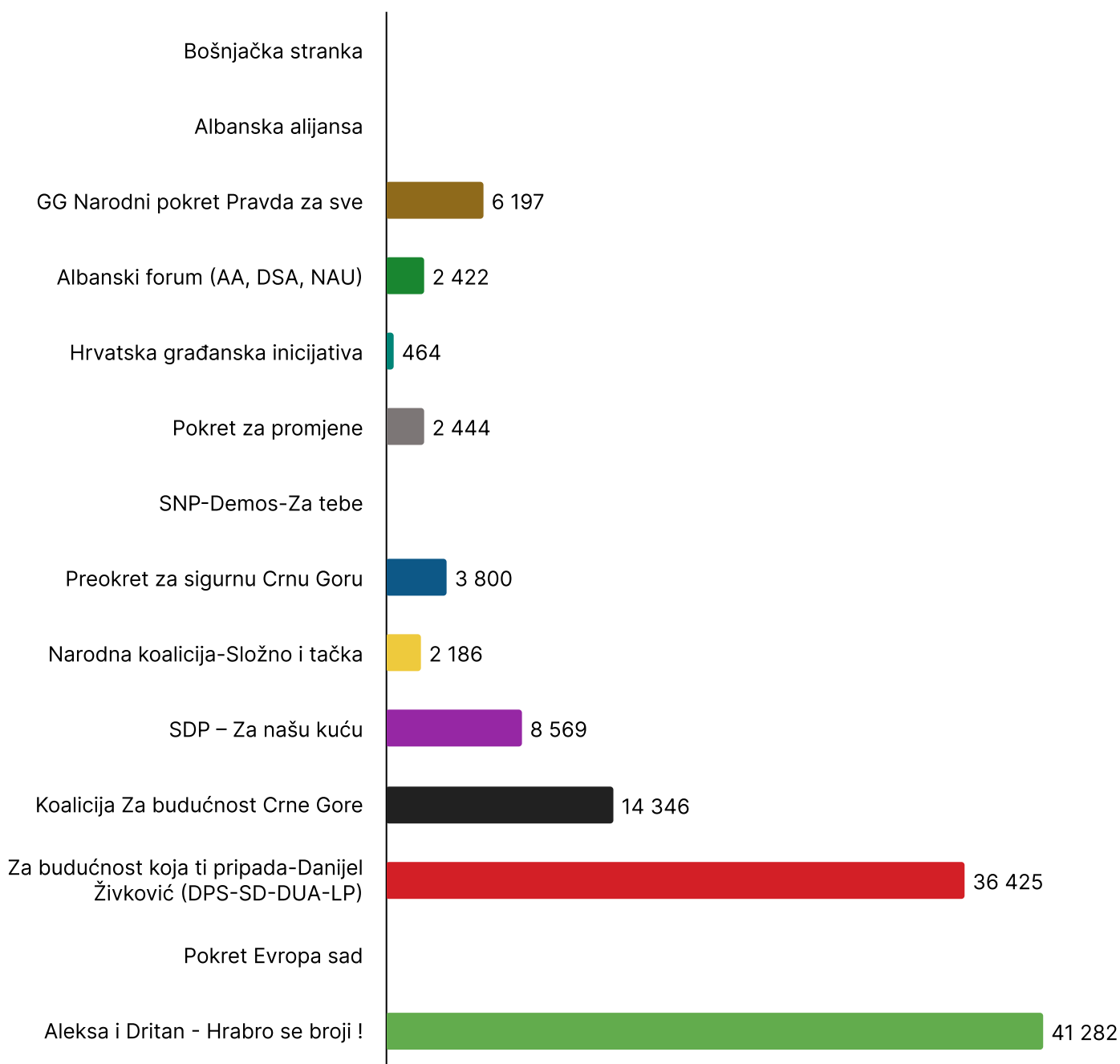
E-mail: aem@aemcg.org
www.aemcg.org

Izvod iz izvještaja Agencije za elektronske medije u kome se navodi da se PES reklamirao na TV Prva u trajanju od 1.368 sekundi

1.2.3.2. Oglašavanje na društvenim mrežama

Ukupni troškovi oglašavanja na društvenim mrežama kojje su prijavile sve izborne liste iznose 118 hiljada eura.

Najveće troškove je prijavila koalicija Demokrata i URE, preko 40 hiljada eura, na drugom mjestu je koalicija okupljena oko DPS-a sa 36 hiljada, na trećem ZBCG sa oko 14 hiljada eura, pa SDP sa nepunih devet hiljada.



Grafik 15: Prijavljeni troškovi oglašavanja na društvenim mrežama

Studija slučaja:

PES sakrio troškove reklame na Facebook-u

Pokret Evropa sad nije prijavio ni jednog centa utrošenog na reklamiranje na društvenim mrežama, iako podaci iz monitoringa pokazuju da je ta koalicija morala imati značajnije troškove reklamiranja.

Facebook omogućava ograničeno praćenje potrošnje za političke oglase preko svog alata „Ad Library“, međutim te informacije su dostupne samo u ograničenom periodu i ne postoji mogućnost detaljne pretrage koja je dostupna u zemljama Evropske unije.

Međutim, iz tih, ograničenih podataka, se vidi da je **PES samo u periodu od 8. maja do 6. juna utrošio preko 4,3 hiljade eura na reklamiranje na Facebook-u**. Naime, prema podacima iz Ad Library za taj period na ime lidera Milojka Spajića utrošeno je 2.370 eura, a na ime PES-a dodatnih 1.986 eura.

Podaci o plaćenom reklamiranju na Google-u i You tube-u nisu dostupni u Crnoj Gori pa nije moguće utvrditi nivo tih troškova.

Studija slučaja:

Oglašavanje na društvenim mrežama u toku izborne ćutnje

Podaci iz monitoringa pokazuju da su se izborne liste reklamirale na društvenim mrežama i u toku izborne ćutnje.

Ovo pitanje nije zakonom regulisano, dok je oglašavanje u komercijalnim medijima u tom periodu zabranjeno.

Neke izborne liste su u toku izborne ćutnje uplaćivale dodatna sredstva za oglašavanje na društvenoj mreži Facebook.

Na primjer, izborna lista Demokrata i URE je imala više računa za oglašavanje na Facebook-u nakon početka izborne ćutnje, a neki od njih su izdati na sami dan izbora. Sličnu praksu su imale i druge izborne liste.



Receipt for PARLAMENTARNI 2023

Account ID: 664258451889066

Invoice/payment date
13 Jun 2023, 06:46

Payment method
MasterCard · 2594
Reference number: FYD52SKFC2

Transaction ID
6363961817049757-12516238

Product type
Meta ads

Paid

€727.52 EUR

Your previous payment for these ad costs failed.

Campaigns

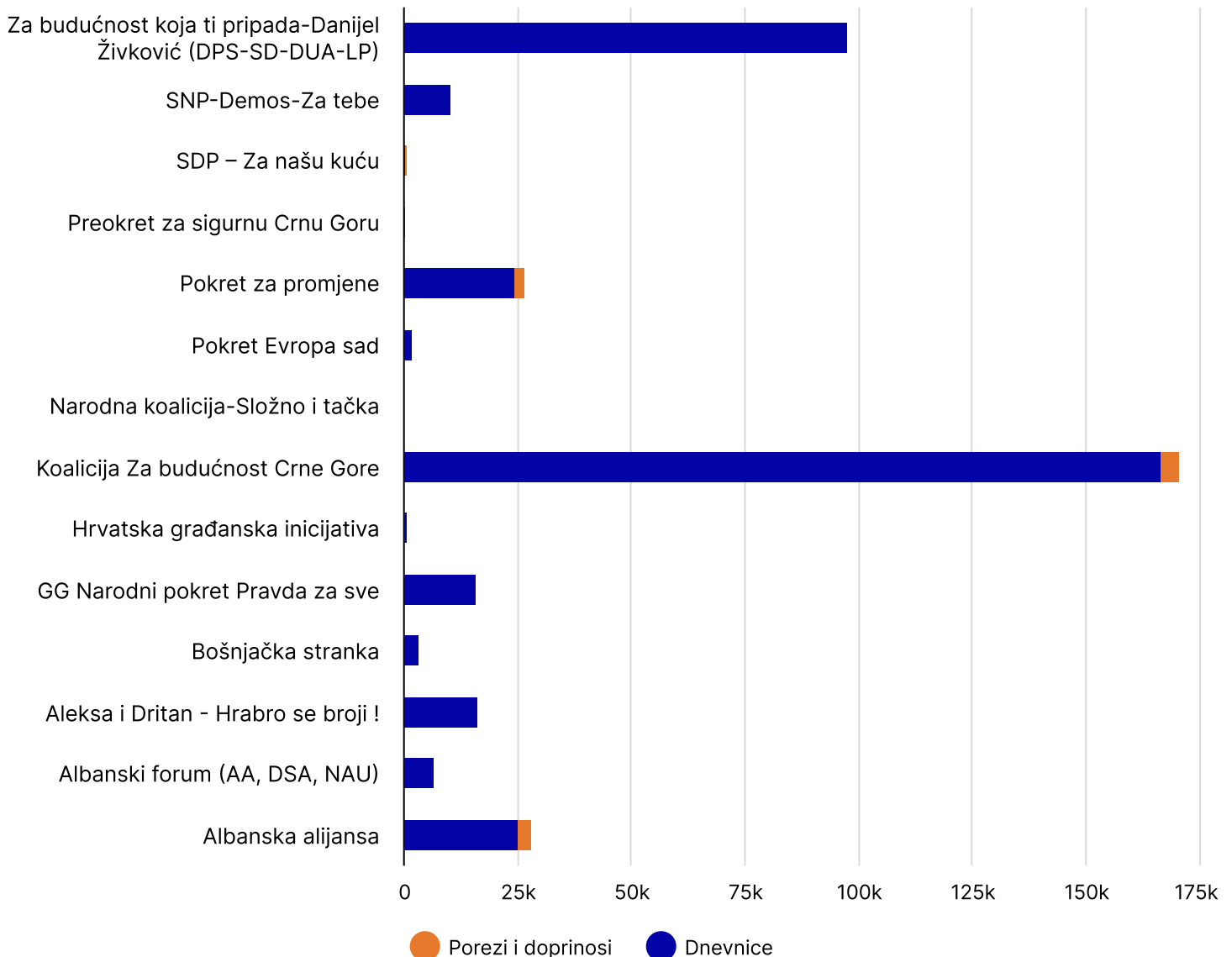
GRADIMO ZAJEDNICKU KUCU - 100 From 10 Jun 2023, 00:00 to 11 Jun 2023, 23:59		€16.12
GRADIMO ZAJEDNICKU KUCU - 100	4,144 Impressions	€16.12
UPALIMO LUCU - 100 From 10 Jun 2023, 00:00 to 11 Jun 2023, 23:59		€20.72
UPALIMO LUCU - 100	5,906 Impressions	€20.72
ALBUM DG - -100 From 10 Jun 2023, 00:00 to 11 Jun 2023, 23:59		€19.06
ALBUM DG - -100	10,785 Impressions	€19.06
ZAKLINJEM SE! VIDEO -100 From 10 Jun 2023, 00:00 to 11 Jun 2023, 23:59		€19.71
ZAKLINJEM SE! VIDEO -100	9,571 Impressions	€19.71
PG 3 MIN - 100 From 10 Jun 2023, 00:00 to 11 Jun 2023, 23:59		€22.46
PG 3 MIN - 100	7,450 Impressions	€22.46
REELS PG SKUP - 100 From 10 Jun 2023, 00:00 to 11 Jun 2023, 23:59		€25.36
REELS PG SKUP - 100	11,971 Impressions	€25.36
ZETA TUZI - 100 From 10 Jun 2023, 00:00 to 11 Jun 2023, 23:59		€19.60
ZETA TUZI - 100	9,269 Impressions	€19.60
ALBUM TUZI - 100 From 10 Jun 2023, 00:00 to 11 Jun 2023, 23:59		€24.25

Primjer fakture za oglašavanje na Facebook-u u toku izborne čutnje

1.2.4. Analiza prijavljenih troškova aktivista

Sve izborne liste su prijavile skoro 380 hiljada eura troškova aktivista, od čega se 97% odnosi na isplate dnevnica, a ostalo na pripadajuće poreze i doprinose.

Poreze na isplaćene dnevnice su prijavile samo neke izborne liste (ZBCG, Albanska alijansa, Pokret za promjene, SDP i Preokret). **DPS je aktivistima isplatio preko 97 hiljada eura, ali nije prijavio troškove poreza na te dnevnice.**



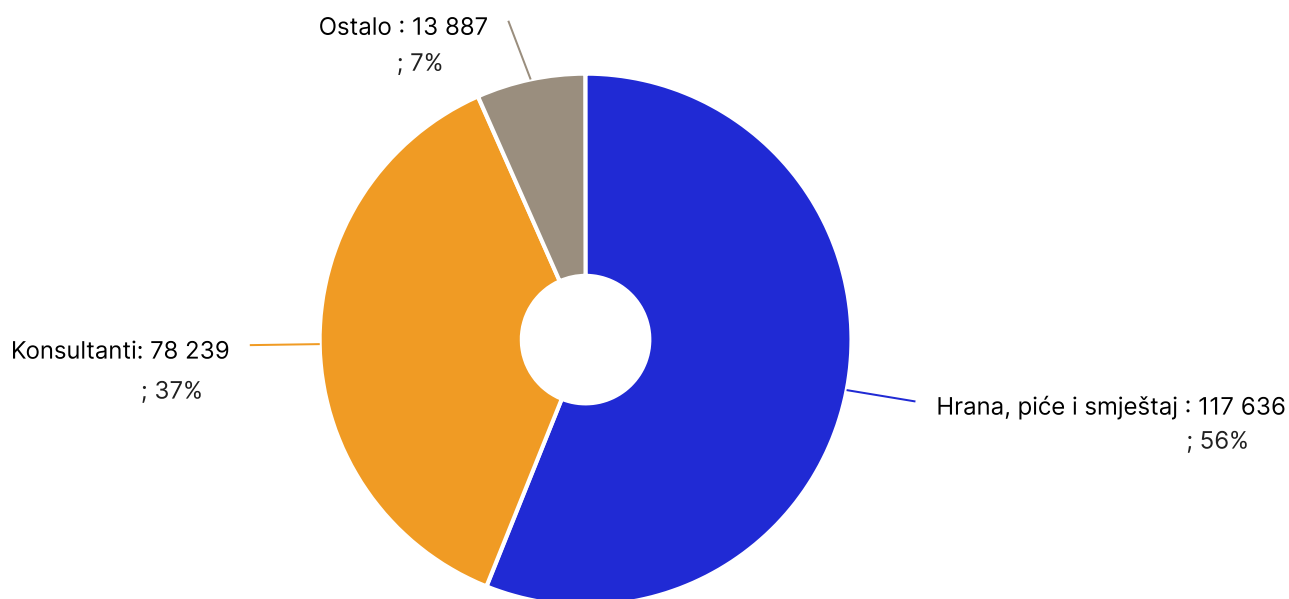
Grafik 16: Vrste troškova aktivista po izbornim listama

Koalicija ZBCG je imala najveće isplate dnevnica od svih izbornih lista (166 hiljada eura), na drugom mjestu je DPS sa 97 hiljada, pa Albanska alijansa sa 25 hiljada, Pokret za promjene sa 24 hiljade i koalicija Demokrata i URE 16 hiljada.

PES je prijavio samo dvije hiljade eura troškova dnevnica u cijeloj kampanji, HGI, Preokret i SDP su prijavili simbolične iznose, a Narodna koalicija nije prijavila ni jedan cent troškova aktivista.

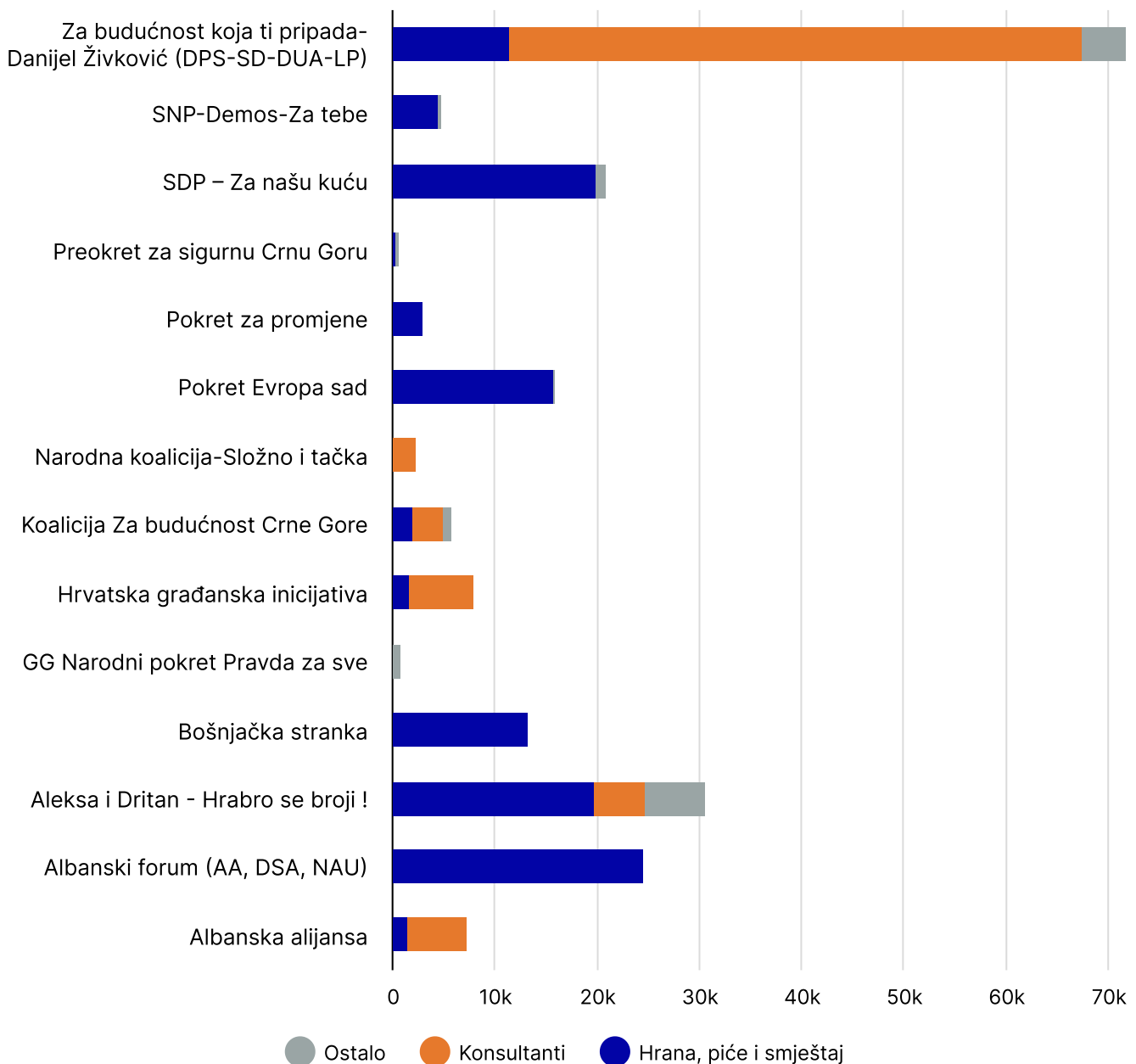
1.2.5. Analiza ostalih prijavljenih troškova

Sve izborne liste su prijavile skoro 210 hiljada eura ostalih troškova koji se najvećim dijelom odnose na hranu, piće i smještaj (56%), razne konsultante (37%) i druge troškove (7%).



Grafik 17: Vrste ostalih prijavljenih troškova kampanje

Najveće ukupne ostale troškove je prijavila koalicija oko DPS-a, a oni se uglavnom odnose na konsultante (skoro 56 hiljada eura), i to dominantno kompaniju DAA Montenegro, iz Podgorice. Riječ je o marketinškoj agenciji čiji vlasnici su Nikola Radonjić, Srđan Tomović i Igor Marić, a za ova lica ne može se utvrditi povezanost sa koalicijom okupljenom oko DPS-a. **Zanimljivo je da je DPS prijavio troškove za hranu, piće i smještaj od oko 11 hiljada eura, što je znatno manje nego što iznose troškovi SDP-a, mnogo manje partije ili, na primjer, Bošnjачke stranke koja nije vodila kampanju u svim gradovima.**



Grafik 18: Vrste ostalih prijavljenih troškova po izbornim listama

Na drugom mjestu je koalicija Demokrata i URE koja je imala ukupne ostale troškove od oko 30 hiljada, od čega skoro 20 za hranu, piće i smještaj, šest za druge troškove, a pet za konsultante, firmu „Black Arch & Design“ iz Kruševca, Republika Srbija, koju vodi izvjesni Marko Đorić. [38]

Prijavljeni troškovi Albanskog foruma u ovoj kategoriji su bili nepunih 25 hiljada, i odnosili su se na hranu, piće i smještaj. Preko 15 hiljada se odnosi na dobavljača Vikriant DOO čiji vlasnik je Viktor Dukić, a ta firma vodi hotel “Oasis” u Tuzima. [39] Značajan dio se odnosi na dugove prema Iliria company (skoro sedam hiljada) čiji vlasnik je Marko Đeljošević. Nema podataka o povezanosti vlasnika ovih kompanija sa političkim partijama.

[38] Pogledati na: https://rs.linkedin.com/in/marko-djoric-869a08200?trk=people-guest_people_search-card.
 [39] Pogledati na: <https://www.hoteloasis.me/>; Zvanična mejl adresa kompanije je: info@hoteloasis.me.

SDP je prijavio oko 21 hiljadu eura, a većina troškova se odnosi na hranu, piće i smještaj. Partija ignoriše zahtjev za slobodan pristup informacijama koji se odnosio na sve troškove njihove kampanje, zbog čega su predate žalba i urgencija. [40]

Zanimljivo je da je ova lista prijavila da je platila preko 18 hiljada eura troškova reprezentacije firmi Ad mind. Ta firma je u vlasništvu Rada Miloševića, bivšeg državnog sekretara Ministarstva unutrašnjih poslova koji je zvanično pod istragom za šverc cigareta. Kompaniju je u zimu 2021. godine preuzela njegova sestra (po informacijama medija) – Dragica Milošević, nakon što je Milošević imenovan na javnu funkciju. [41] Inače je riječ o firmi koja, između ostaloga, nudi usluge reklamiranja putem SMS-a.

Pokret Evropa sad je prijavio oko 16 hiljada eura ostalih troškova, a većina se odnosi na hranu, piće i smještaj. Njihov najveći dobavljač za te usluge je firma Stadio koja je u vlasništvu kompanija “Đ&M”, “Me Gusta”, i “Inter Nos 2000” – čiji je vlasnik Radojica Magovčević, koji je prije par godina bio osumnjičen za stvaranje kriminalne organizacije i utaju poreza i doprinosa. [42]

Bošnjačka stranka je prijavila oko 13 hiljada eura ostalih troškova, koji se odnose isključivo na reprezentaciju i smještaj, a u pitanju je više različitih dobavljača, vlasnika restorana i hotela, od kojih ni jedan ne dominira.

HGI je prijavila skoro osam, a Albanska alijansa preko sedam hiljada eura troškova konsultanata i reprezentacije.

Koalicija ZBCG je prijavila nepunih šest hiljada eura ostalih troškova, od kojih se **manje od dvije hiljade odnosi na smještaj, piće i hranu, pa su ti troškovi očigledno podcijenjeni**. Ta koalicija je prijavila da je angažovala kompaniju Dar kao konsultanta za oko tri hiljade eura. U pitanju je reklamna agencija čiji osnivač i direktor Dragomir Alorić, za koga su mediji prije nekoliko godina prenijeli vijest da je izabran u Srpski nacionalni savjet Crne Gore. U tom Savjetu su članovi i drugi pojedinci iz upravljačke strukture „Srpske kuće“, koja je donirala kampanju ZBCG. [43]

SNP je prijavio nepunih pet hiljada eura, od čega 3,5 hiljade za usluge firme SP21 koja je vlasnik restorana „Đedovina“ na periferiji Podgorice.

[40] SPI zahtjev NVO MANS br. 145311 od 17.07.2023. godine.

[41] Pogledati na: <https://www.cdm.me/ekonomija/rade-milosevic-za-devet-mjeseci-ustedio-65-000-eura/>.

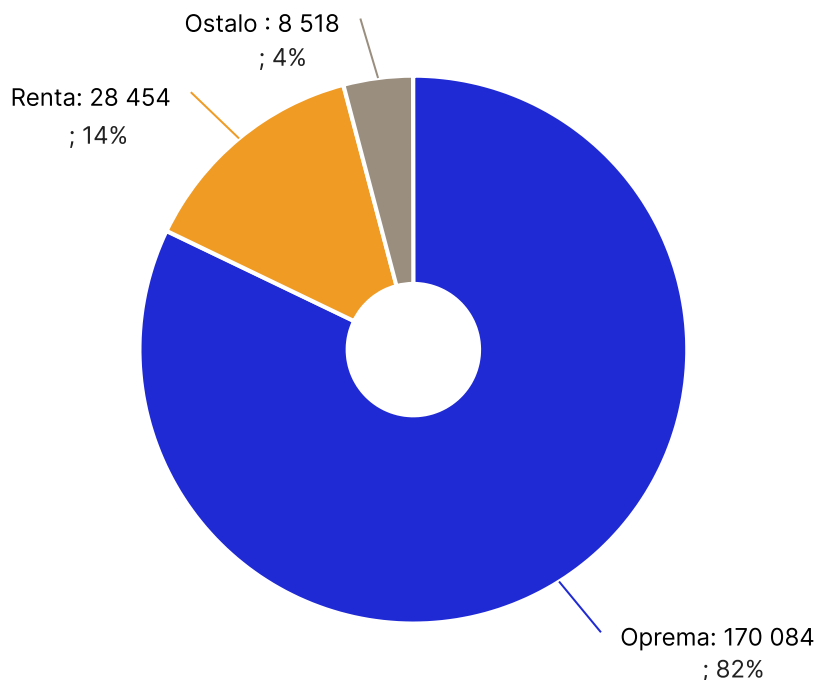
[42] Pogledati na: <https://old.dan.co.me/?nivo=3&rubrika=Hronika&clanak=786943&datum=2021-04-04>.

[43] Izabrano 17 članova Srpskog nacionalnog savjeta Crne Gore, Pobjeda, 12.02.2018.

1.2.6. Analiza prijavljenih troškova promotivnih skupova

Ukupni prijavljeni troškovi promotivnih skupova su bili preko 200 hiljada eura, a najveći dio se odnosio na iznajmljivanje opreme (170 hiljada), dok je na drugom mjestu iznajmljivanje prostora (28 hiljada).

Koalicija oko DPS-a je prijavila najveće troškove organizacije skupova, oko 125 hiljada eura, od čega se čak 96% odnosi na iznajmljivanje opreme i to gotovo isključivo od kompanije BBA Agregati (120.000 eura). Vlasnik te firme je Igor Dragutinović, a kompanija je vlasnik poslovnog prostora koji rentira Televiziji E (Lipa Media). Ova TV se povezuje sa kompanijom Bemax, a jedan od članova odbora direktora je Nikola Martinović, poslovni partner Ane Đukanović, sestre predsjednika DPS-a, Mila Đukanovića, u poslu oko privatizacije Telekoma.



Grafik 19: Vrste prijavljenih troškova promotivnih skupova

Na drugom mjestu po iznosu prijavljenih troškova skupova je koalicija Demokrata i URE sa oko 20 hiljada eura od kojih se oko dvije trećine odnosi na iznajmljivanje opreme, a ostalo uglavnom za iznajmljivanje prostora. Sudeći po izvještaju i analizi podataka, najviše novca potrošeno je na završni skup koalicije u Podgorici. [44]

Najveći dobavljači te koalicije su bili PG Sound (skoro devet hiljada) i Takt produkcija (oko dvije hiljade) za opremu, a hotel Hilton za iznajmljivanje prostora (3,2 hiljade eura). Vlasnik „Takt Produkcije“ je Predrag Milić, a za njega i kompaniju ne mogu se locirati podaci o eventualnoj povezanosti sa partijama. Što se tiče kompanije „PG Sound“, i ona je, poput firme „PGS Agency“, u vlasništvu Dušana Mandića, bivšeg službenika ANB-a (po pisanju medija), koji ima 33%, dok su druga dva suvlasnika Obren Tošić i Milan Todorović. Hotel Hilton, odnosno kompanija „Hotel Crna Gora“ koja njime rukovodi, u većinskom je vlasništvu AD „UTIP Crna Gora“, bivšeg državnog preduzeća koje je u spornoj privatizaciji stekao Žarko Burić, biznismen blizak bivšoj državnoj vlasti koju je predvodio DPS. [45]

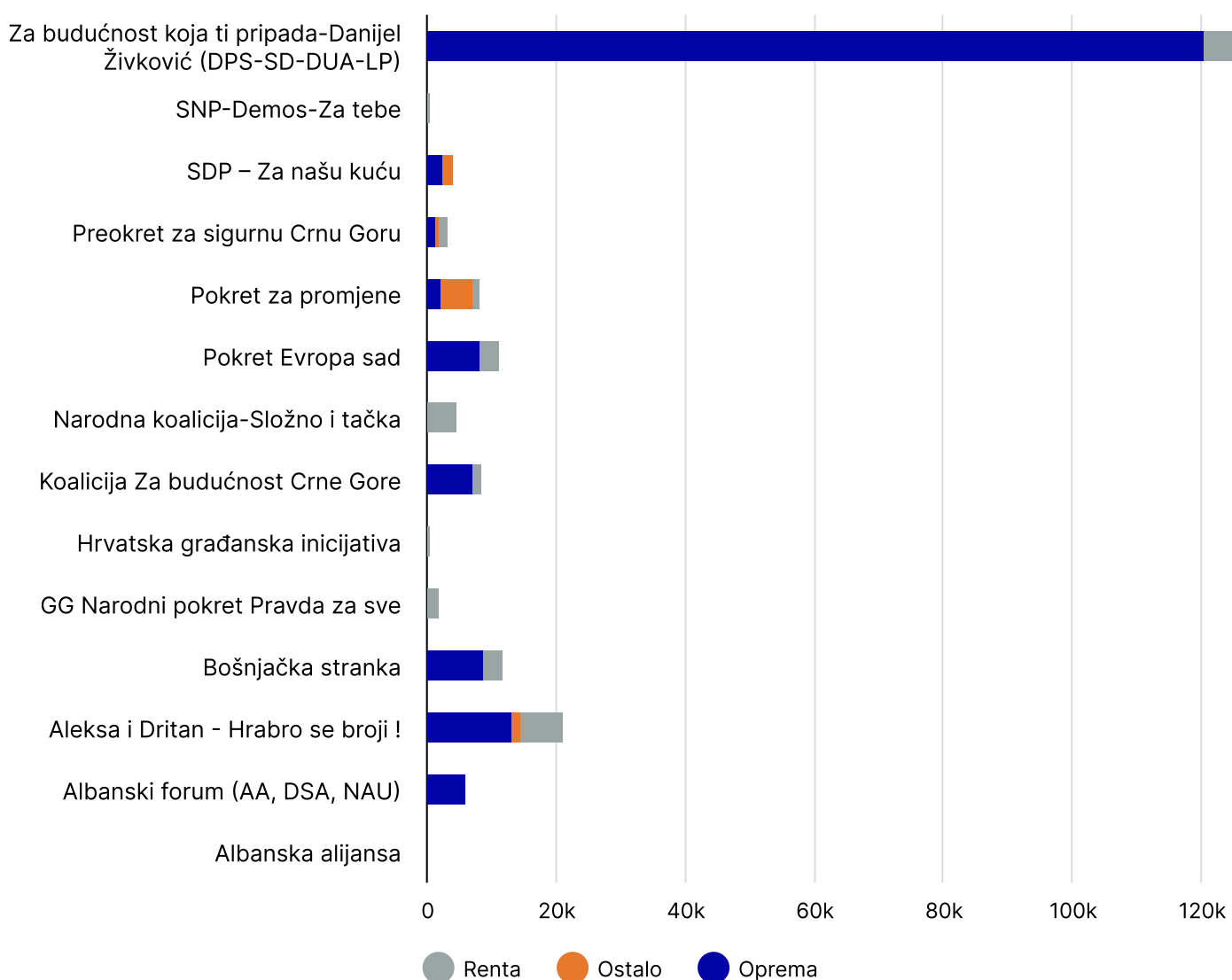
Na trećem mjestu je Bošnjačka stranka koja je prijavila troškove skupova od skoro 12 hiljada eura, od čega skoro devet za iznajmljivanje opreme, a tri za prostor. Opremu su iznajmljivali isključivo od kompanije Kmet sound. Ta firma je u vlasništvu izvjesne Bisere Kujević, i osnovana je u junu 2022. godine, a do kraja prošle godine imala je jedan euro prihoda i jedan euro rashoda.

[44] Pogledati na: <https://www.youtube.com/watch?v=EYKChujA7A>.

[45] Pogledati na: <https://www.mans.co.me/tag/zarko-buric/>.

Pokret Evropa sad je prijavio oko 11 hiljada eura troškova skupova, od čega se oko osam hiljada odnosi na najam opreme uglavnom od kompanije PG Sound, a ostalo na iznajmljivanje prostora. Analizirajući prijavljene troškove i dostupne materijale – primjetno je da ovaj pokret nije pretjerano koristio audio-vizuelne efekte na svojim skupovima, pa je tako skup u Beranama jedan od rijetkih na kojima je vidan video bim, dok se u izvještaju navodi da je za isto plaćeno kompaniji „ldas“, i to iznos od 1.210 eura. [46]

Koalicija ZBCG je prijavila samo oko 8,5 hiljada eura troškova promotivnih skupova od kojih se oko sedam odnosi na najam opreme od kompanije Takt produkcija, a ostalo na iznajmljivanje prostora. U izvještaju ove koalicije nisu vidljivi troškovi skupa u Pljevljima, na kojem je evidentno korišćena audio-vizelna oprema. [47] Sa druge strane, za skup u Tivtu prijavljen je trošak zakupa sale, ali ne i opreme. [48]



Grafik 20: Vrste prijavljenih troškova promotivnih skupova po izbornim listama

Albanska alijansa uopšte nije prijavila troškove skupova, dok su HGI, SNP i Pravda za sve prijavili simbolične iznose.

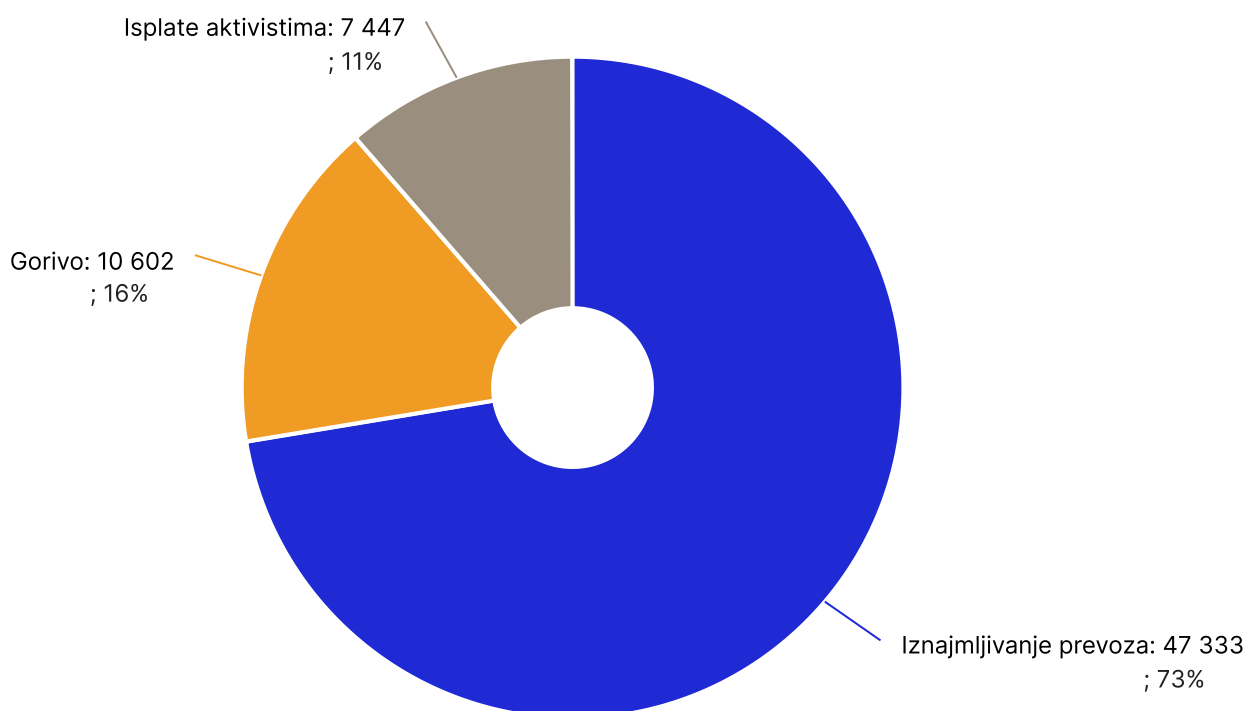
[46] Pogledati na: <https://www.youtube.com/watch?v=WpJCJNS3-m8>.

[47] Pogledati na: <https://www.youtube.com/watch?v=IXSRz-Gfovc>.

[48] Pogledati na: https://www.youtube.com/watch?v=XMaq_2IWslU.

1.2.7. Analiza prijavljenih troškova prevoza

Sve izborne liste prijavile su ukupno 65 hiljada eura troškova prevoza, a većina tih izdataka se odnose na iznajmljivanje troškova prevoza (73%), dok na gorivo otpada oko 16%, a na isplate putnih troškova aktivistima oko 11%.



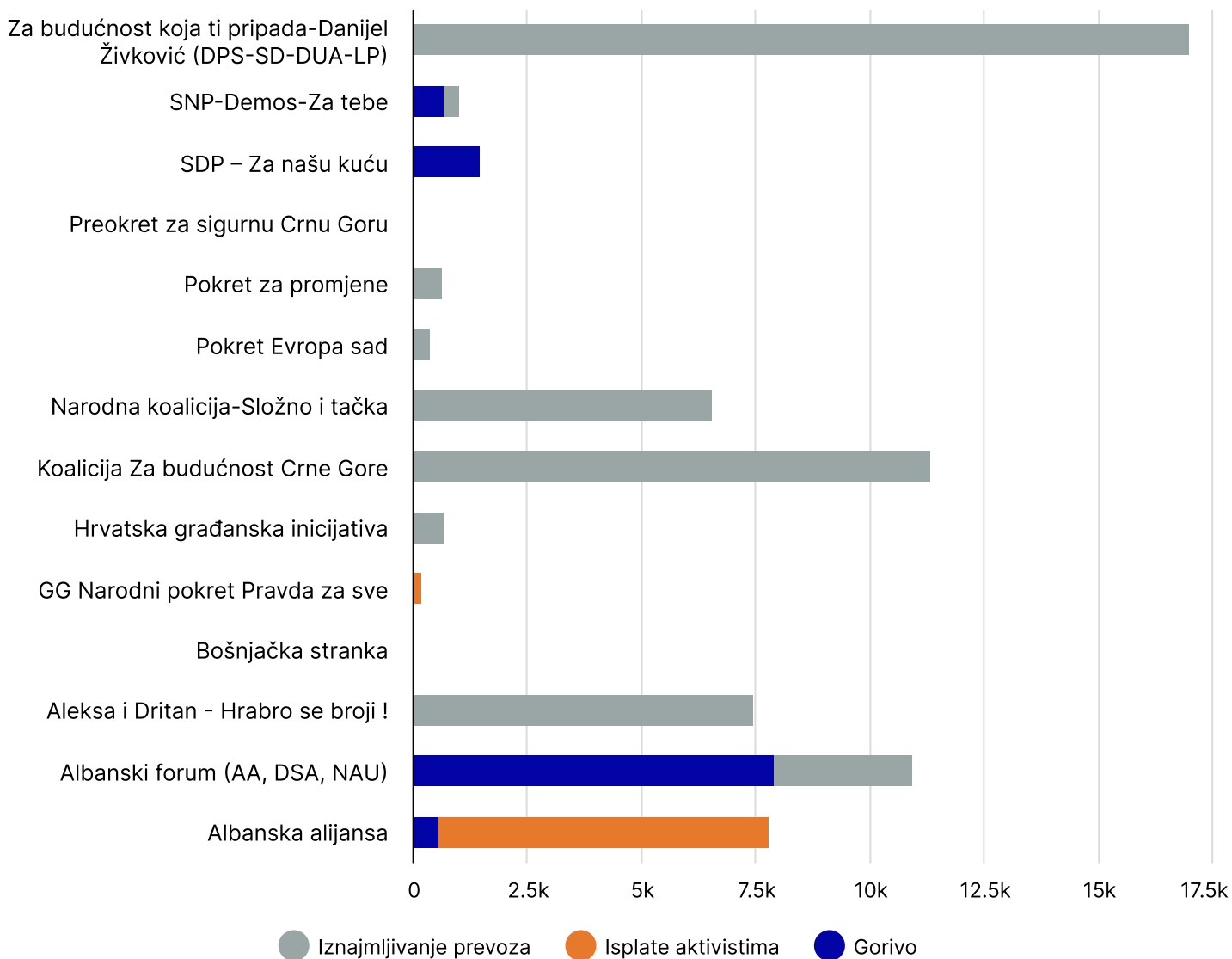
Grafik 21: Prijavljeni troškovi prevoza po vrstama

Najveće troškove prevoza je prijavila koalicija okupljena oko DPS-a, 17 hiljada eura, a svi ti troškovi se odnose na iznajmljivanje prevoza. Njihov najveći dobavljač je bila putnička agencija Mappamondo DOO iz Podgorice koja im je, prema zvaničnim izvještajima, pružila usluge vrijedne skoro 15 hiljada eura. Vlasnici te firme su Dejan Božović i Damir Fetahović, sin Jusufa Fetahovića, bivšeg direktora Telekomu u vrijeme dok je ta telekomunikaciona kompanija još uvijek bila u državnom vlasništvu. [49] Sudeći po mejl adresi, ova kompanija gazduje rent-a-car agencijom „Nava“. [50]

Vrlo je indikativno da DPS uopšte nije prijavio troškove goriva za prevoz svojih aktivista na terenu, ili funkcionera na brojne skupove na kojima su govorili, već isključivo usluge putničke agencije.

[49] Pare otišle na rupe u budžetu, a stranci dobili monopol, Vijesti, 11.01.2012.

[50] Pogledati na: <https://www.navarentacar.com/>; navarentacar@gmail.com je zvanična mejl adresa ove kompanije.



Grafik 22: Vrste troškova prevoza po izbornim listama

Koalicija ZBCG je prijavila troškove prevoza od 11 hiljada eura koji se takođe isključivo odnose na iznajmljivanje prevoza. Njihov najveći dobavljač je bila firma „Zeković prevoz“ iz Nikšića. Vlasnik te prevozničke firme Zdravko Zeković nije poznat široj javnosti kao neko blizak političkim partijama, tačnije o tome se ne mogu naći dodatne informacije. [51]

Ni ZBCG nije prijavio troškove goriva ili isplate aktivistima po tom osnovu, već samo usluge prevoznih kompanija.

Albanski forum je prijavio 11 hiljada eura troškova prevoza, od čega se skoro osam hiljada odnosi na gorivo koje je kupovano isključivo kod „Junčaj petrola“, a oko tri na iznajmljivanje prevoza i to samo od kompanije MCN DOO. Vlasnik kompanije „Junčaj Petrol Commerce“ je izvjesni Ljuidž Junčaj, za koga se ne mogu pronaći dodatni podaci. [52] Mediji su ranije lice tog imena povezivali sa članicom koalicije, Demokratskom unijom Albanaca (DUA), ali ne može se tvrditi da se radi o istoj osobi. [53] Kompanija „MCN“ je u vlasništvu Nikole Memčevića, i bavi se rent-a-car uslugama. [54]

[51] Pogledati na: https://www.facebook.com/zekovic.prevoz.3/?paipv=0&eav=AfZNwMzgZ2dyqhr0d46ko9OY8oCTPlaup6cQMVEKXRkSBGIxFCuJNxWSLbaTR6Fhc4&_rdr.
 [52] Postoji više lica sa istim imenom i prezimenom.
 [53] Pogledati na: <https://mne.ul-info.com/noya-vlada-zenka-ministar-za-ljudska-i-manjinska-prava/>.
 [54] Pogledati na: <https://www.facebook.com/mcnrentacar/>.

Albanska alijansa je prijavila 7,8 hiljada troškova prevoza, gotovo isključivo za naknade tih troškova aktivistima, a samo oko 500 eura je utrošeno za gorivo kupljeno od „Jugopetrola“.

Koalicija Demokrata i URE je prijavila skoro 7,5 hiljada troškova prevoza koji se odnose samo na iznajmljivanje uglavnom od firmi „Božur“ (3,2 hiljade eura) i „Lemid“ (dvije hiljade). Vlasnik kompanije „Božur“, jednog od najvećih prevoznika u zemlji, je Radivoje Kovačević. [55] Što se tiče firme „Lemid“, ona je u vlasništvu izvjesnog Mladena Lečića, bez dodatnih informacija o povezanosti s partijama.

Dakle, ni koalicija Demokrata i URE nije prijavila troškove goriva ili isplate aktivistima po tom osnovu, već isključivo usluge prevoznih kompanija.

Studija slučaja:

Za kompletnu kampanju PES potrošio manje od 400 eura

PES je prijavio nevjerovatnih 373 eura troškova prevoza, i to samo posmatrača na dan izbora, iako je ta partija organizovala skupove u svim opštinama na kojima su govorili njeni visoki funkcioneri.

U slučaju da su koristili dva automobila sa prosječnom zapreminom rezervoara od 50l, i da je jedan automobil na 100 km trošio prosječno 7l goriva, a da je prosječna cijena goriva u tom periodu bila 1.5e, za prevoz osmoro aktivista do Nikšića i nazad bio im je potreban 21 euro. [56]

Do Žabljaka, koristeći ovu računicu, samo na gorivo za prevoz osmoro aktivista u dva vozila potrošili bi 50ak eura. [57] Slična računica bila bi i za odlazak na skup u Herceg Novom. [58]

Dodatno, funkcioneri ove partije obišli su i opštine najudaljenije od Podgorice – Plav, Andrijevicu, Rožaje, pa je jasno da su imali troškove za prevoz svojih članova u iznosu od najmanje nekoliko stotina eura, i to pod uslovom da su koristili samo dva vozila za prevoz osmoro aktivista/funkcionera, a na snimcima sa promotivnih skupova jasno je da ih je bilo i više, koji nisu prijavljeni u izvještaju o troškovima izborne kampanje.

2 vozila 8 aktivista

€ 373 €

🚗 248 L/5 rezervoara

🚗 7 L/100 km

🚗 PG-Žabljak-PG 52€

🚗 PG-Herceg Novi-PG 48€

🚗 PG-Rožaje-PG 55€

[55] Pogledati na: <http://www.bozur.net/me/>.

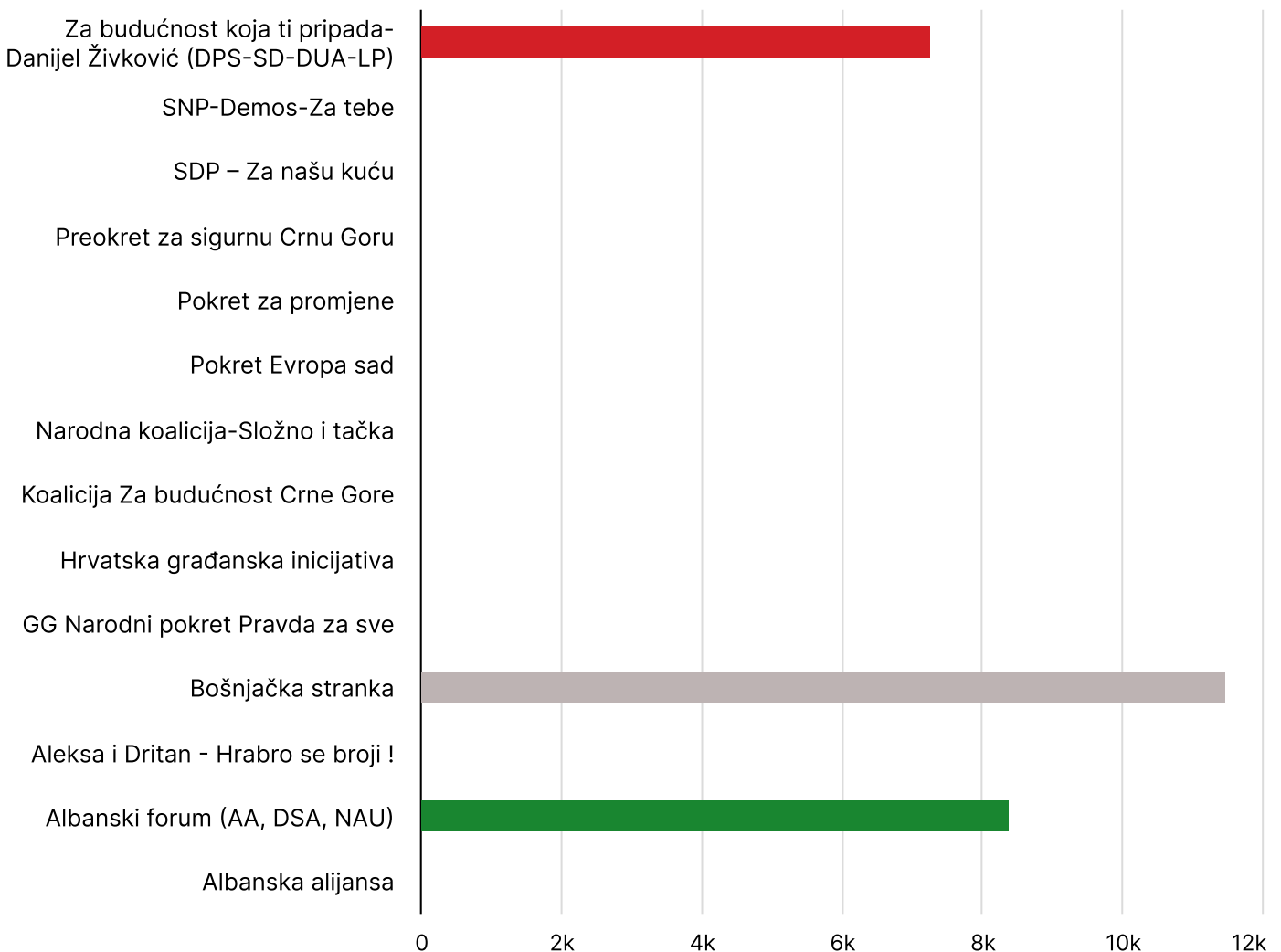
[56] Predizborni skup u Nikšiću: <https://www.youtube.com/watch?v=vhmRYepM6GQ>.

[57] Predizborni skup na Žabljaku: <https://www.youtube.com/watch?v=ZO3mxxOaiFA>.

[58] Predizborni skup u Herceg Novom: <https://www.youtube.com/watch?v=PAYeiQufwMA>.

1.2.8. Analiza prijavljenih troškova istraživanja

Troškove istraživanja javnog mnjenja prijavile su samo tri izborne liste: Bošnjačka stranka preko 11 hiljada eura, Albanski forum oko osam hiljada i DPS oko sedam hiljada eura.



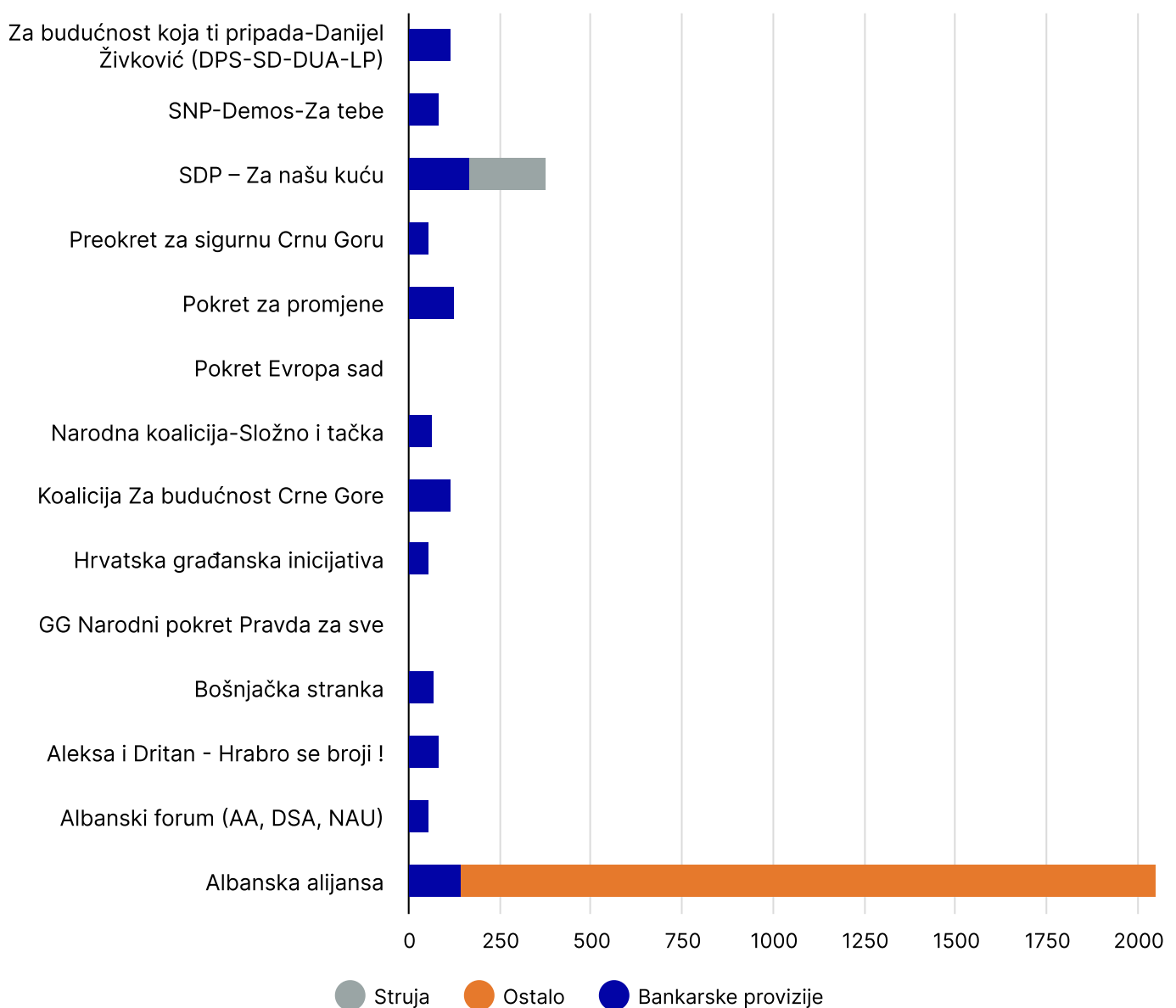
Grafik 23: Prijavljeni troškovi istraživanja javnog mnjenja po izbornim listama

Veoma je teško zamisliti da velike izborne liste kao što su PES, ZBCG i koalicija Demokrata i URE uopšte nisu radile istraživanja javnog mnjenja u toku izborne kampanje, pa postoji velika mogućnost da su ovi troškovi sakriveni.

1.2.9. Analiza prijavljenih troškova administracije

Većina izbornih lista je prijavila zanemarljivo male troškove administracije, a oni se uglavnom odnose na bankarske provizije. Izborne liste nisu prijavljivale ni troškove korišćenja mobilnih telefona, niti interneta, a kamoli struje i drugih režijskih troškova u štabovima koji su formirani za potrebe izbora.

Od svih izbornih lista, samo Albanska alijansa je prijavila troškove kancelarijskog materijala, a samo SDP je prijavio troškove električne energije.



Grafik 24: Prijavljeni troškovi administracije po izbornim listama

1.3. Dugovi



Zvanični izvještaji izbornih lista pokazuju da su ukupni prijavljeni prihodi u kampanji za parlamentarne izbore bili oko million eura, a zvanični troškovi oko tri miliona eura.

Iz zvaničnih izvještaja se ne može utvrditi da li su izborne liste platile oko dva miliona ili dvije trećine prijavljenih troškova izbornih kampanja, zbog manjkavosti zakonskih odredbi.

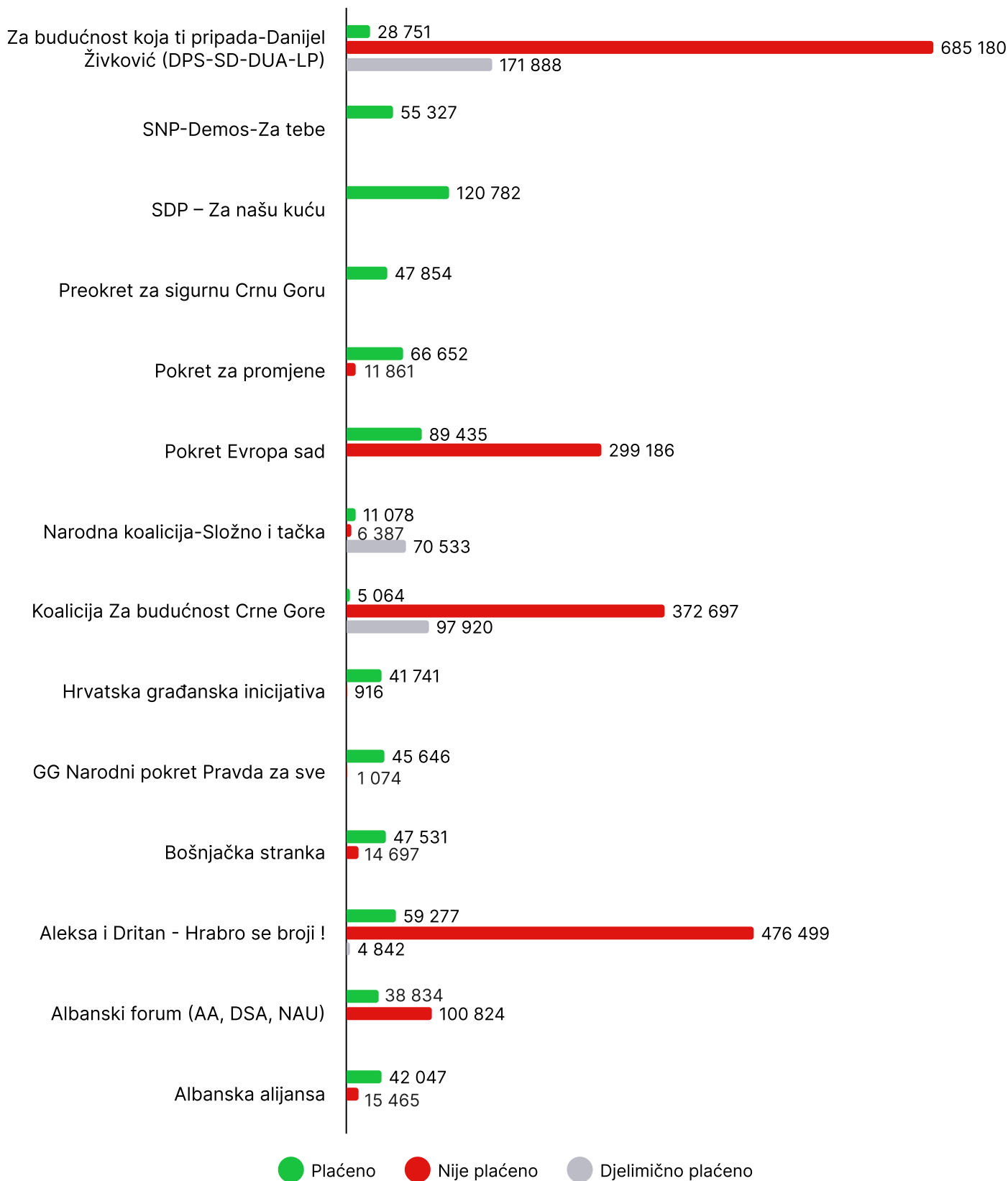
Shodno zakonu, izborne liste imaju rok od dva mjeseca da sa posebnog izbornog računa plate troškove kampanje nakon što podnesu izvještaje o njenom finansiranju.

Naime, partije su dužne da izještaje o finansiranju kampanje podnesu 30 dana od dana održavanja izbora [59], a tek 10 dana nakon toga dobijaju sredstva iz državnog budžeta koja se dijele srazmjerno broju osvojenih mandata. [60] Poseban račun za finansiranje kampanje izborne liste su dužne da zatvore 90 dana od proglašenja konačnih rezultata izbora. [61]

Napominjemo da od dana održavanja izbora do proglašenja konačnih rezultata može proći i po nekoliko nedjelja u slučaju da se, zbog žalbi, izbori ponavljaju na nekom biračkom mjestu.

U svojim zvaničnim izvještajima, izborne liste navode da su platile samo dio troškova kampanje. Najveći dugovi su ostali DPSu, pa koaliciji Demokrata i URE, zatim ZBCG i Pokretu Evropa sad.

[59] Član 50 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja: Politički subjekt je dužan da sačini izvještaj o porijeklu, visini i strukturi prikupljenih i utrošenih sredstava iz javnih i privatnih izvora za izbornu kampanju i podnese Agenciji, sa pratećom dokumentacijom, u roku od 30 dana od dana održavanja izbora.
[60] Prema članu 20 Zakona 20% ukupnog fonda za finansiranje izborne kampanje se raspodjeljuje u jednakim iznosima svim potvrđenim izbornim listama, a preostalih 80% u roku od deset dana od dana kad politički subjekti dostave Agenciji izvještaje o sredstvima prikupljenim i utrošenim za izbornu kampanju sa prapatnom dokumentacijom iz člana 50 ovog zakona.
[61] Član 25 Zakona: Politički subjekt je dužan da poseban žiro račun iz člana 24 ovog zakona zatvori u roku od 90 dana od dana objavljivanja konačnih rezultata izbora o čemu, u roku od tri dana od dana zatvaranja posebnog žiro računa, obavještava Agenciju i dostavlja dokaz o zatvaranju istog.



Grafik 25: Plaćeni, neplaćeni i djelimično plaćeni troškovi svih izbornih lista

BESPLATNO MEDIJSKO PREDSTAVLJANJE IZBORNIH LISTA

2.

Pored nacionalnog i lokalnih javnih servisa kojima nije dozvoljeno da naplaćuju reklame političkim partijama, sve privatne televizijske kuće su takođe imale besplatno medijsko predstavljanje izbornih lista koje je uključivalo priloge u informativnim emisijama i posebne emisije posvećene izborima.

Trajanje besplatnog medijskog predstavljanja na komercijalnim televizijama nije preciznije regulisano, što ostavlja prostor za prikriveni marketing nekih izbornih lista. Neki mediji su uvodili posebne emisije i očigledno favorizovali neke liste, pa se postavlja pitanje da li bi takvo postupanje trebalo tretirati kao donacije.

Javni servisi, a posebno komercijalni emiteri, nisu dali isti prostor svim izbornim listama. Najduže je trajalo besplatno medijsko predstavljanje koalicija ZBCG (19%), na drugom mjestu je koalicija Demokrata i URE (16%), na trećem DPS (12%), a na četvrtom Evropa sad, Pokret za promjene i SDP sa po 9%.

Podaci dati u ovom poglavlju se odnose na trajanje medijskog predstavljanja izborne liste, bez obzira da li je ono pozitivno, neutralno ili negativno.

Agencija za elektronske medije je u Pravilniku o pravima i obavezama emitera za parlamentarne izbore 2023. godine navela:

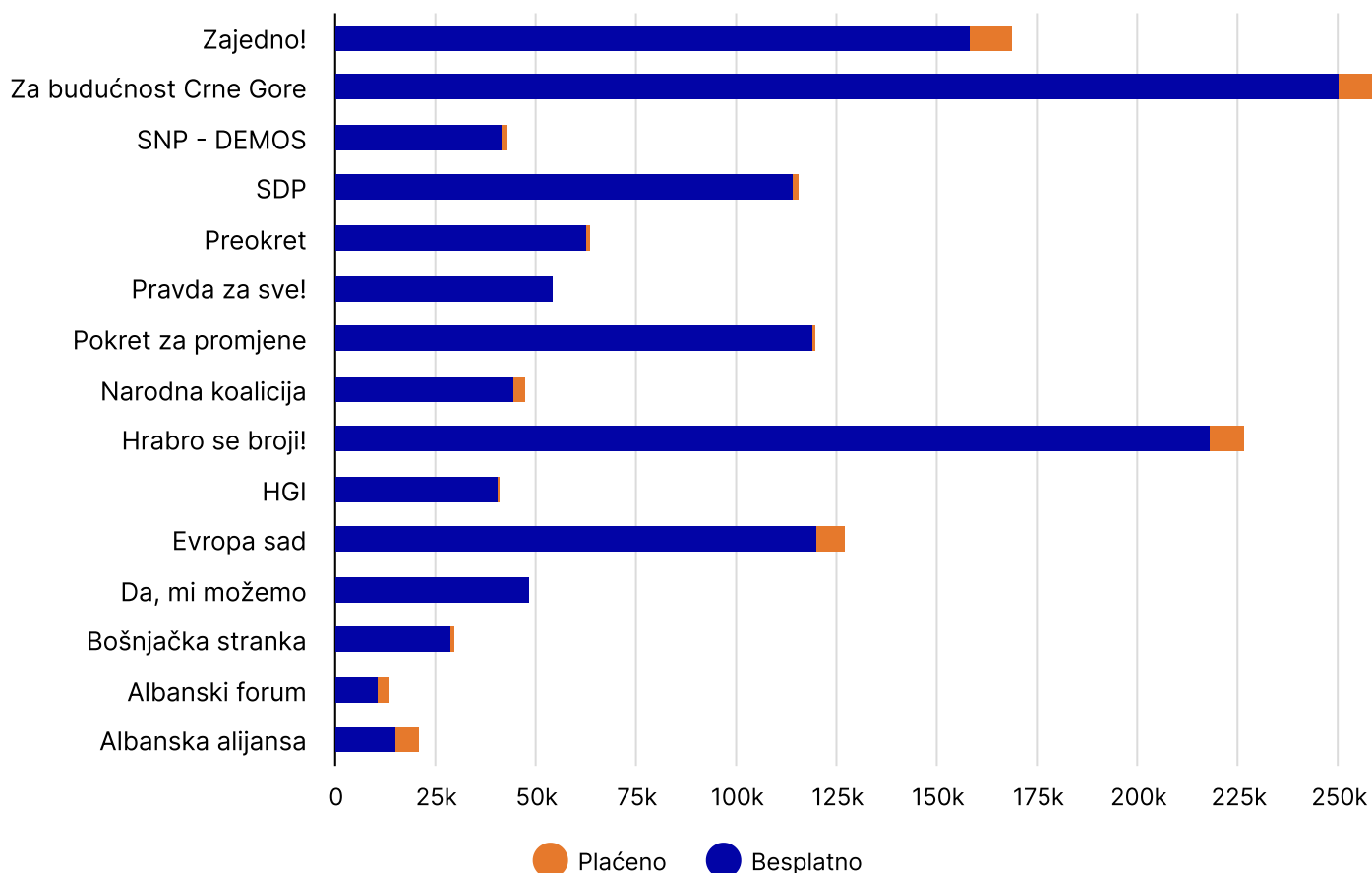
“Političko oglašavanje je radio ili televizijsko oglašavanje, sa ili bez finansijske nadoknade, kojim se preporučuju podnosioci izbornih lista i kandidati sa izbornih lista ili njihove aktivnosti, ideje ili politički stavovi.” [62]

Javni emiter odnosno komercijalni ili neprofitni emiter, koji omogućava medijsko predstavljanje, prema Pravilniku AEM-a, mora usvojiti i učiniti javnim posebna pravila o medijskom predstavljanju u toku izborne kampanje. [63]

Emiteri su dužni da vode evidenciju da li je u pitanju plaćeno ili besplatno oglašavanje [64], ali u praksi sami prilozi najčešće nisu označeni. To u velikoj mjeri otežava monitoring oglašavanja u medijima, jer je gotovo nemoguće utvrditi koje oglašavanje je plaćeno, a koje besplatno.

Podaci koje je objavila Agencija za elektronske medije pokazuju da su izborne liste imale višestruko duže trajanje besplatnog medijskog predstavljanja od plaćenog, a neke političke strukture su očigledno bile favorizovane u pojedinim medijima.

Plaćeno oglašavanje svih lista na svim televizijama je trajalo 55.341 sekundu, a besplatno predstavljanje 1.326.900 sekundi ili 24 puta duže od plaćenog.



Grafik 26: Besplatno i plaćeno oglašavanje izbornih lista u elektronskim medijima (u sekundama)

[62] Pravilnik o pravima i obavezama emitera za parlamentarne izbore 2023. godine, član 2 stav 4.

[63] Ibid, član 5 stav 1.

[64] Ibid, član 7 stav 1.

Prema izvještaju AEM-a, medijsko predstavljanje partija uključuje

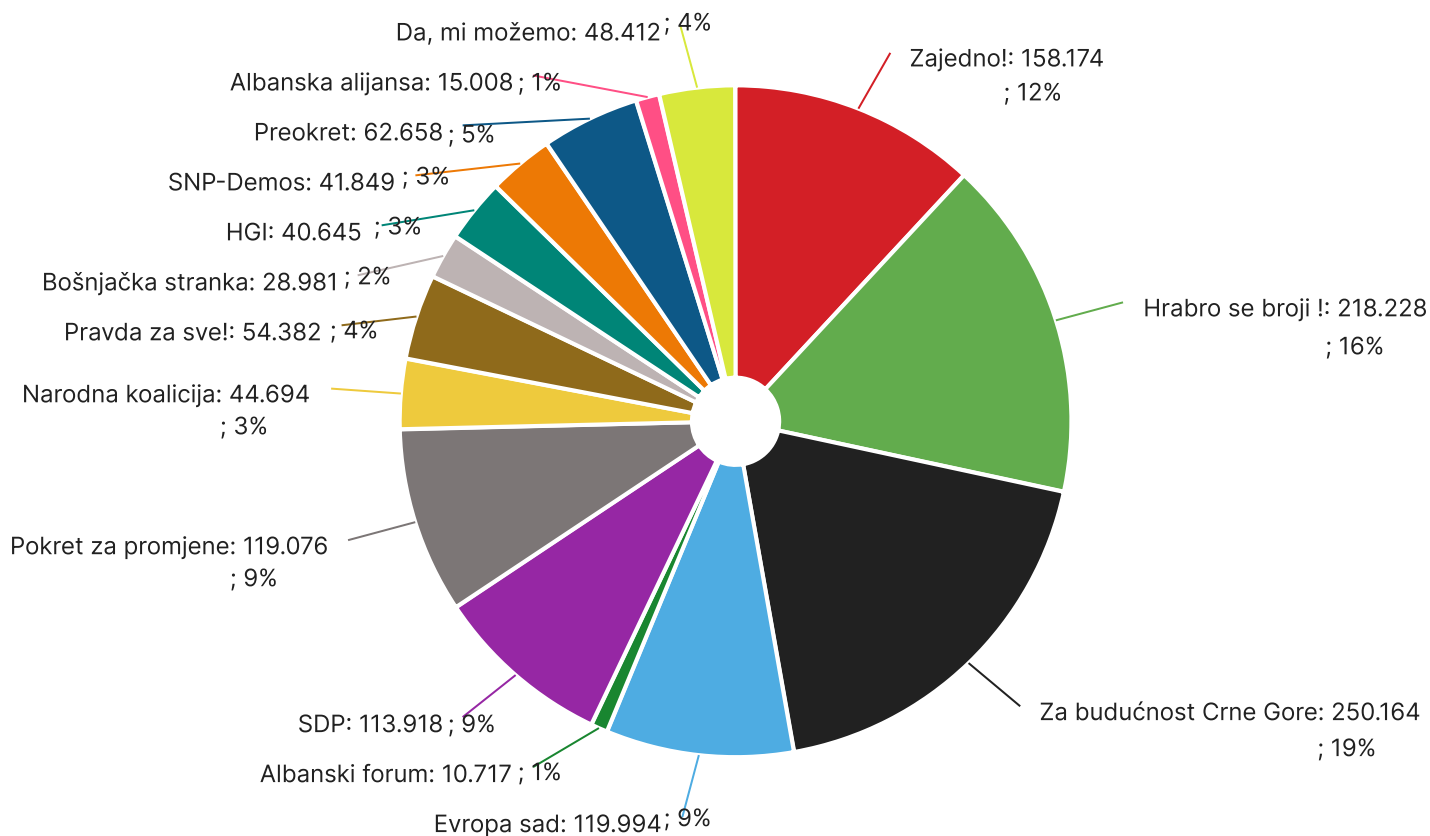
- informisanje o njihovim aktivnostima kroz **priloge u informativnim emisijama**,
- **posebne emisije** sa debatama, sučeljavanjima, intervjuima itd,
- **politički marketing** uključuje i izvještaje sa promotivnih skupova proizvedene od strane izbornih lista koje su javni emiteri emitovali u blokovima komercijalnog marketinga.



Ukupno trajanje različitih vrsta medijskog predstavljanja (u sekundama) – besplatno i plaćeno

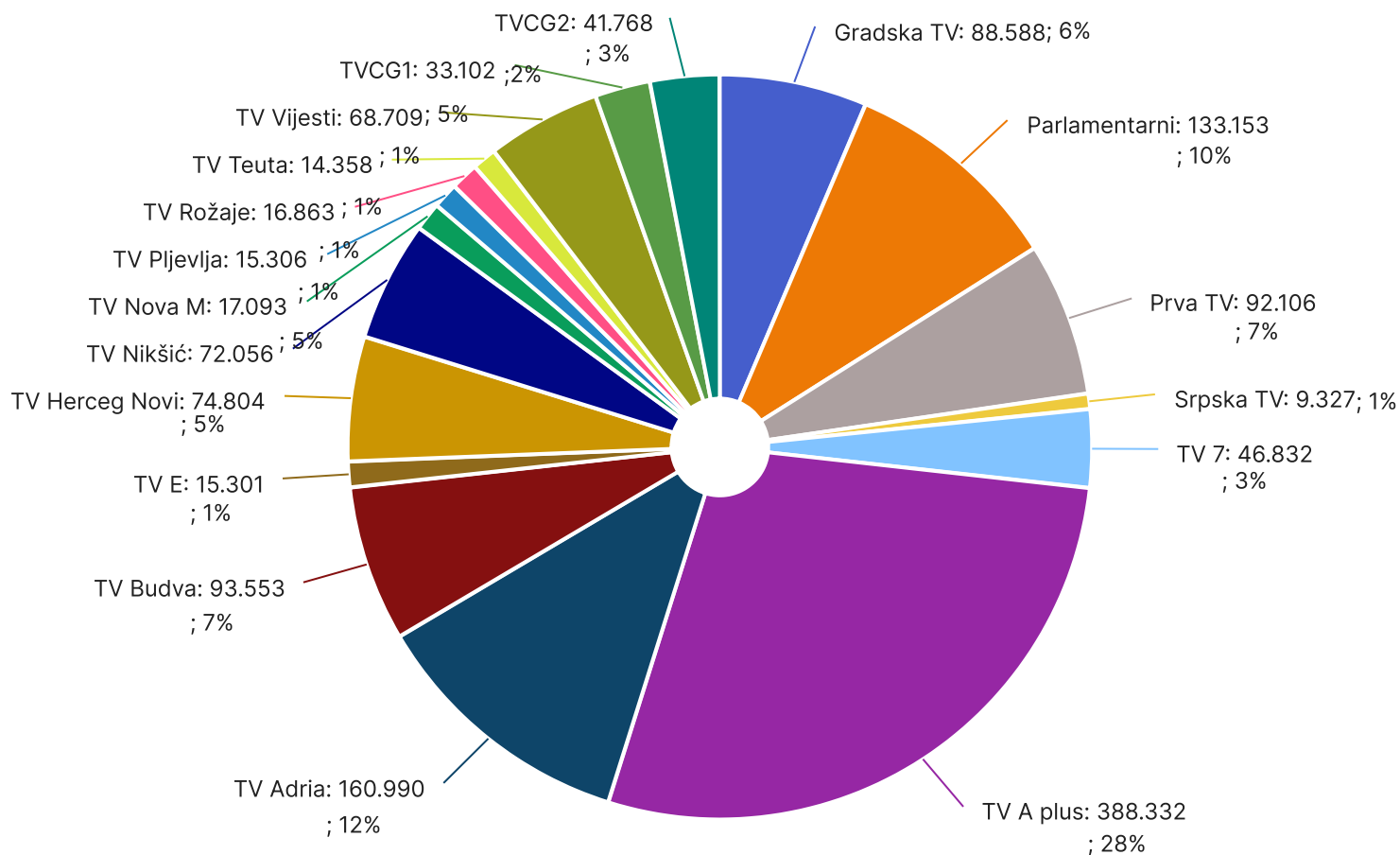
Oko 73% ukupnog medijskog predstavljanja izbornih lista se odnosilo na posebne emisije posvećene izborima, 14% na besplatni politički marketing, 9% na izvještavanje o aktivnostima izbornih lista u informativnim emisijama, a samo 4% na plaćeni marketing.

Najviše prostora u okviru besplatnog medijskog predstavljanja na svim crnogorskim televizijama je dobila koalicija ZBCG i to oko 19%. Na drugom mjestu je koalicija Demokrata i URE sa 16%, a na trećem koalicija okupljena oko DPS-a sa 12%. Na četvrtom mjestu je PES sa 9%, neznatno više od Pokreta za promjene, a malo manje prostora od njih je dobio SDP.



Grafik 27: Struktura besplatnog medijskog predstavljanja na svim crnogorskim televizijama (u sekundama)

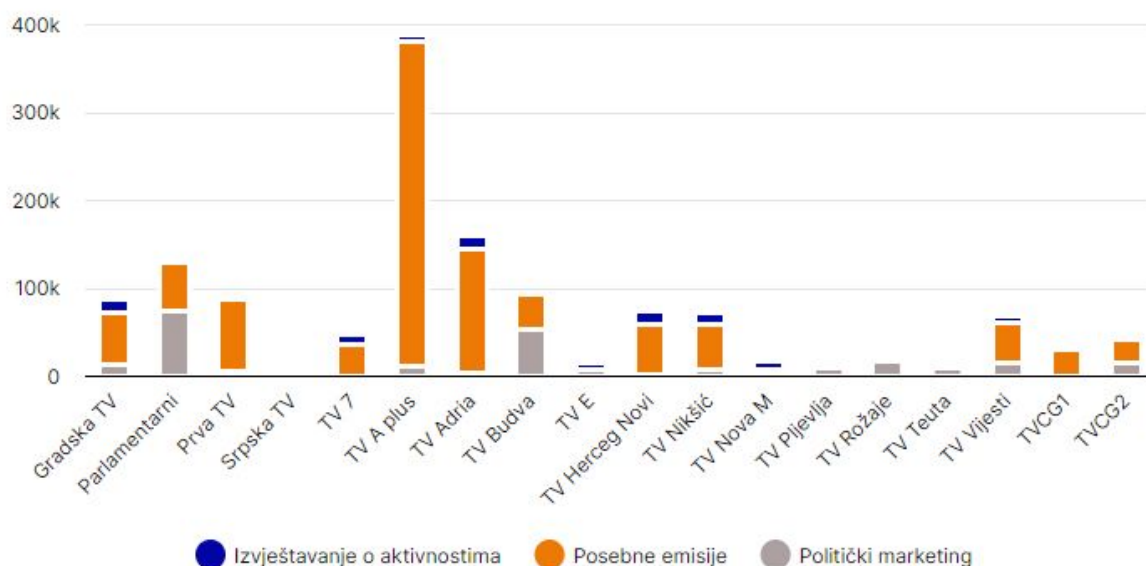
Najviše prostora za medijsko predstavljanje izbornih lista je bilo na TV A plus (28%), i to iz razloga što su po više puta u toku dana reprizirali emisiju u kojoj su predstavljane izborne liste. Na drugom mjestu je **TV Adria (12%),** Parlamentarni kanal (10%), Televizija Budva (7%) i Prva TV (7%).



Grafik 28: Trajanje besplatnog i plaćenog medijskog predstavljanja (u sekundama), po televizijama

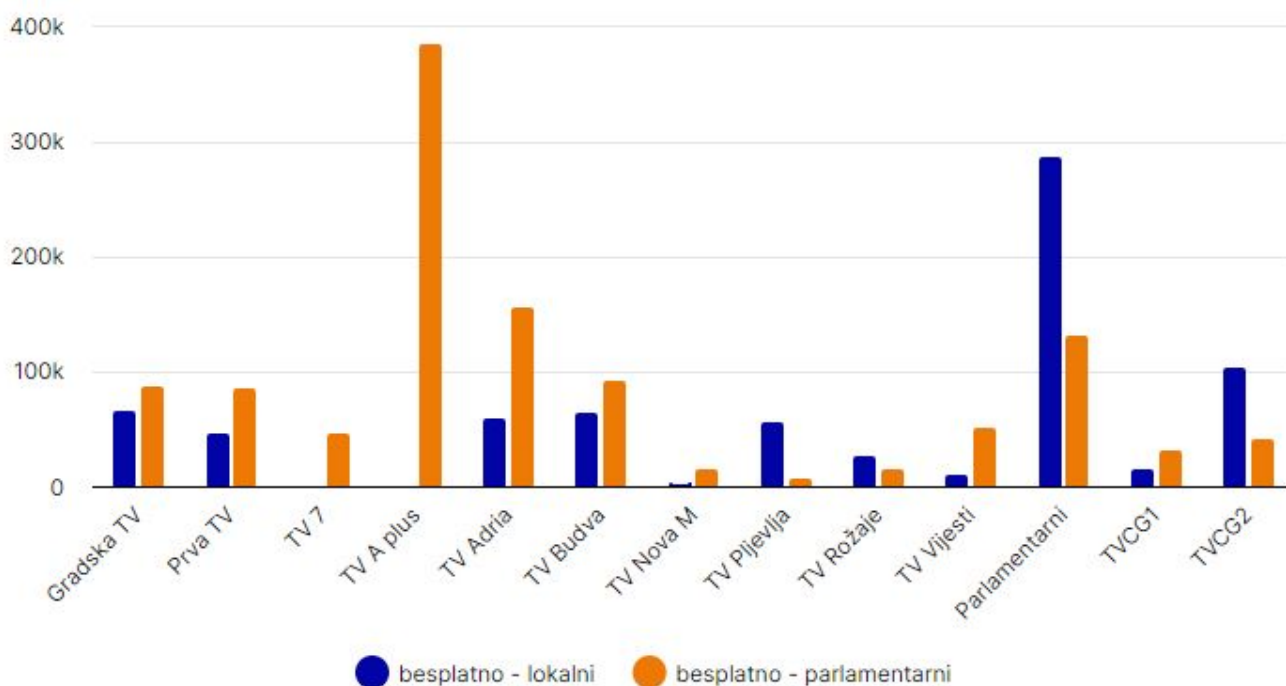
Na većini televizija su **preovladavale posebne emisije,** dok je na Parlamentarnom programu, TV Budva i manjim lokalnim javnim servisima primjetno značajnije učešće oglašavanja. Zanimljivo je da **ni jedna emisija koju je TV E emitovala u predizbornom periodu nije klasifikovana kao medijsko predstavljanje.**

Grafik 29: Trajanje različitih besplatnih vrsta medijskog predstavljanja (u sekundama), po televizijama

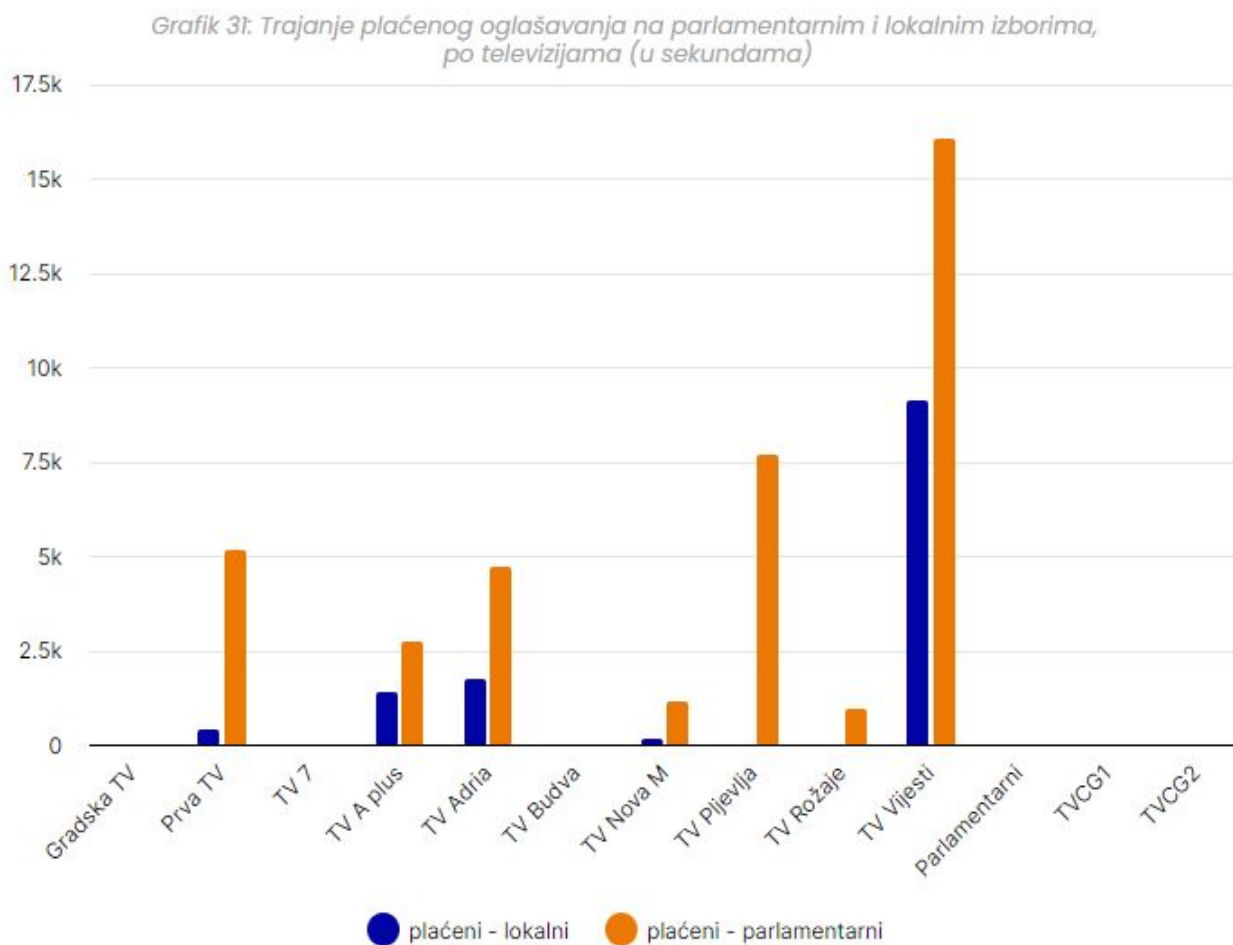


Poređenje sa podacima sa lokalnih izbora održanih u oktobru 2022. pokazuje da je većina televizija izdvojila više besplatnog reklamnog prostora za parlamentarne izbore, a posebno TV A plus. Međutim, na Parlamentarnom kanalu i Drugom programu RTCG bilo je dvostruko manje besplatnog prostora za predstavljanje izbornih lista na parlamentarnim nego na lokalnim izborima.

Grafik 30: Trajanje besplatnog oglašavanja na parlamentarnim i lokalnim izborima, po televizijama (u sekundama)

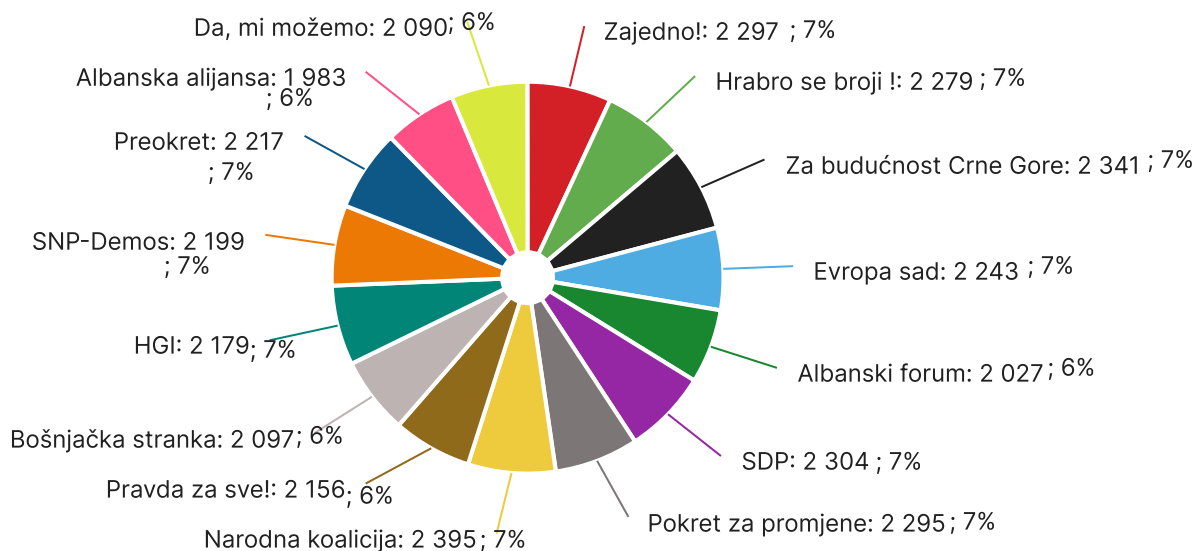


Na svim televizijama koje su imale plaćeni marketing, više vremena je utrošeno na parlamentarnim u odnosu na lokalne izbore.



2.1. Radio televizija Crne Gore

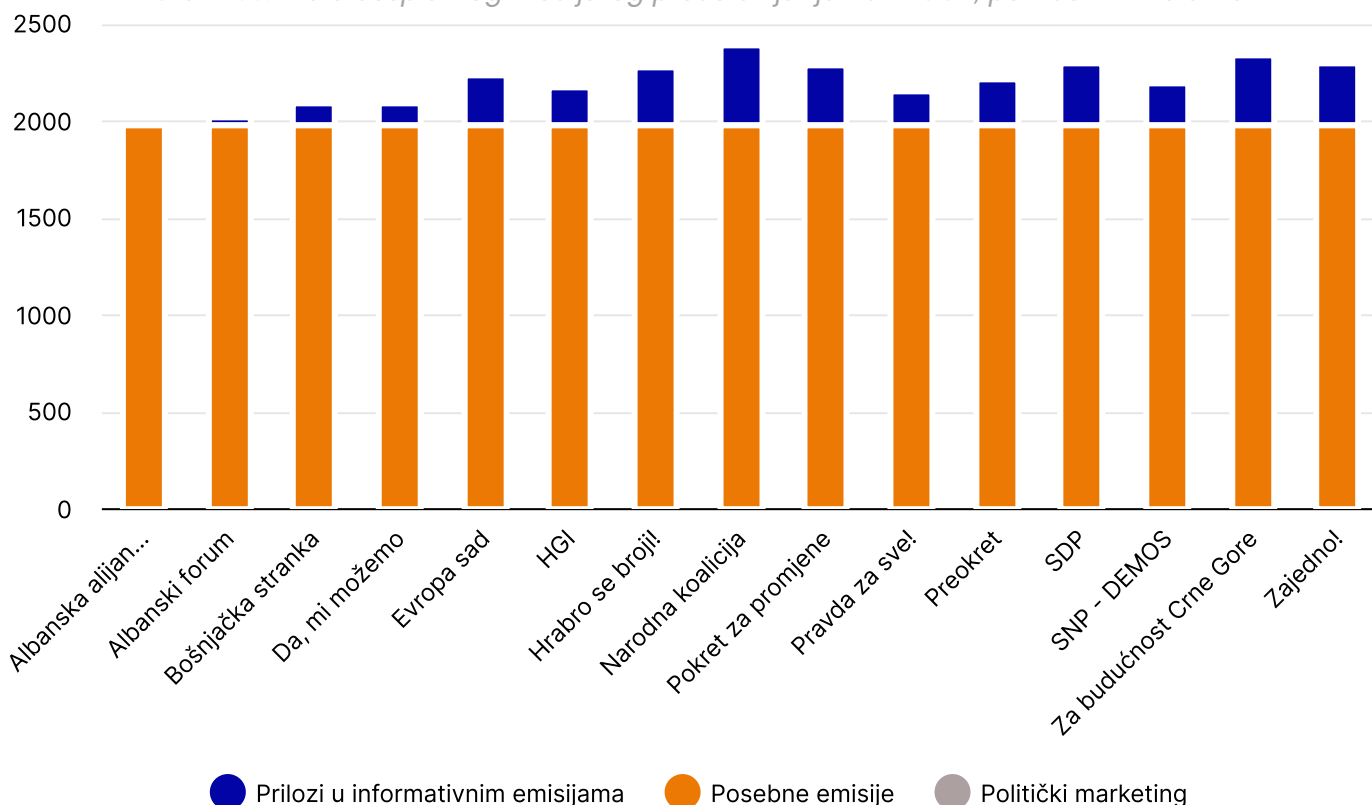
Prvi program Radio televizije Crne Gore (RTCG) je prilično **ravnopravno** podijelio prostor za medijsko predstavljanje, pa su skoro sve izborne liste dobile po oko 7% ukupnog prostora.



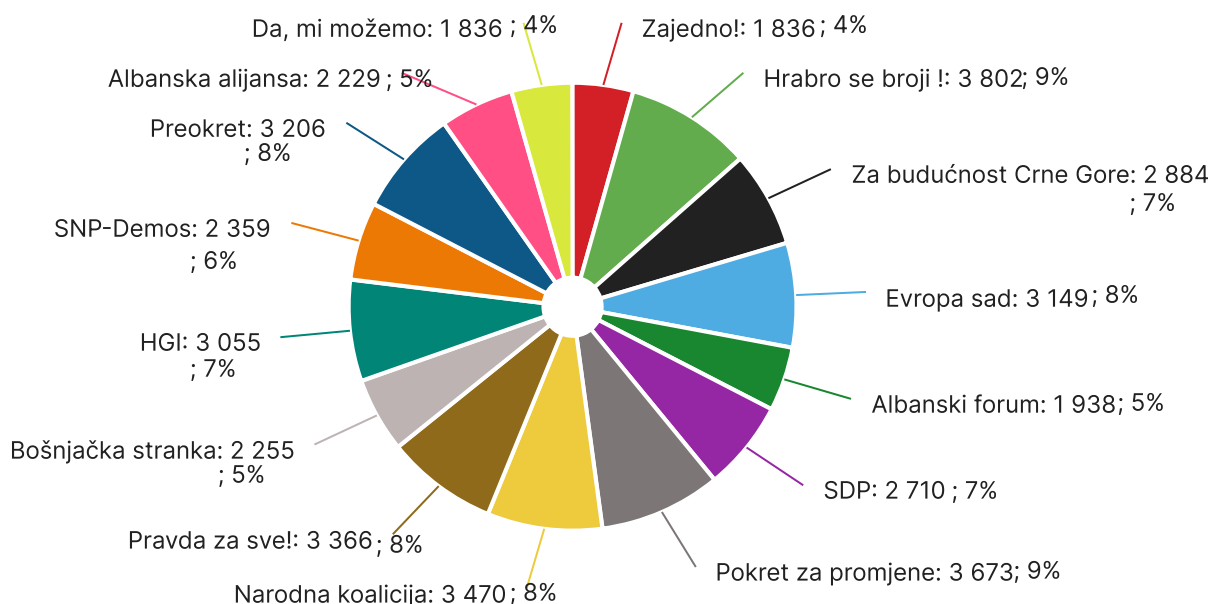
Grafik 32: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na RTCG 1

Međutim, **u informativnim emisijama nije bilo priloga o Albanskoj alijansi, a Albanski forum i Bošnjačka stranka su bile vrlo rijetko zastupljene, dok su najviše prostora dobili Narodna koalicija, ZBCG i SDP.**

Grafik 33: Vrste besplatnog medijskog predstavljanja na RTCG 1, po izbornim listama



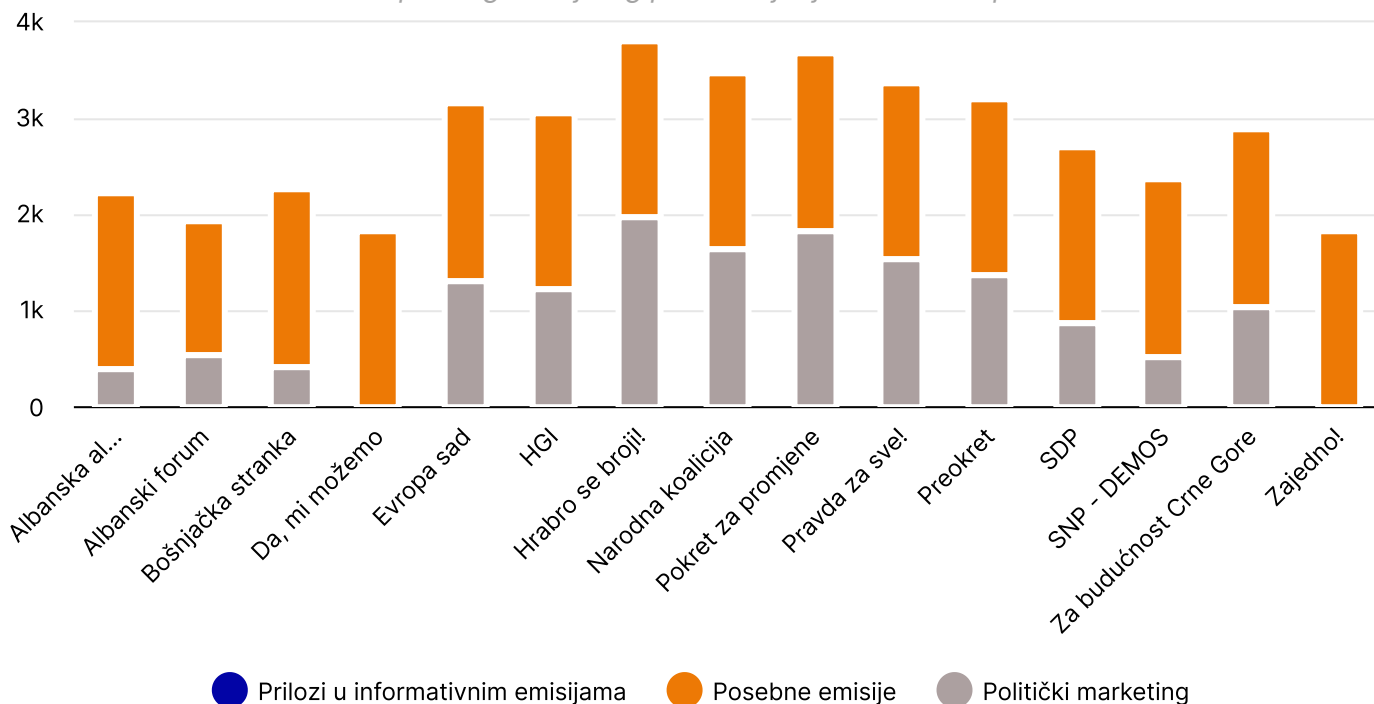
Na drugom programu RTCG najviše prostora su dobile koalicija Demokrata i URE (9%) i Pokret za promjene (9%), a slijede Narodna koalicija, Pravda za sve, Preokret i Evropa sad sa po 8%. Sa druge strane, koalicija okupljena oko DPS-a je dobila samo 4% ukupnog prostora na drugom programu RTCG.



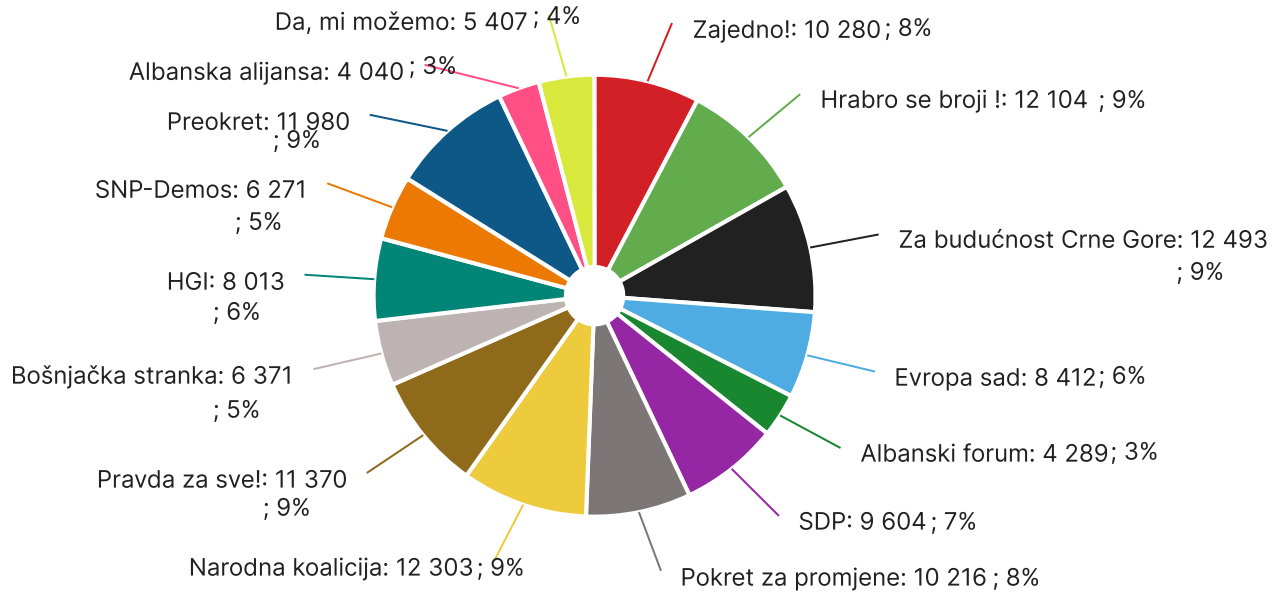
Grafik 34: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na RTCG 2

Dok je učešće izbornih lista u posebnim emisijama na RTCG 2 bilo uglavnom ujednačeno, sa izuzetkom Albanskog foruma koji je dobio nešto manje prostora, trajanje besplatnog političkog marketinga se u velikoj mjeri razlikovalo po izbornim listama. **Koalicija okupljena oko DPS-a i lista Da, mi možemo uopšte nisu imale besplatni politički marketing na RTCG 2, dok su najviše prostora imale koalicije Demokrata i URE i Pokret za promjene.**

Grafik 35: Vrste besplatnog medijskog predstavljanja na RTCG 2, po izbornim listama

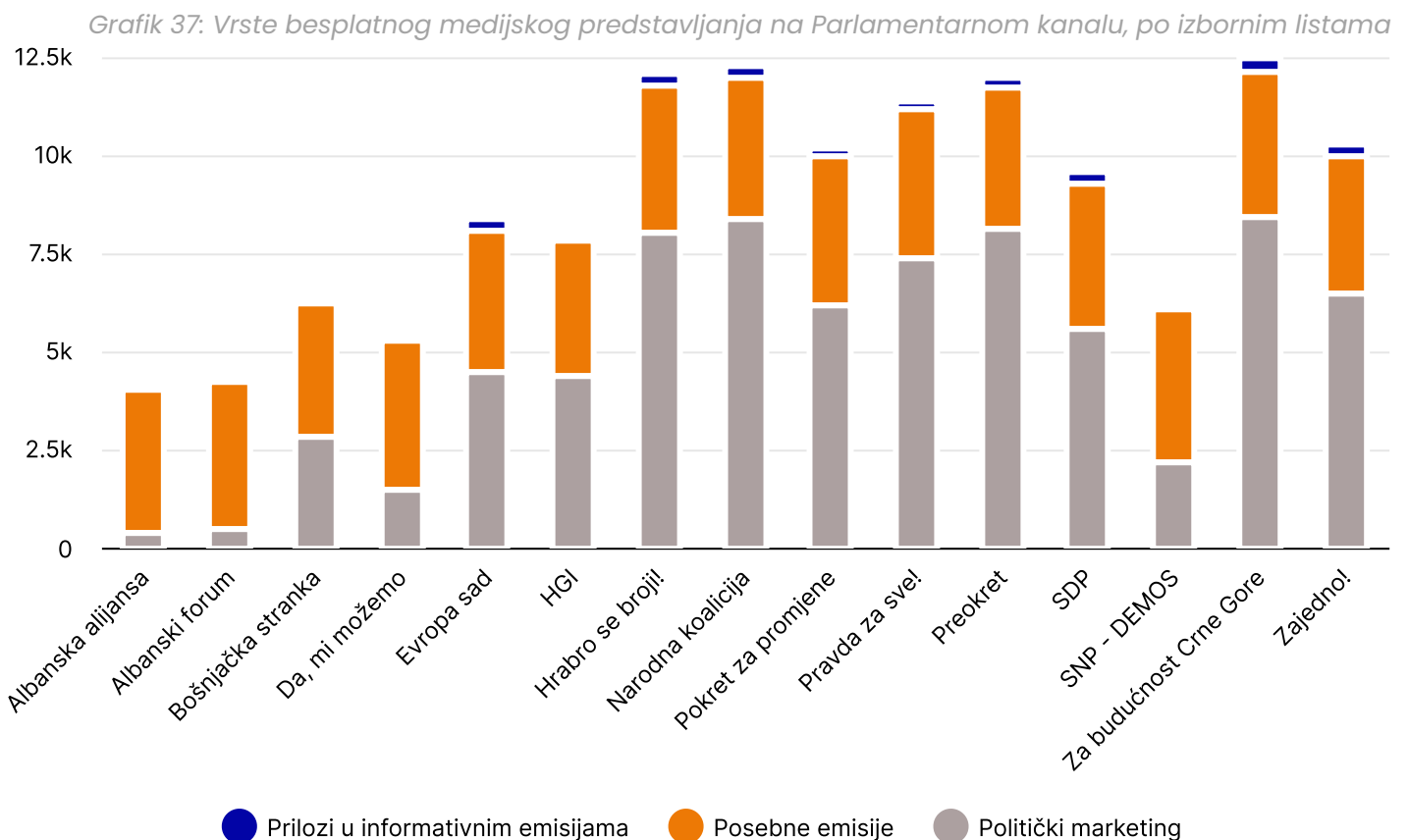


Na parlamentarnom kanalu RTCG najviše prostora (po 9%) su dobile izborne liste ZBCG, Narodna koalicija, koalicija Demokrata i URE, Preokret i Pravda za sve. Koalicija oko DPS-a i Pokret za promjene su dobili po oko 8%. Zanimljivo je i da su **partije manjina**, Albanski forum i Albanska alijansa dobile po **samo 3%** besplatnog reklamnog prostora na Parlamentarnom kanalu.



Grafik 36: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na Parlamentarnom kanalu

Albanska alijansa i Albanski forum su dobili izuzetno malo prostora u okviru političkog marketinga na Parlamentarnom programu, a najviše je imala ZBCG, Narodna koalicija, koalicija Demokrata i URE, pa Preokret.



Od svih kanala RTCG najviše prostora za medijsko predstavljanje izbornih lista je bilo na Parlamentarnom kanalu (64%), pa na Drugom programu (20%), a na najmanje na Prvom (16%).

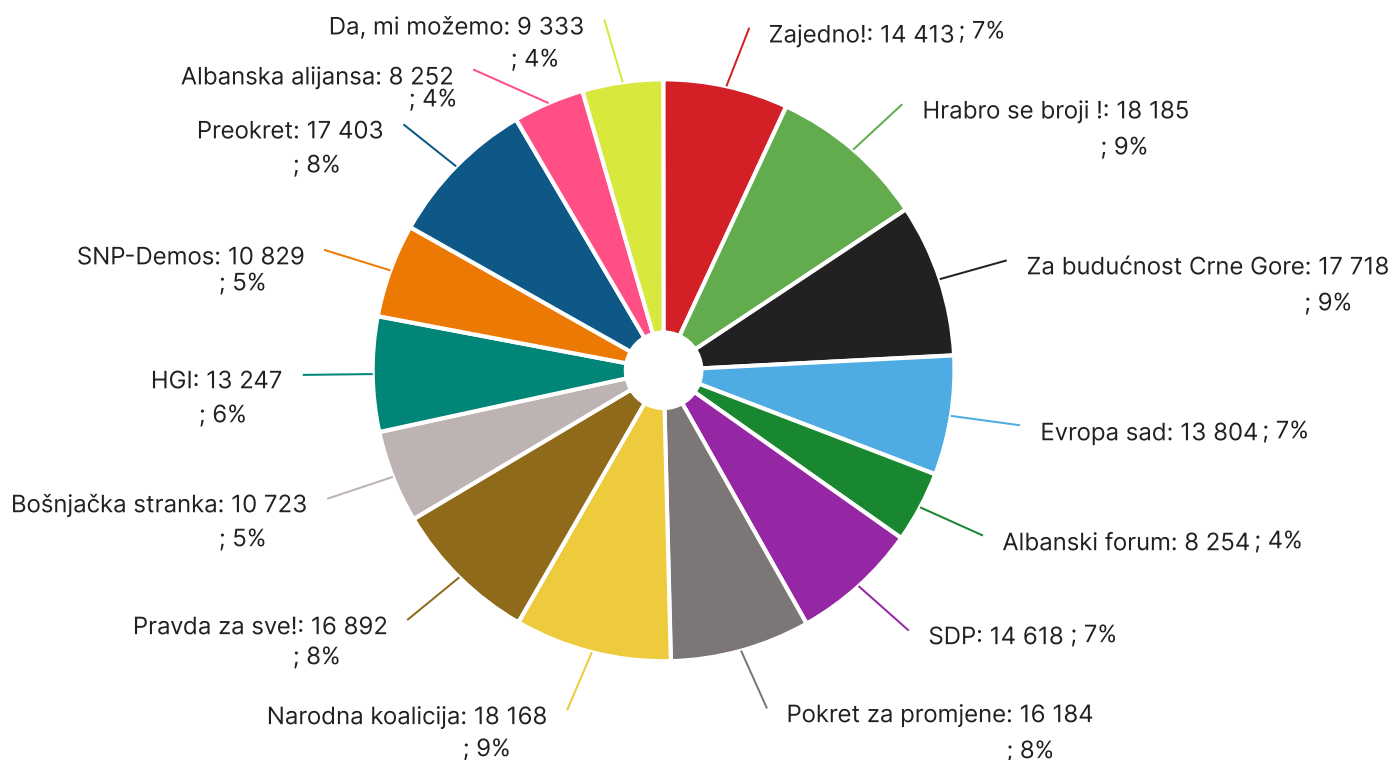


Trajanje besplatnog političkog marketinga na svim programima RTCG

Ukupni podaci za sve kanale RTCG pokazuju da ta medijska kuća nije ravnomjerno raspodijelila prostor za medijsko predstavljanje na sve izborne liste, a najmanje prostora su imale partije koje predstavljaju nacionalne manjine. Neke liste koje nisu ni ostvarile parlamentarni status su imale dvostruko više vremena od drugih.

Najviše prostora za medijsko predstavljanje na svim kanalima RTCG su imale koalicija Demokrata i URE (9%), Narodna koalicija predvođena Dejanom Vukšićem (9%), koja nije prešla cenzus i koalicija ZBCG (9%). Odmah iza njih, sa po 8% su tri liste koje nisu ušle u parlament: Preokret, Pravda za sve na čelu sa Vladimirom Leposavićem i Pokret za promjene.

Slijede SDP (7%), koalicija okupljena oko DPS-a i PES sa po 7%. HGI je dobila 6% ukupnog medijskog predstavljanja na svim kanalima RTCG, a SNP i Bošnjačka stranka po 5%. Da, mi možemo, Albanski forum i Albanska alijansa su imali po 4%.

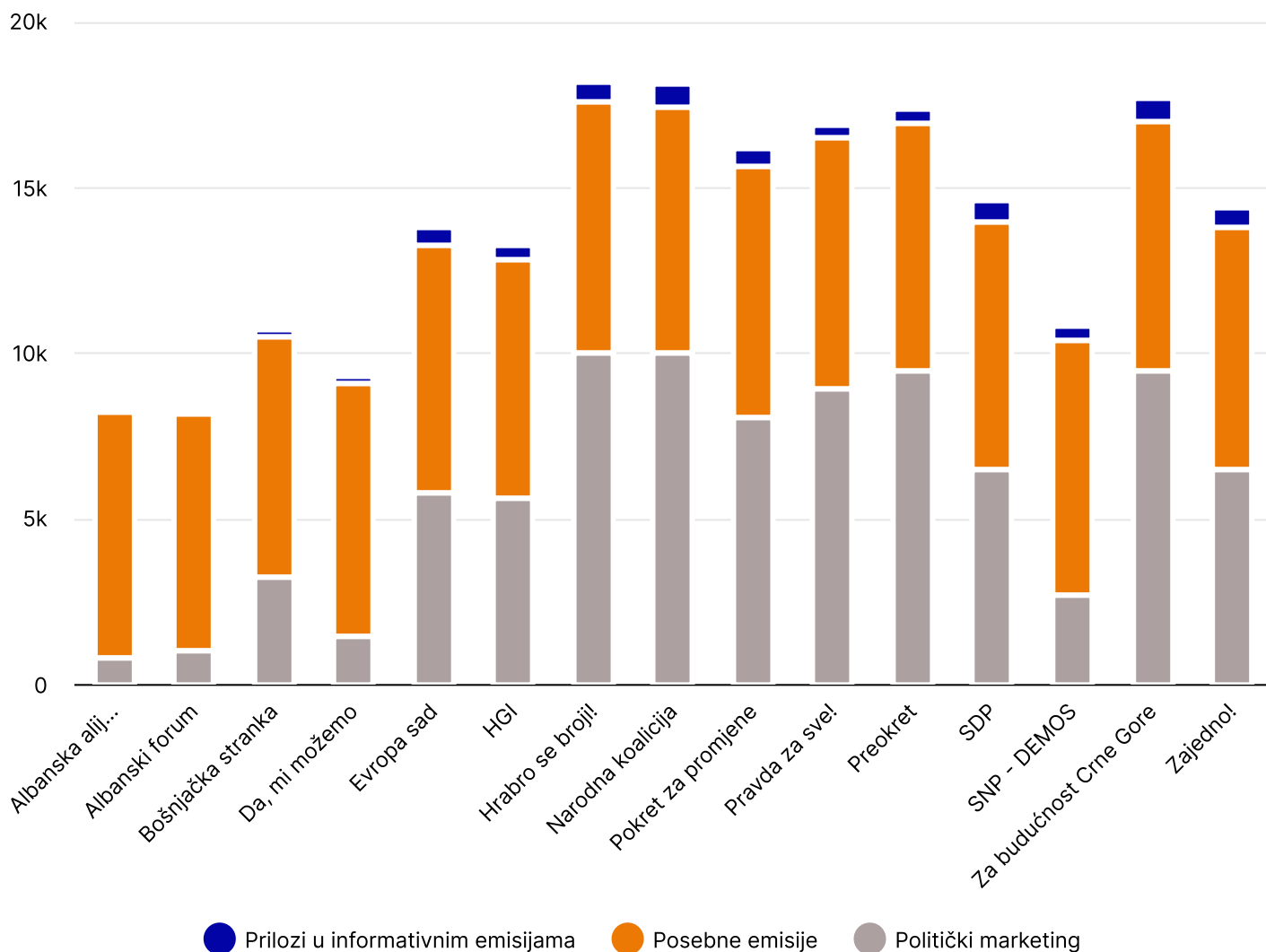


Grafik 38: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na svim programima RTCG

Primijetne su značajne i neobjašnjive razlike u trajanju političkog marketinga na svim programima RTCG. Na primjer, vanparlamentarna partija je reklamirana 12 puta duže nego jedna partija manjina.

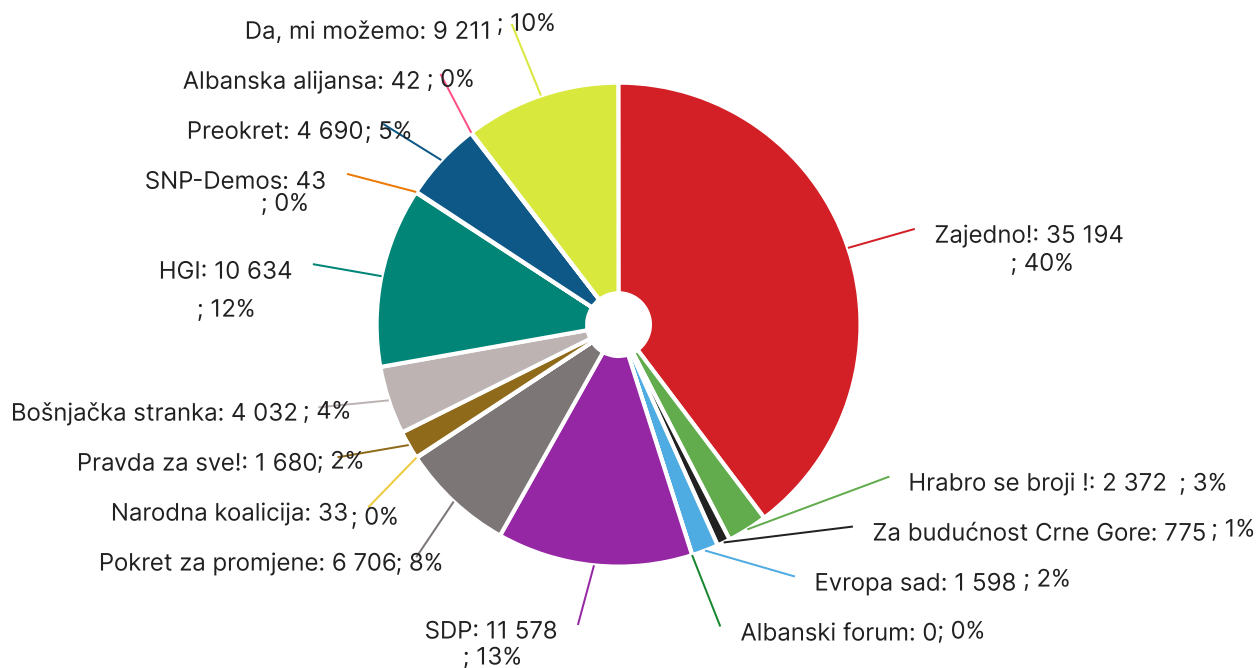
Najviše prostora za politički marketing je imala Narodna koalicija koja je na kanalima RTCG reklamirana 12 puta duže nego Albanska alijansa. Za njom slijede koalicija URE i Demokrata, Preokret, pa ZBCG sa po 11%. Nakon njih su Pravda za sve (10%) i Pokret za Promjene (9%), pa koalicija oko DPS-a i SDP sa po 7%. Slijede Evropa sad i HGI sa po 6%, Bošnjačka stranka (4%), SNP (3%), Da mi možemo (2%), pa Albanski forum i Albanska alijansa sa po 1%.

Grafik 39: Vrste besplatnog medijskog predstavljanja na svim kanalima RTCG, po izbornim listama



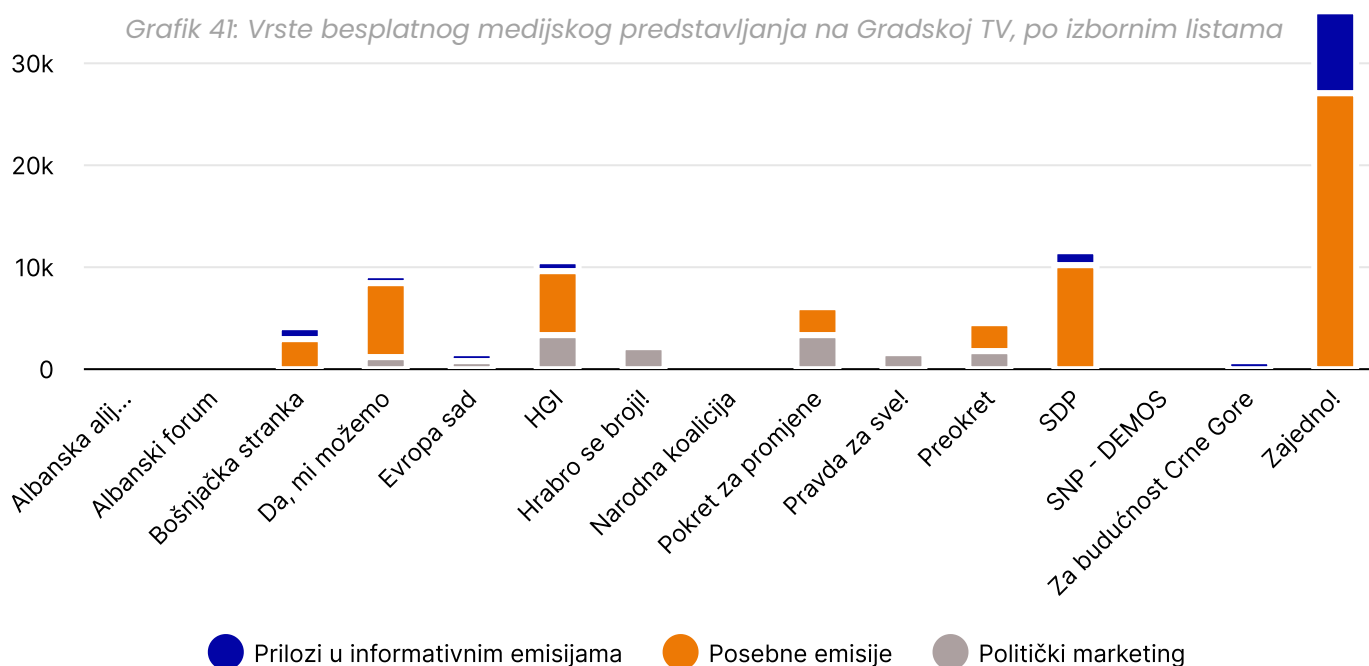
2.2. Drugi javni servisi

Gradska TV, kao javni servis, ni jednoj izbornoj listi nije naplaćivala oglašavanje, već su sve informacije emitovane u okviru besplatnih termina. Na toj televiziji **ubjedljivo je dominirala koalicija okupljena oko DPS-a sa 40% prostora, na drugom mjestu je SDP sa 13%, pa HGI sa 12% učešća u ukupnom emitovanom programu.**

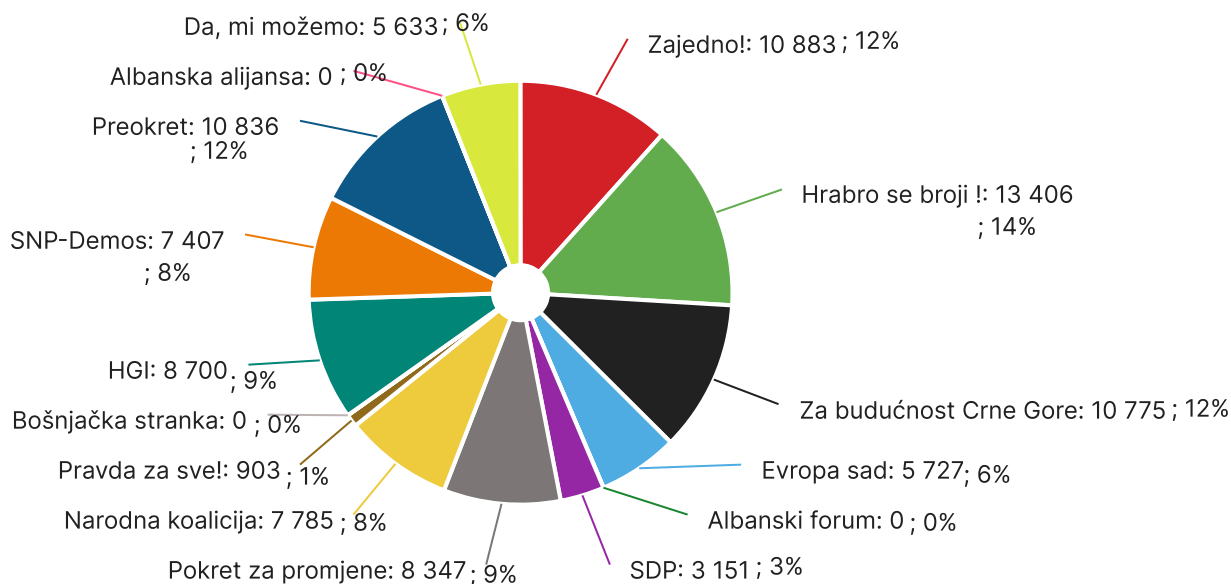


Grafik 40: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na Gradskoj TV

Najveći dio medijskog predstavljanja se odnosio na posebne emisije posevećene izborima (67%), na drugom mjestu su prilozi u informativnim emisijama (17%), pa politički marketing (16%). Primjetna je izrazita dominacija koalicije oko DPS-a, koja nije imala politički marketing na ovoj televiziji, već se njihovo predstavljanje odnosilo na priloge u informativnim emisijama i učešće u emisijama.

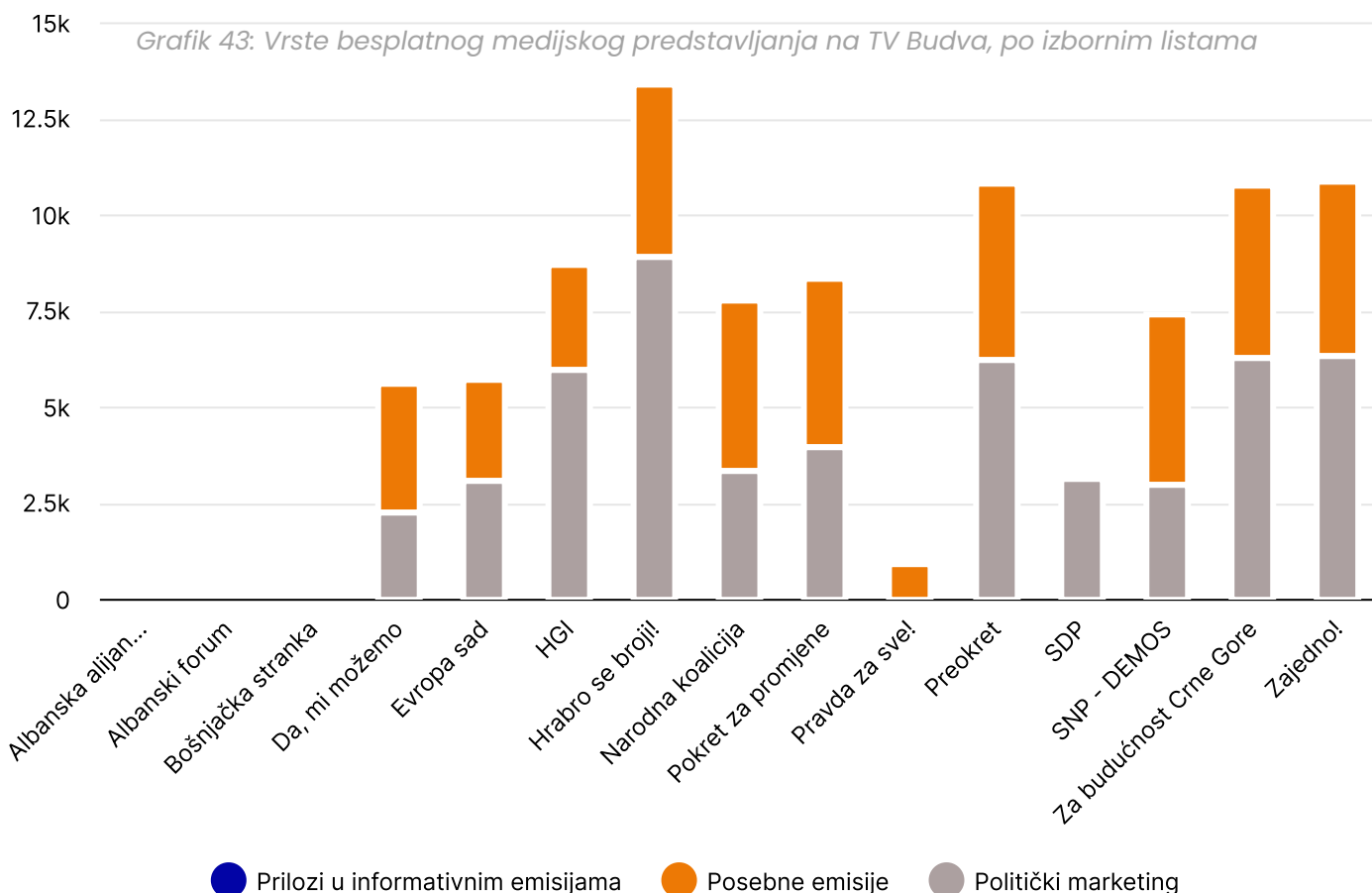


TV Budva je najviše prostora za besplatni marketing dala koaliciji URE i Demokrata (14%), pa koaliciji okupljenoj oko DPS-a (12%), ZBCG (12%) i Preokretu (12%). Bošnjačka stranka, Albanski forum i Albanska alijansa nisu imali ni malo prostora na ovoj televiziji.



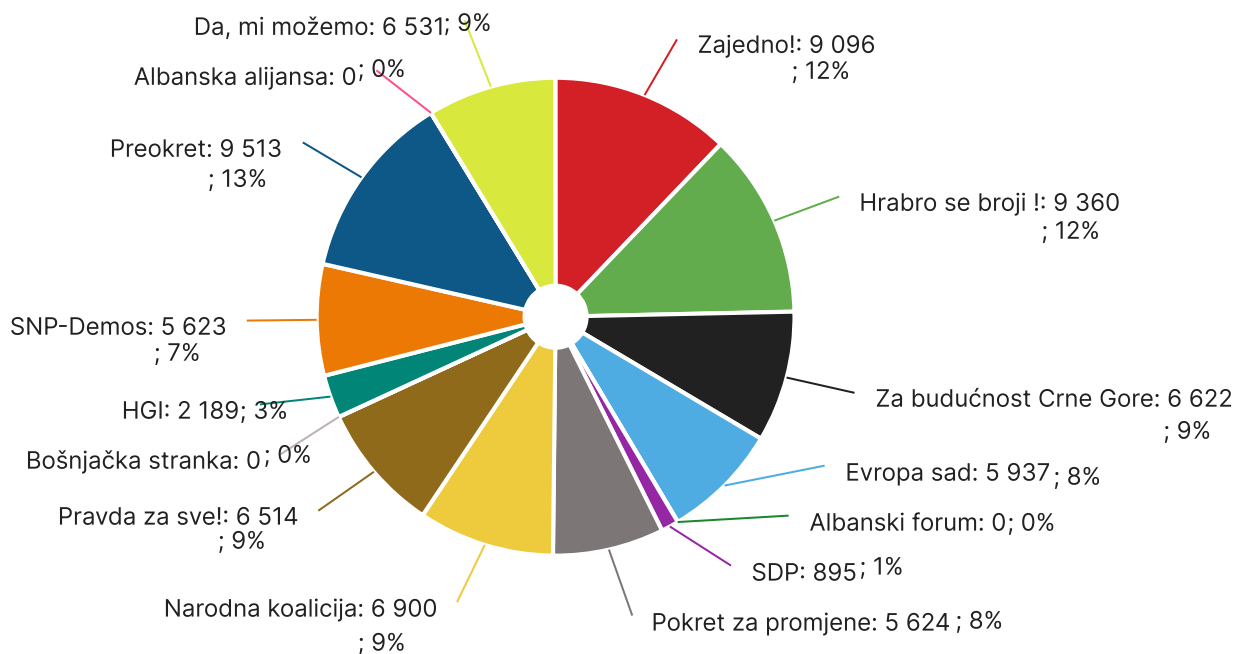
Grafik 42: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na TV Budva

Nešto više prostora na TV Budva je imao politički marketing (56%) nego posebne emisije (44%). **Koalicija Demokrata i URE je imala znatno više prostora za politički marketing od drugih lista.**



Grafik 43: Vrste besplatnog medijskog predstavljanja na TV Budva, po izbornim listama

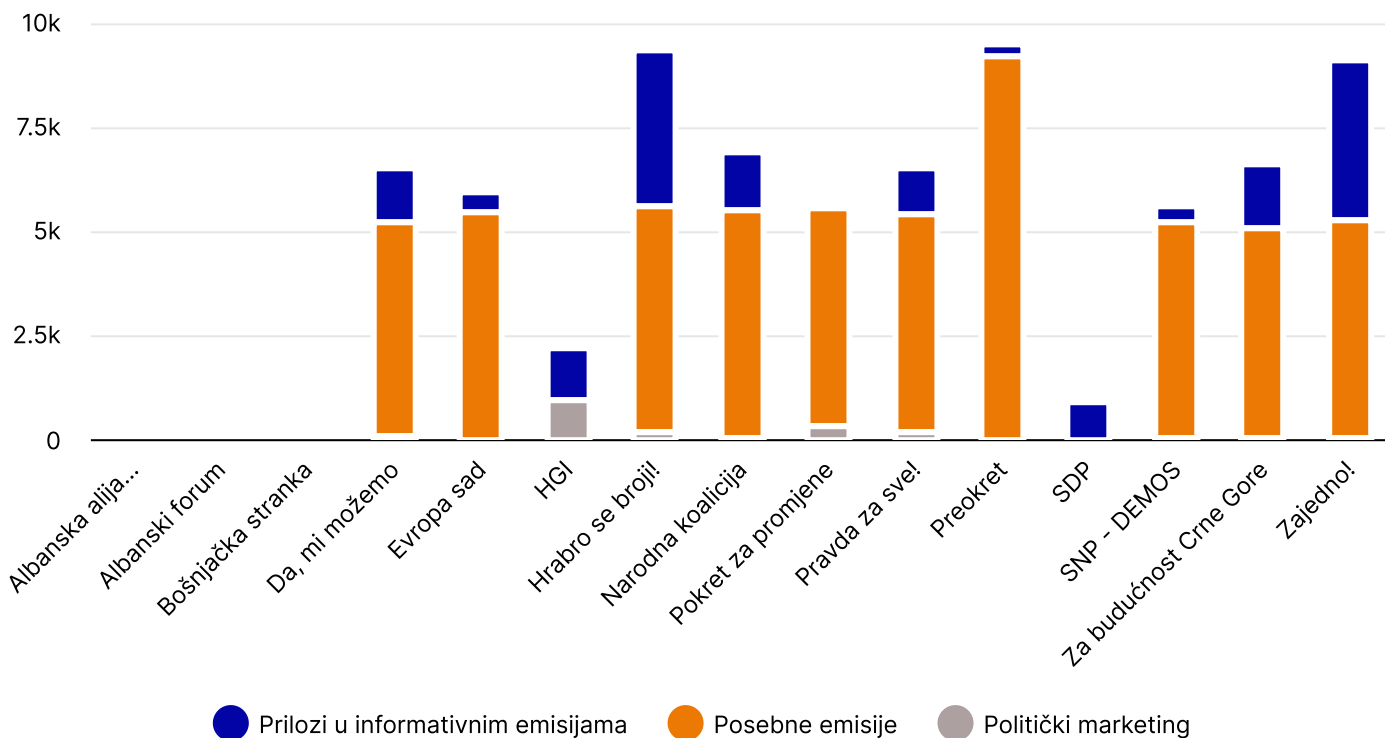
TV Herceg Novi je najviše besplatnog medijskog prostora dala Preokretu (13%), na drugom mjestu je Koalicija Demokrata i URE (12%), a na trećem koalicija okupljena oko DPS-a (12%). Ni ova televizija nije dala prostora partijama manjina.



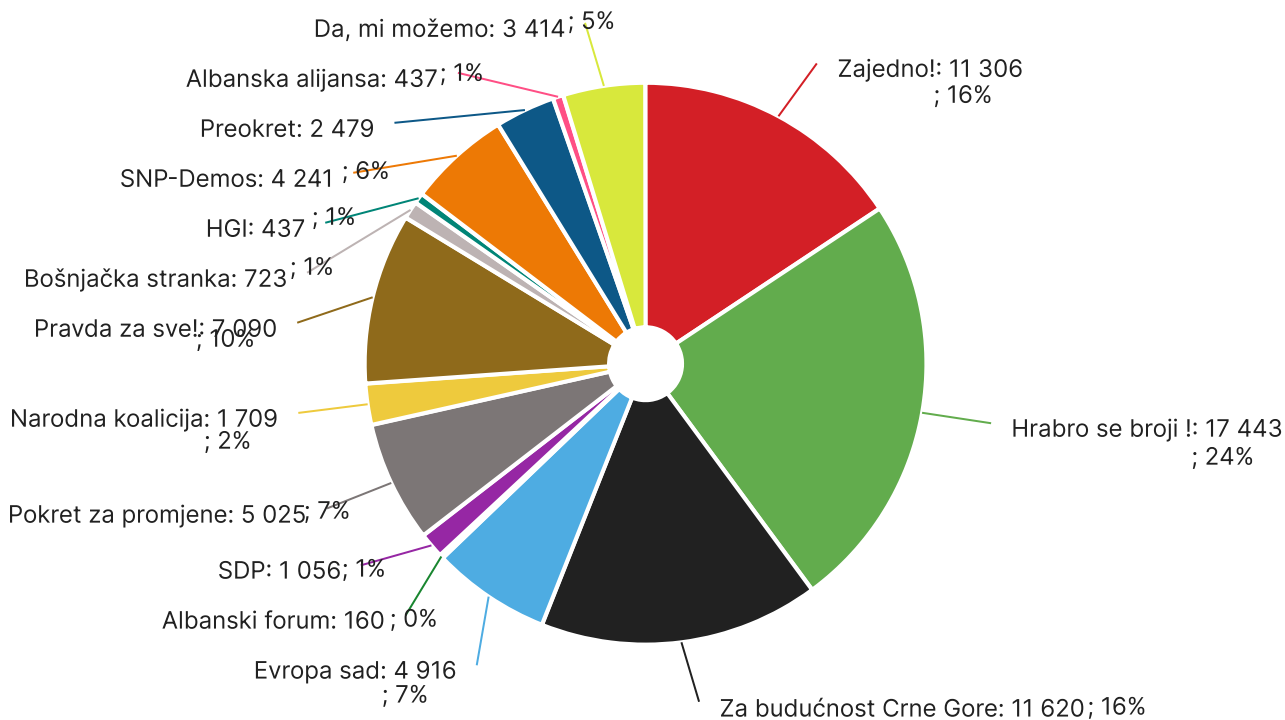
Grafik 44: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na TV Herceg Novi

Najveći dio medijskog predstavljanja na ovoj televiziji se odnosio na posebne emisije u kojima je najviše prostora imao Preokret. Kada su u pitanju prilozu u informativnim emisijama, najviše vremena je dato koaliciji oko DPS-a i koaliciji Demokrata i URE.

Grafik 45: Vrste besplatnog medijskog predstavljanja na TV Herceg Novi, po izbornim listama



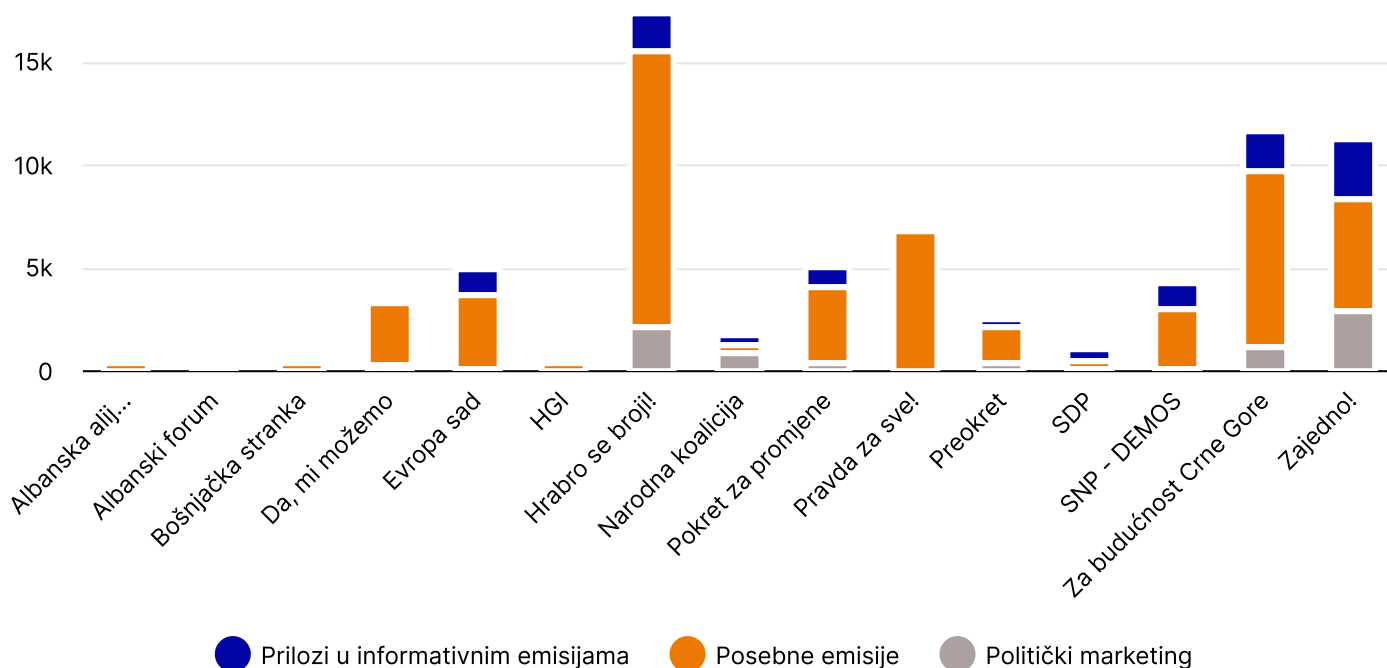
TV Nikšić je najviše prostora dala koaliciji Demokrata i URE (24%), pa ZBCG (16%) i koaliciji okupljenoj oko DPS-a (16%).



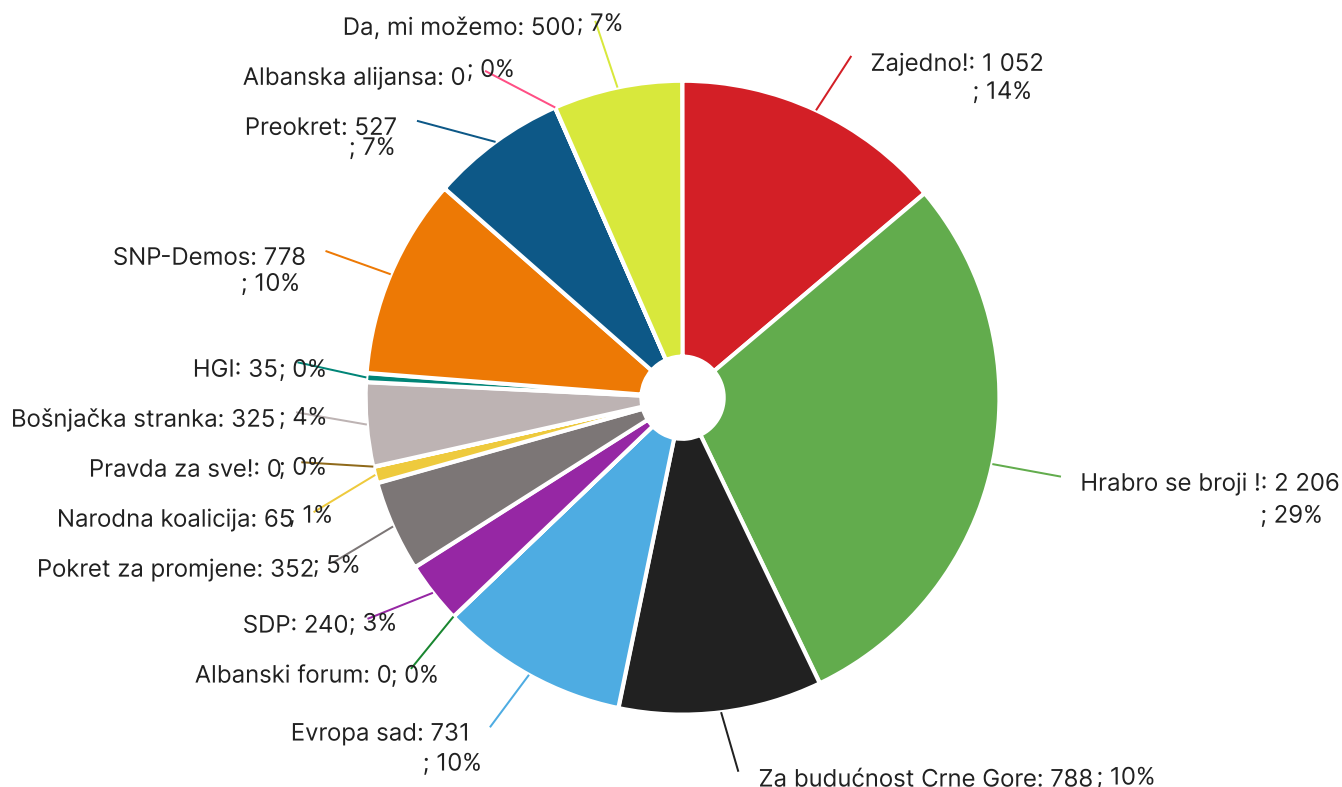
Grafik 46: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na TV Nikšić

Najveći dio medijskog predstavljanja na ovoj televiziji se odnosi na posebne emisije u kojima je najviše prostora imala koalicija Demokrata i URE, pa ZBCG i koalicija oko DPS-a. Sa druge strane najviše besplatnog političkog marketinga je imao DPS, pa ZBCG i koalicija Demokrata i URE.

Grafik 47: Vrste besplatnog medijskog predstavljanja na TV Nikšić, po izbornim listama

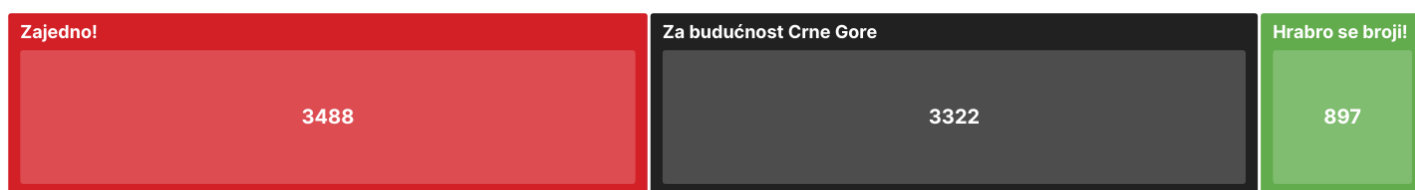


TV Pljevlja je u 29% ukupnog besplatnog marketinga promovisala koaliciju Demokrata i URE, u 14% koaliciju oko DPS-a, a po 10% ZBCG, SNP i Evropa sad.



Grafik 48: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na TV Pljevlja

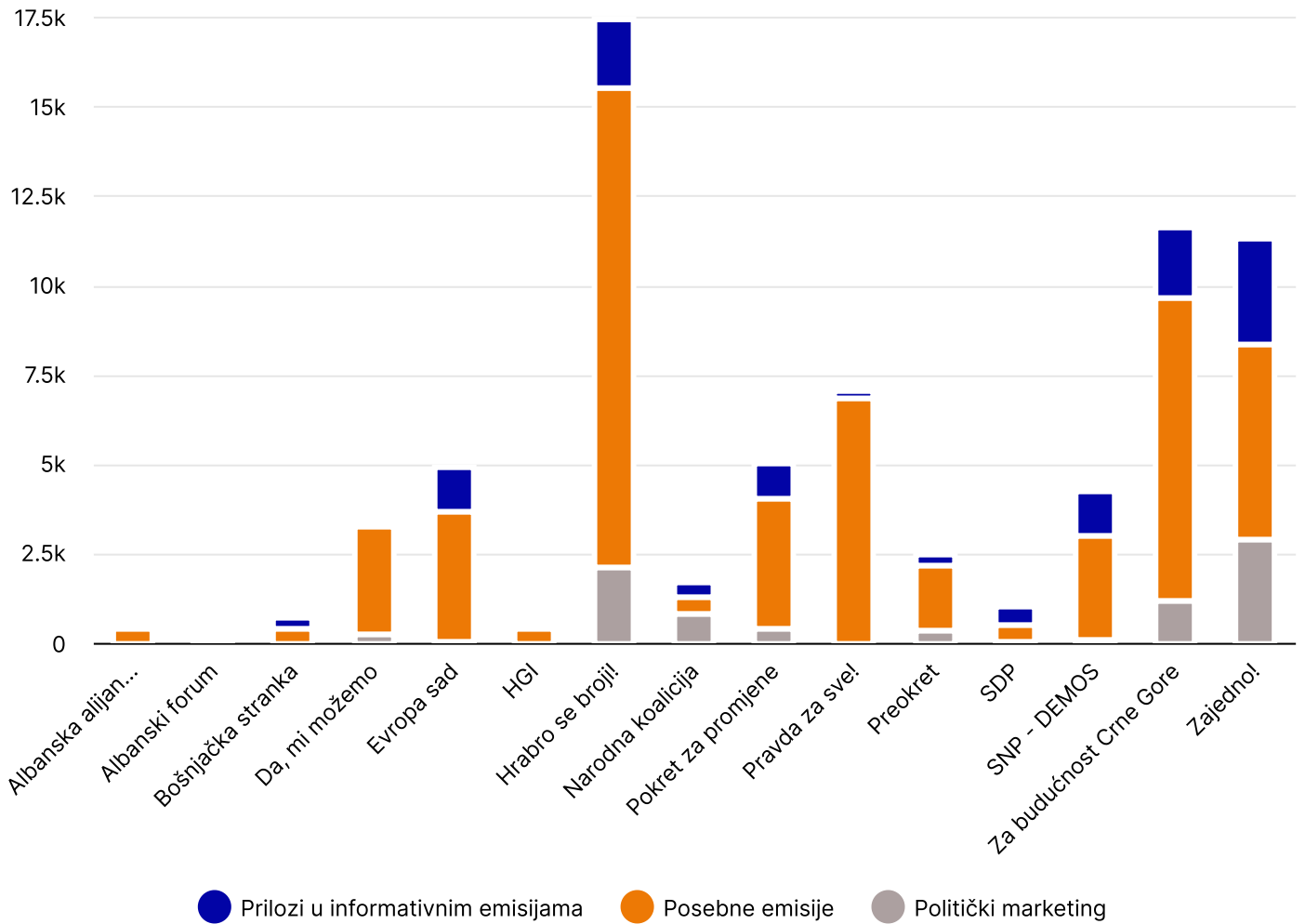
Iako je javnim servisima zabranjen plaćeni marketing, na TV Pljevlja su se reklamirale koalicija oko DPS-a (45%), ZBCG (43%), kao i koalicija Demokrata i URE (12%).



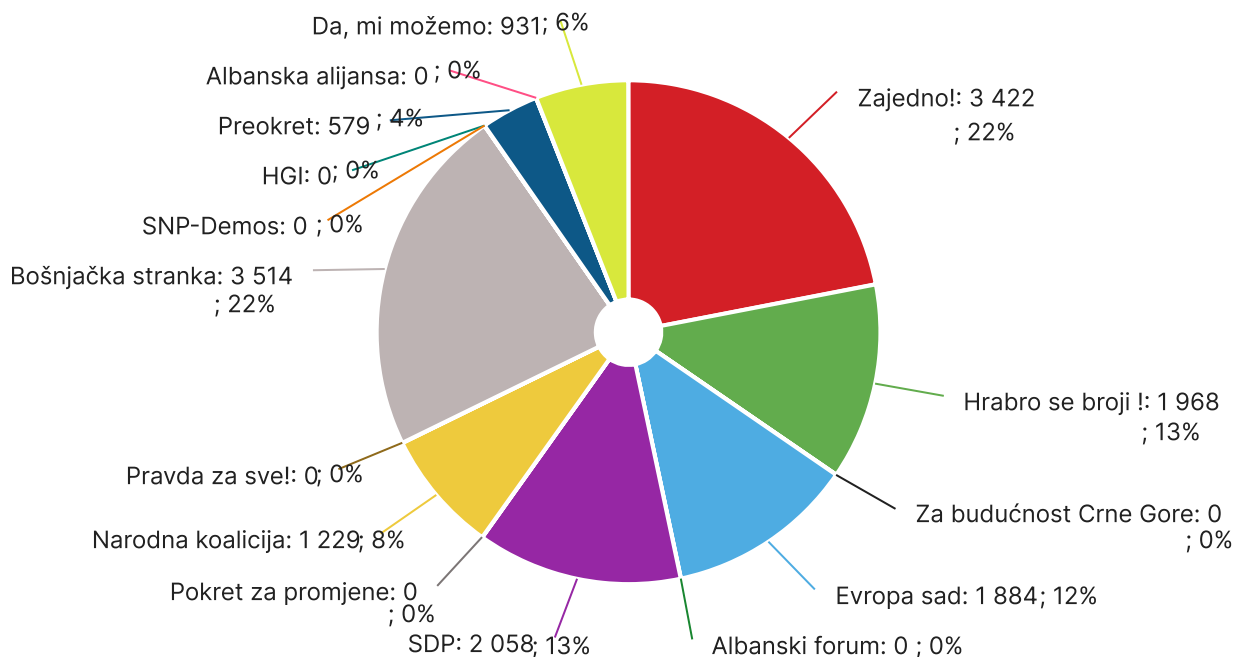
Učešće izbornih lista u plaćenom medijskom predstavljanju na TV Pljevlja

Najveći dio medijskog predstavljanja se odnosi na posebne emisije u kojima je najviše prostora imala koalicija Demokrata i URE, pa ZBCG i koalicija oko DPS-a. Sa druge strane najviše besplatnog političkog marketinga je imao DPS, pa ZBCG i koalicija Demokrata i URE.

Grafik 49: Vrste medijskog predstavljanja na TV Pljevlja, po izbornim listama



TV Rožaje je besplatno reklamirala Bošnjačku stranku (22%), koaliciju oko DPS-a (22%) i SDP (15%). Na toj televiziji Bošnjačka stranka je jedina imala plaćene reklame.



Grafik 50: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na TV Rožaje

Iako je javnim servisima zabranjen plaćeni marketing, na TV Rožaje se reklamirala samo Bošnjačka stranka.

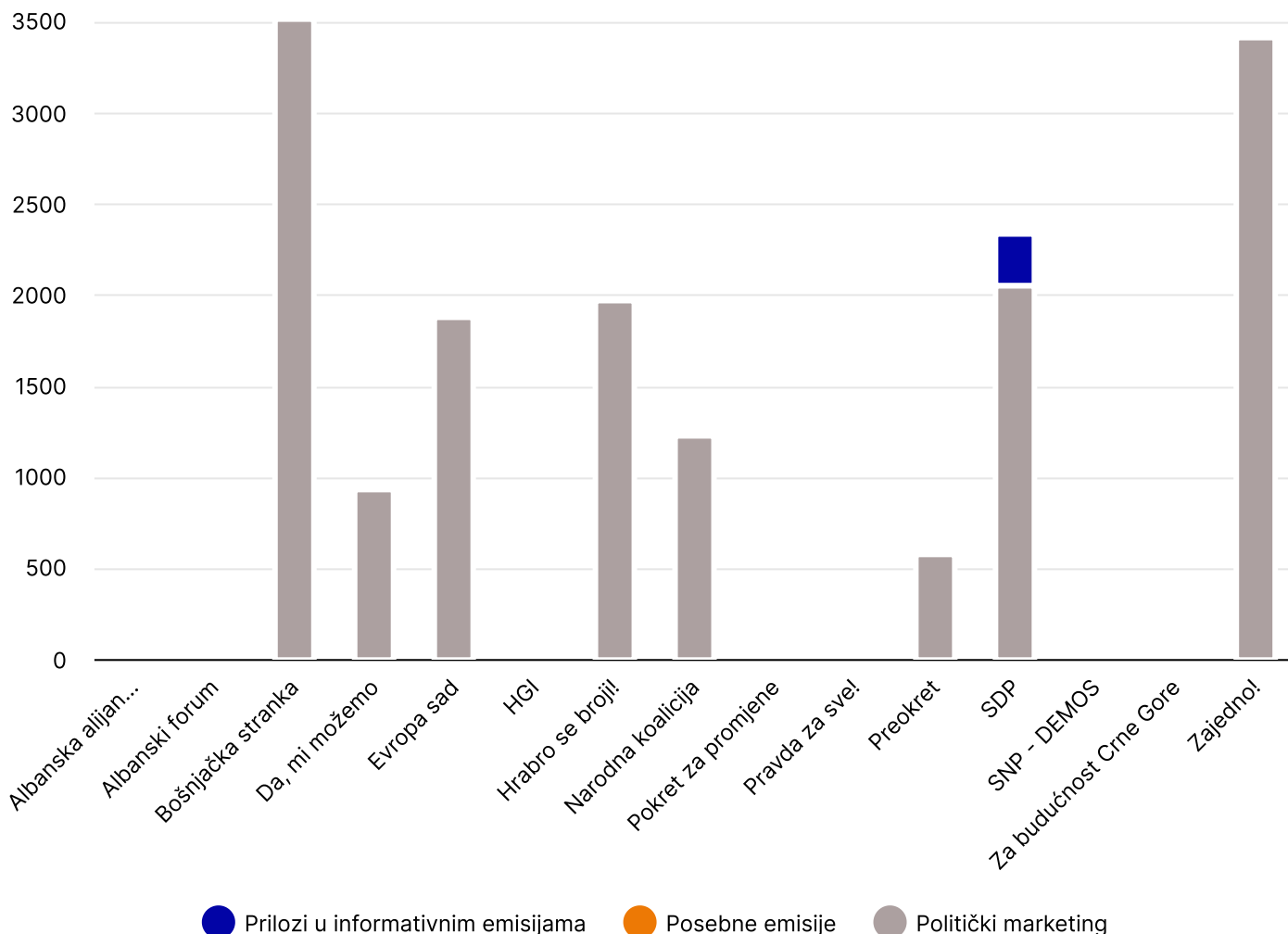
Bošnjačka stranka

995

Učešće izbornih lista u plaćenom medijskom predstavljanju na TV Rožaje

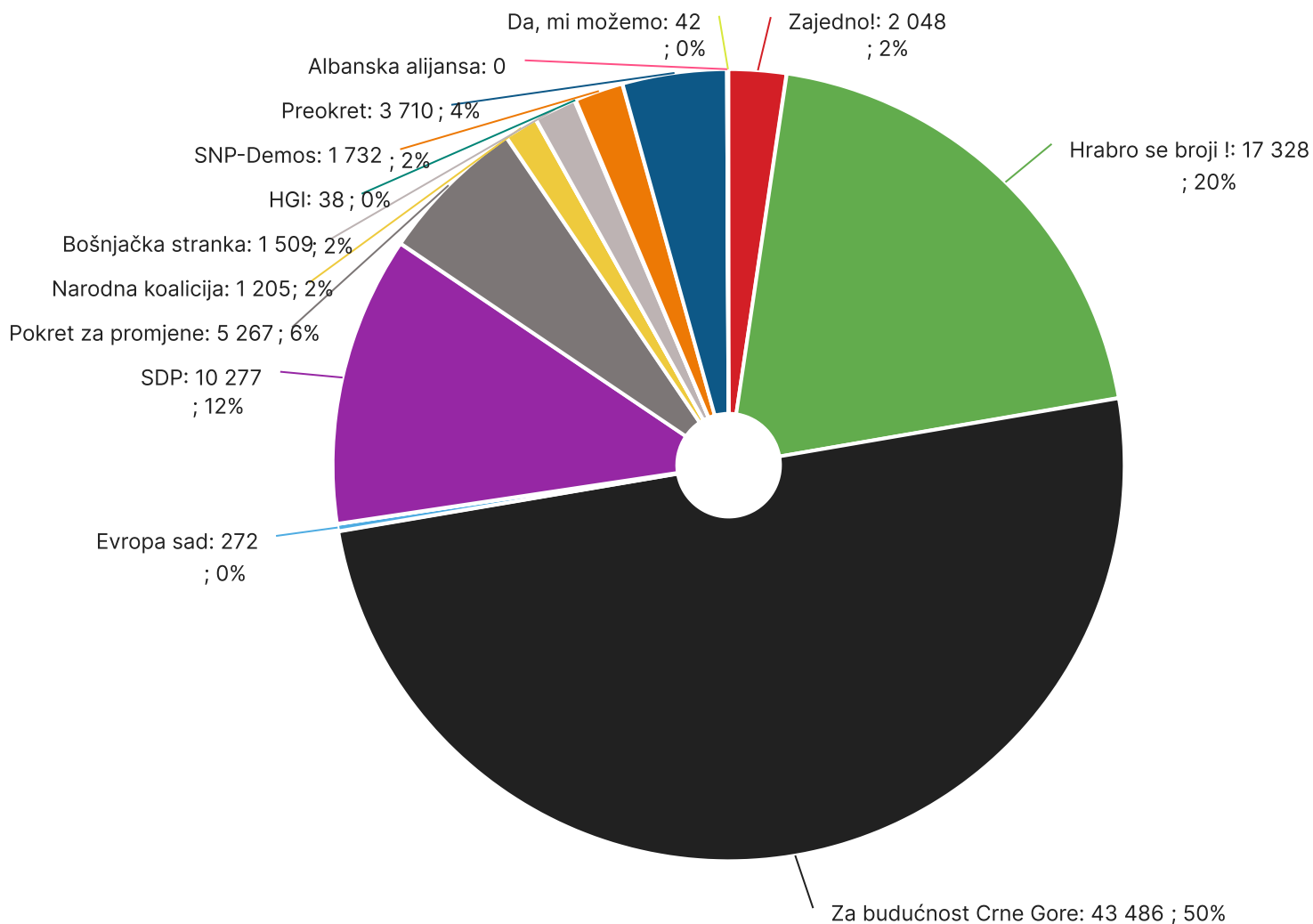
Besplatno medijskog predstavljanje na TV Rožaje se gotovo isključivo odnosi na politički marketing uz izuzetak SDP-a o čijim aktivnostima je izvještavano u informativnom programu.

Grafik 51: Vrste medijskog predstavljanja na TV Rožaje, po izbornim listama



2.3. Komercijalni emiteri

Na Prvoj TV polovina ukupnog vremena utrošenog na besplatno medijsko predstavljanje se odnosi na koaliciju ZBCG, na drugom mjestu je koalicija Demokrata i URE sa oko 20%, a na trećem SDP sa 12%, pa Pokret za promjene sa 6%.



Grafik 52: Struktura besplatnog medijskog predstavljanja na Prvoj TV

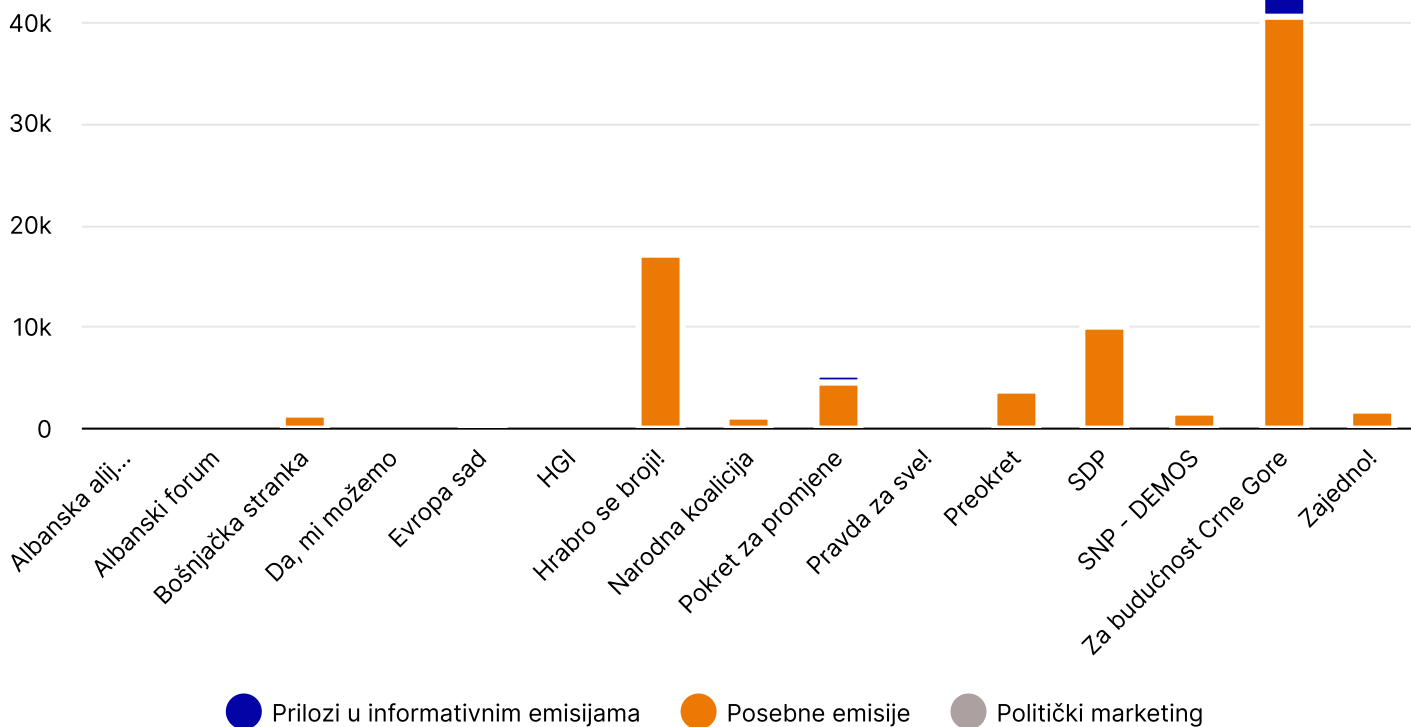
Većina plaćenog medijskog prostora na toj televiziji se odnosi na koaliciju URE i Demokrata (32%), nešto manje na ZBCG (29%), Evropa sad 26%, i Pokret za promjene sa 13%.



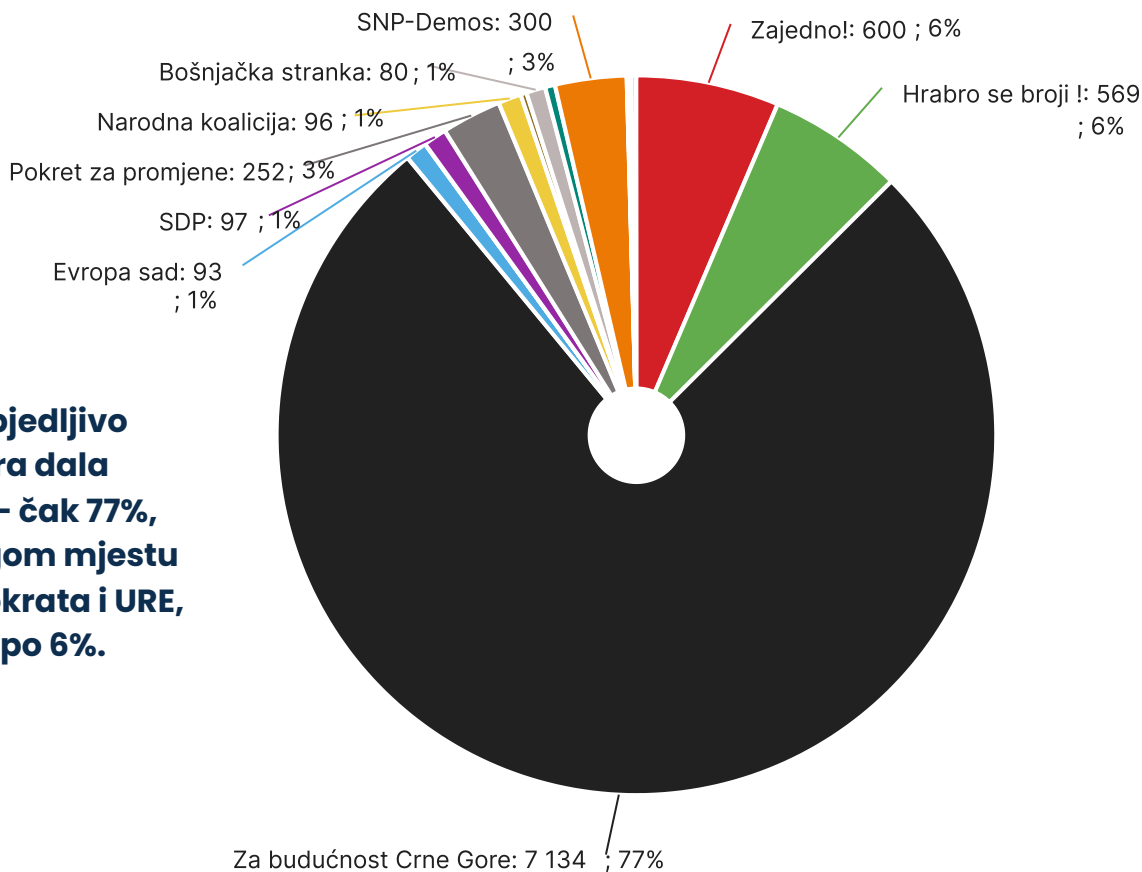
Struktura plaćenog medijskog predstavljanja na Prvoj TV

Najveći dio besplatnog medijskog predstavljanja je bio kroz posebne emisije posvećene izborima u kojima je dominirala koalicija ZBCG, a nešto više prostora su imale i koalicija Demokrata i URE i SDP.

Grafik 53: Vrste medijskog predstavljanja na Prvoj TV, po izbornim listama



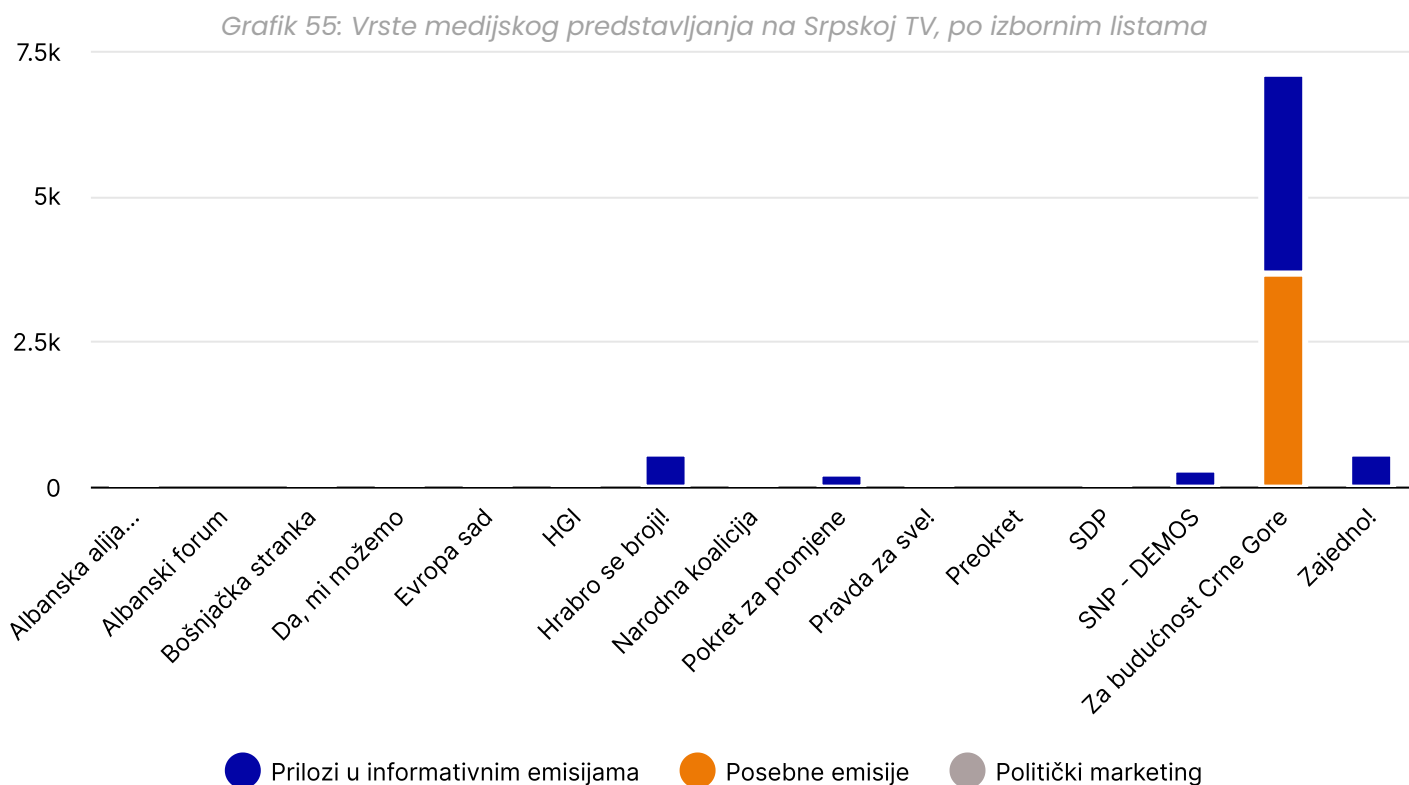
Srpska TV je ubjedljivo najviše prostora dala koaliciji ZBCG – čak 77%, dok su na drugom mjestu koalicije Demokrata i URE, kao i DPS-a sa po 6%.



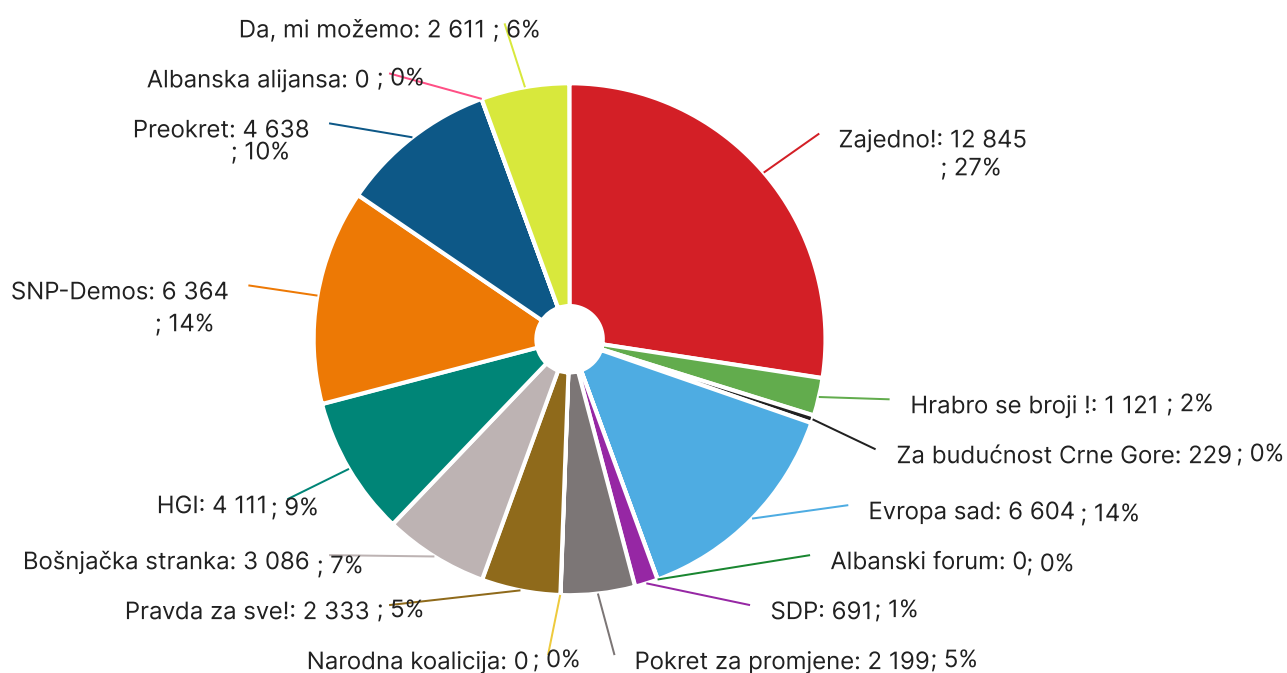
Grafik 54: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na Srpskoj TV

Ova televizija nije imala plaćenog političkog marketinga.

Najveći dio besplatnog oglašavanja na ovoj televiziji se odnosi na priloge u informativnim emisijama, gdje je dominirala ZBCG. Ta koalicija je jedina učestvovala u posebnim emisijama posvećenim izborima.



TV 7 je dominantno besplatno reklamirala koaliciju oko DPS-a (27%), na drugom mjestu su Evropa sad i SNP sa po 14%, pa Preokret sa 10%.

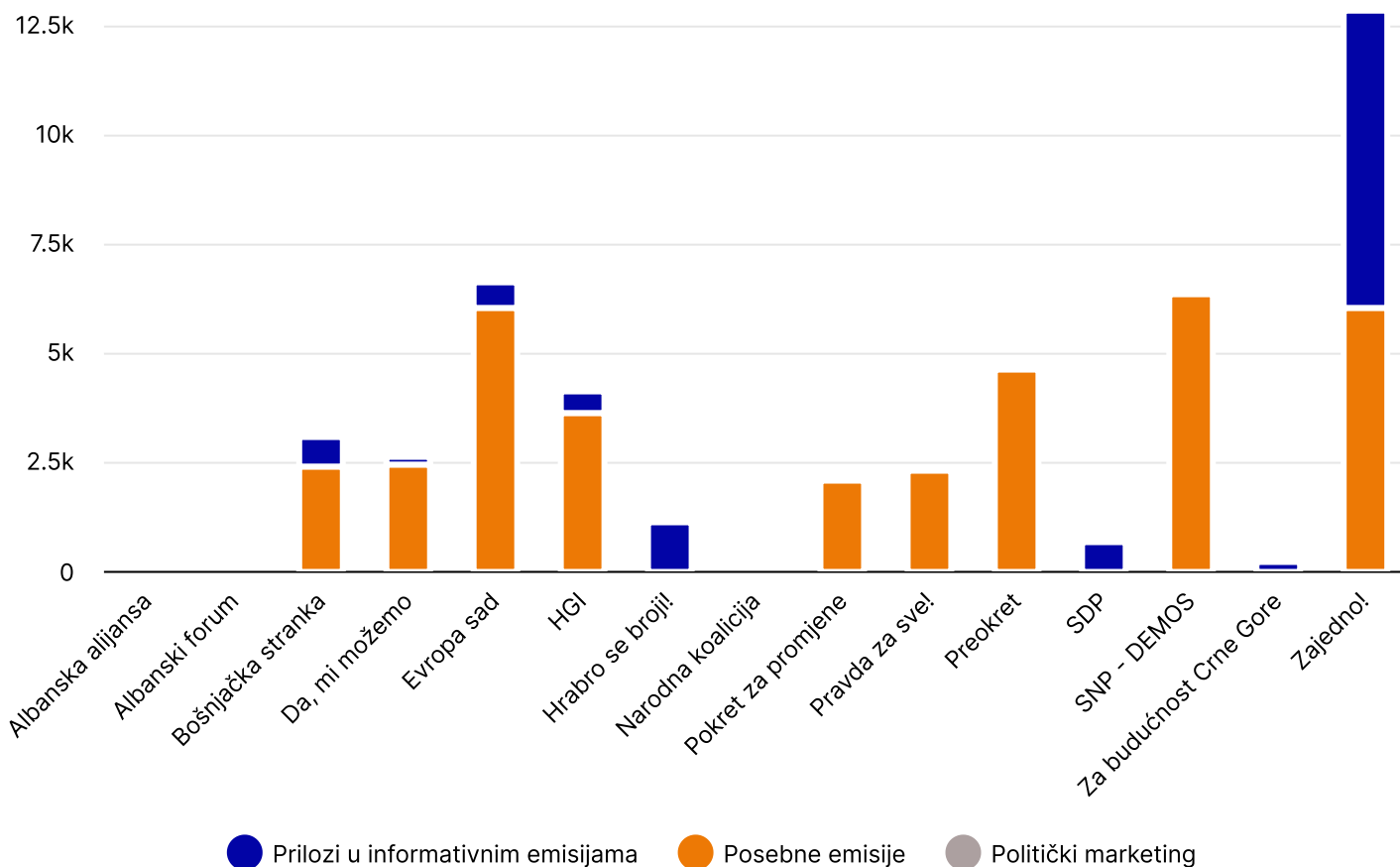


Grafik 56: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na TV 7

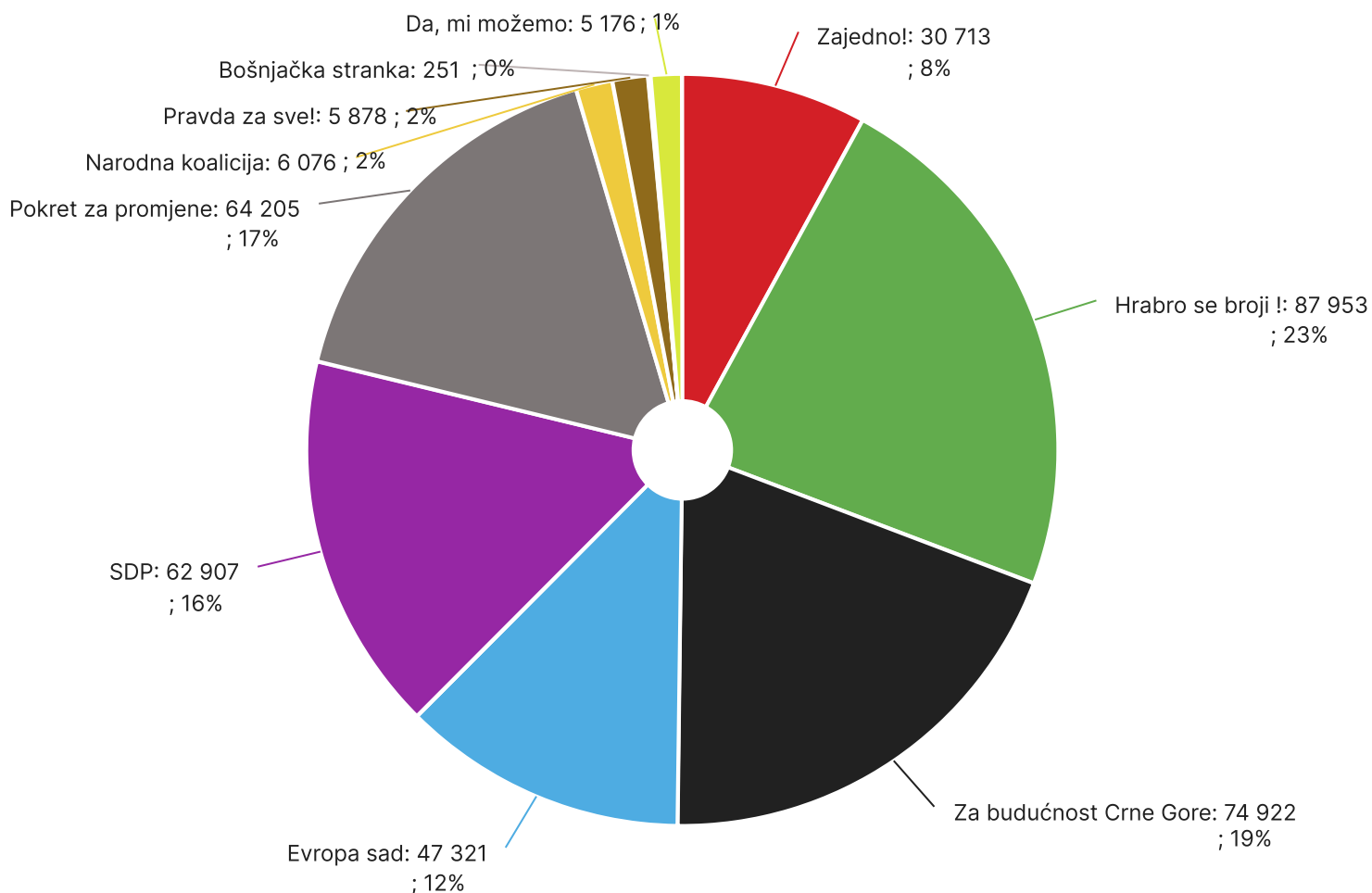
Ni ova televizija nije imala plaćenog političkog marketinga.

Najveći dio besplatnog marketinga se odnosio na posebne emisije posvećene izborima, gdje su najviše prostora dobili SNP, Evropa sad, DPS i Preokret. Kada su u pitanju prilogi u informativnim emisijama, DPS je imao više prostora nego sve ostale liste zajedno.

Grafik 57: Vrste medijskog predstavljanja na TV 7, po izbornim listama



TV A plus je u okviru besplatnih termina najviše prostora dala koaliciji Demokrata i URE, oko 23%, na drugom mjestu je ZBCG sa 19%, pa Pokret za promjene sa 17% i SDP sa 16%.



Grafik 58: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na TV A plus

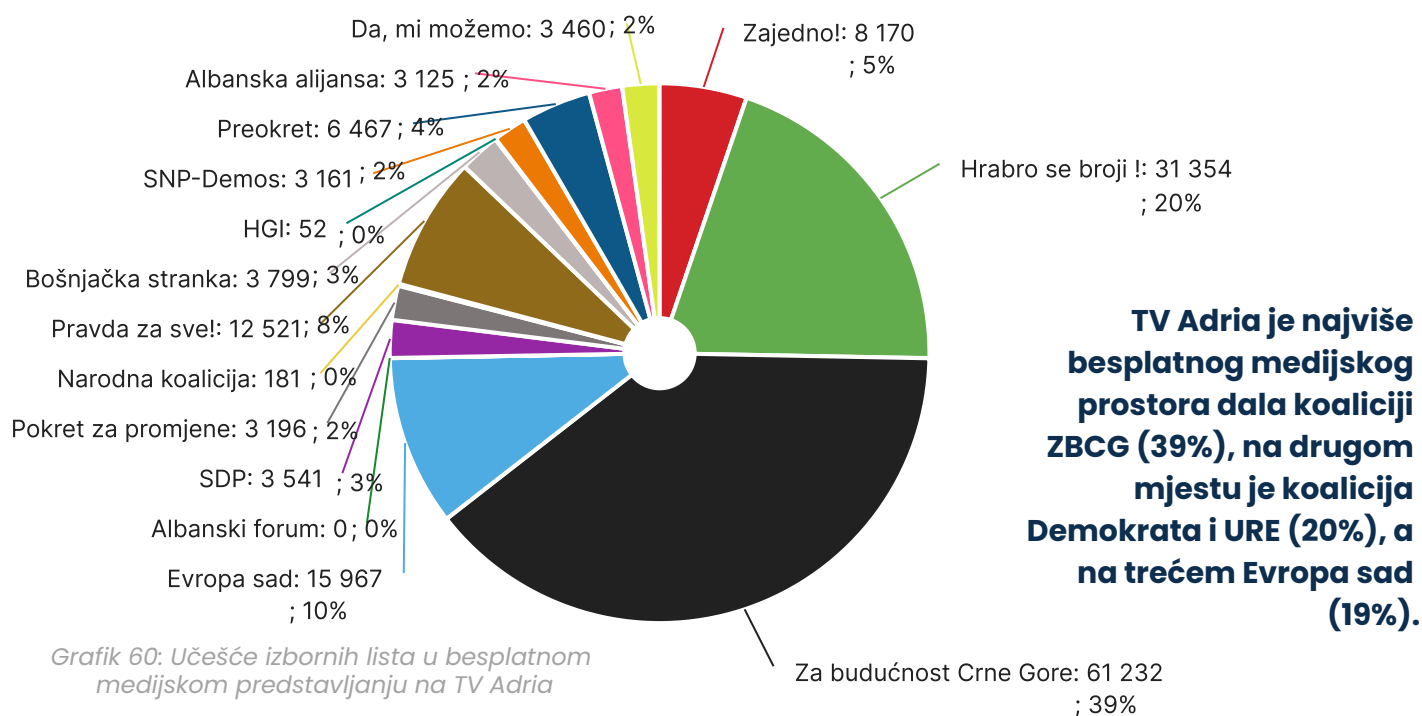
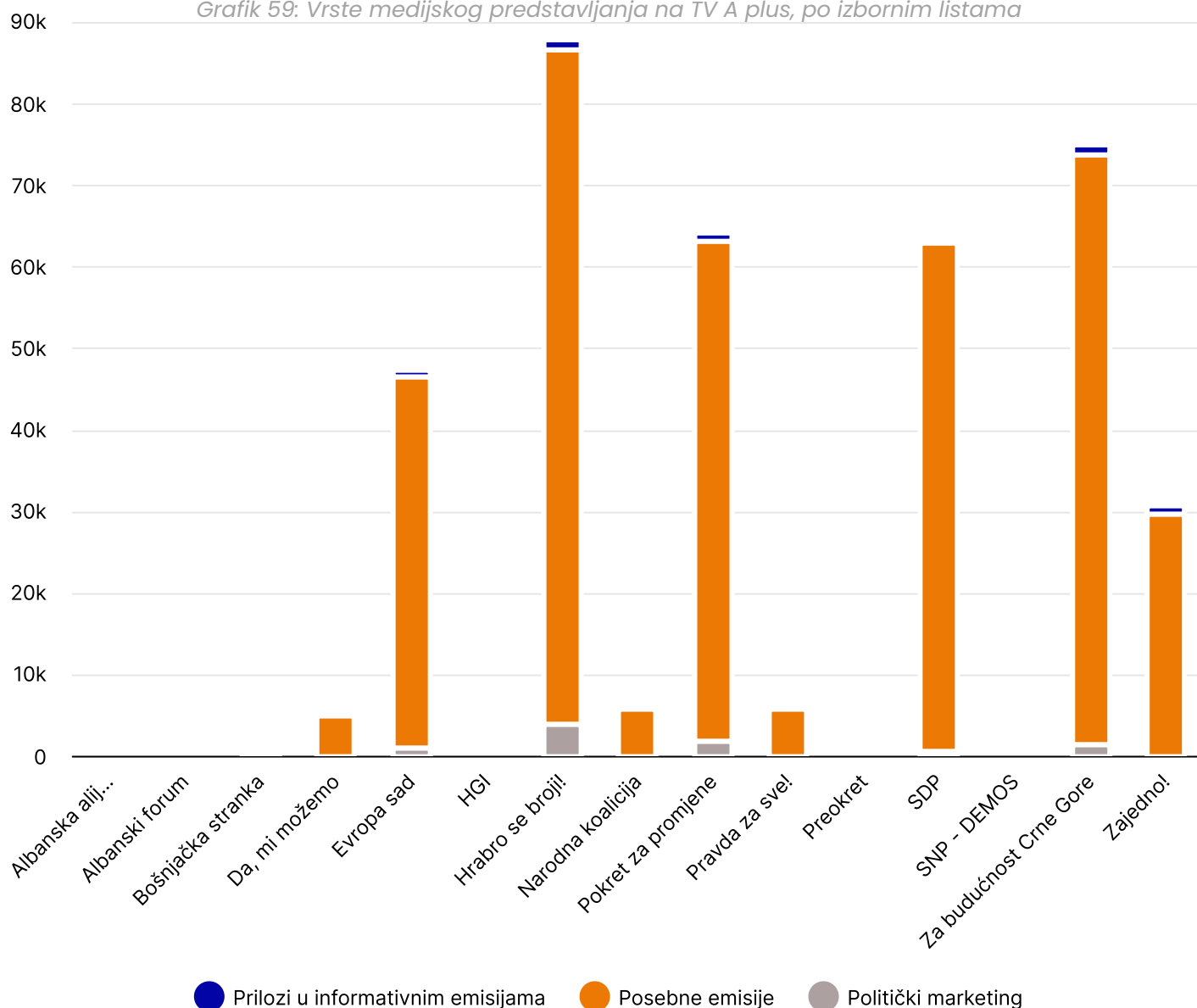
Kada su u pitanju plaćeni termini na TV A plus, polovina prostora se odnosila na reklamiranje koalicije Demokrata i URE, a skoro isto vrijeme je imao PES, dok su ZBCG i Pokret za promjene zajedno oko 4%.



Struktura plaćenog medijskog predstavljanja na TV A plus

Na ovoj televiziji dominirale su posebne emisije u kojima su uglavnom predstavljane četiri liste.

Grafik 59: Vrste medijskog predstavljanja na TV A plus, po izbornim listama



Grafik 60: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na TV Adria

Na ovoj televiziji plaćene oglašaje je i imala samo koalicija ZBCG.

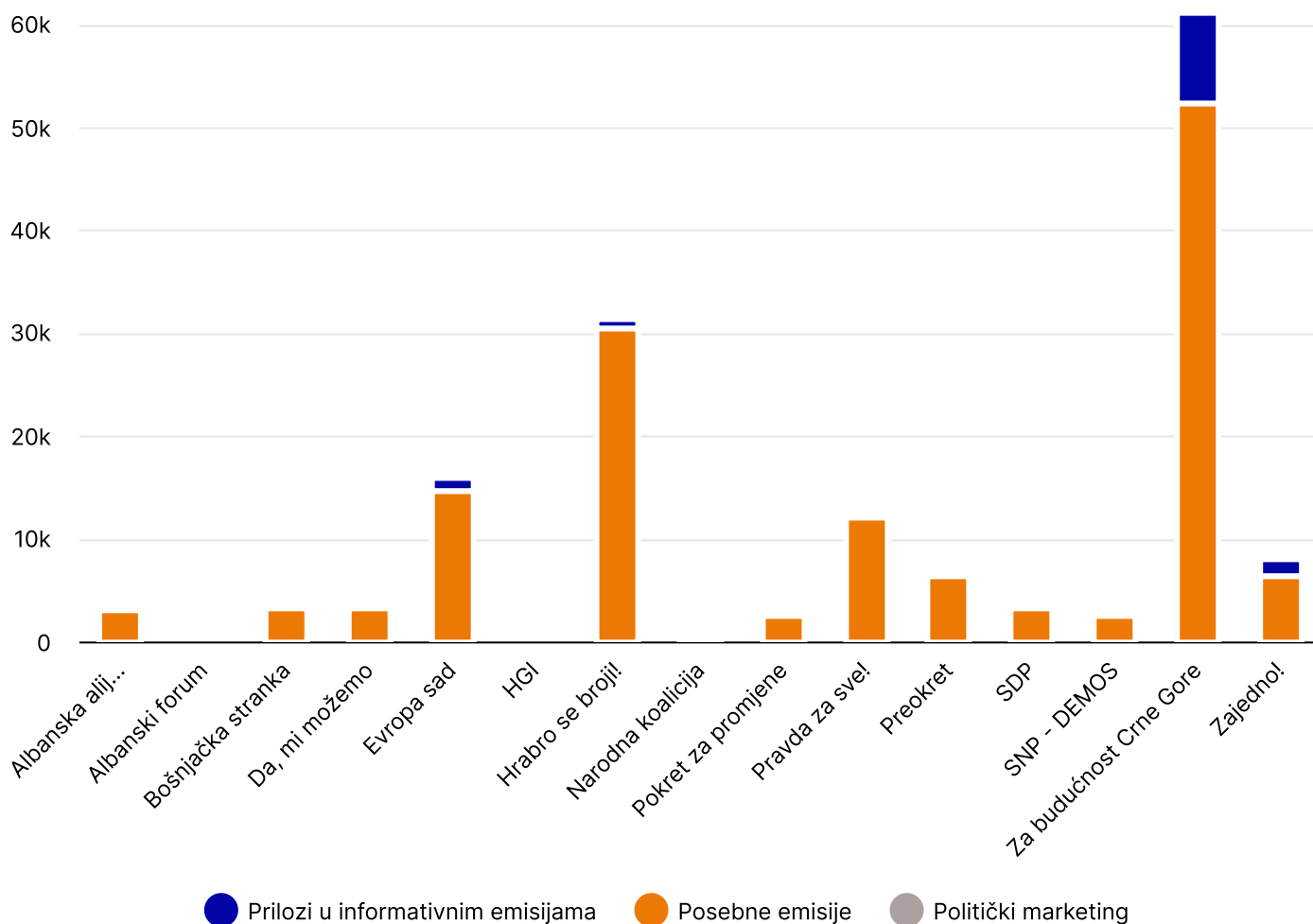
Za budućnost Crne Gore

4764

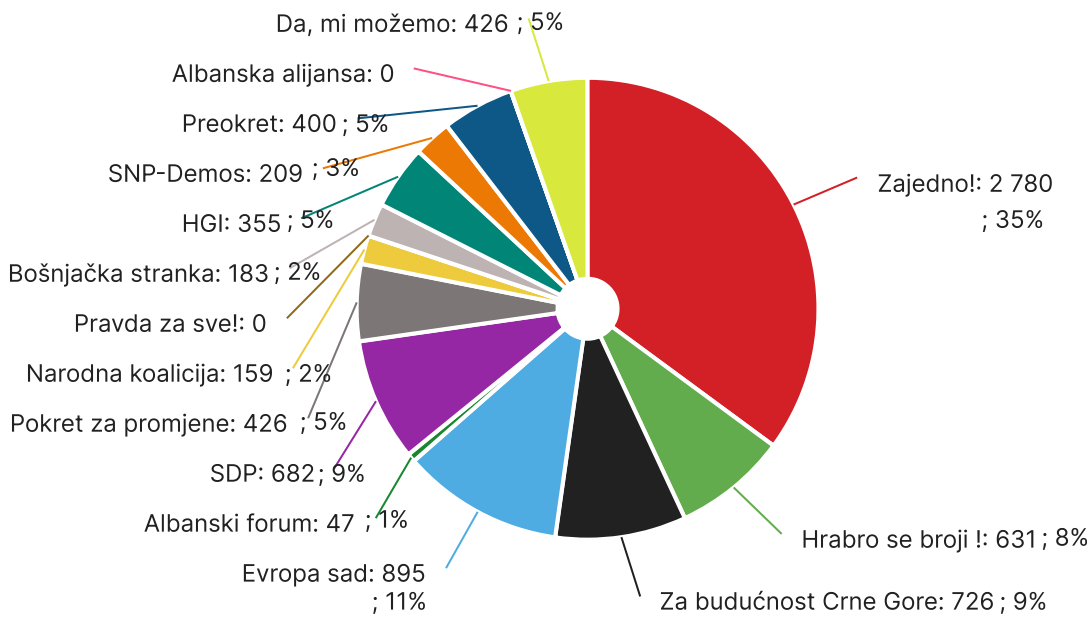
Struktura plaćenog medijskog predstavljanja na TV Adria

I na ovoj televiziji su dominirale **posebne emisije** u kojima je uglavnom predstavljena **ZBCG**, a donekle i koalicija **Demokrata i URE i Evropa sad**, dok su ostale liste manje zastupljene.

Grafik 61: Vrste medijskog predstavljanja na TV Adria, po izbornim listama

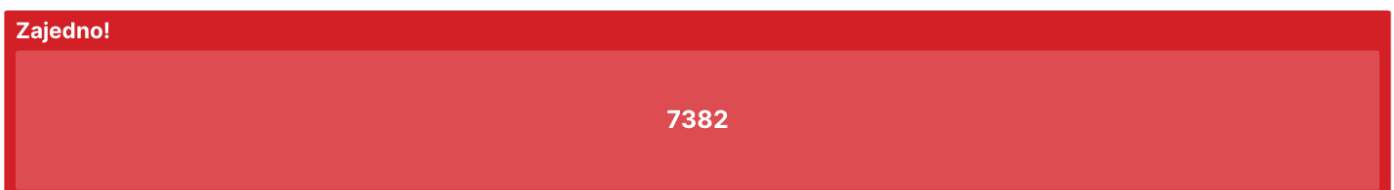


TV E je u najvećoj mjeri besplatno reklamirala koaliciju oko DPS-a (35%), na drugom mjestu je Evropa sad (11%), a na trećem ZBCG (9%).



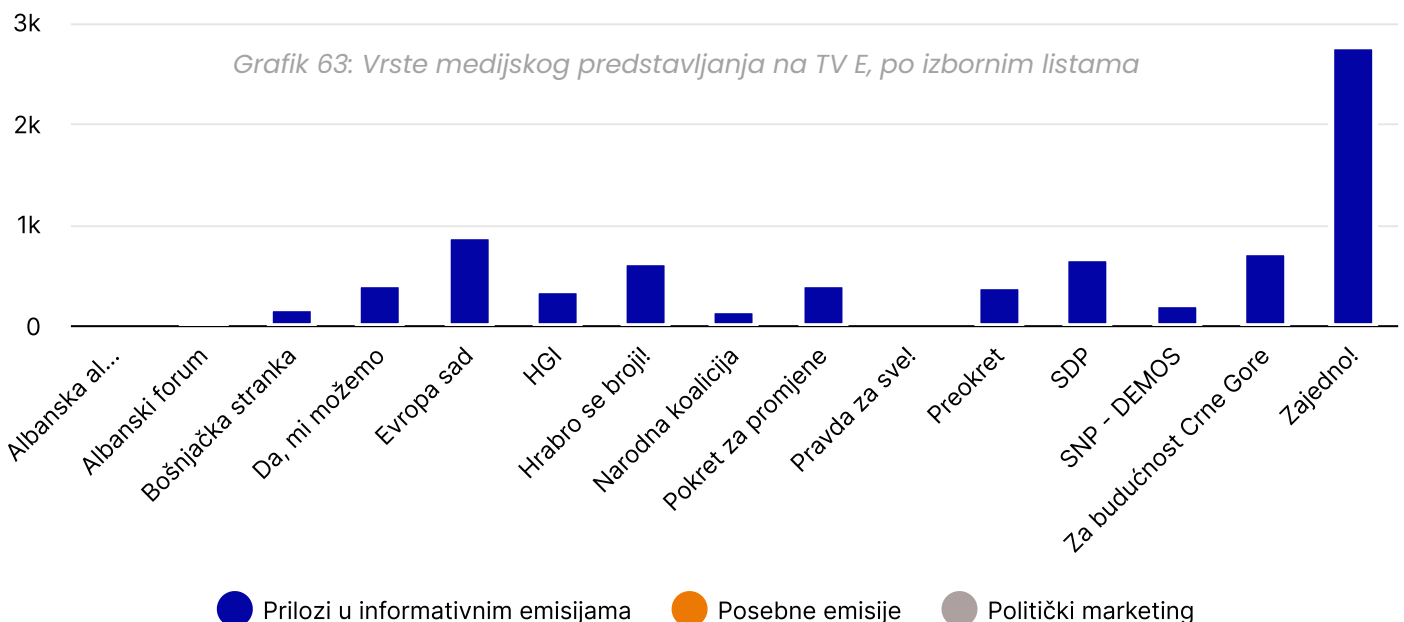
Grafik 62: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na TV E

Na toj televiziji plaćene reklame je imala samo koalicija okupljena oko DPS-a.

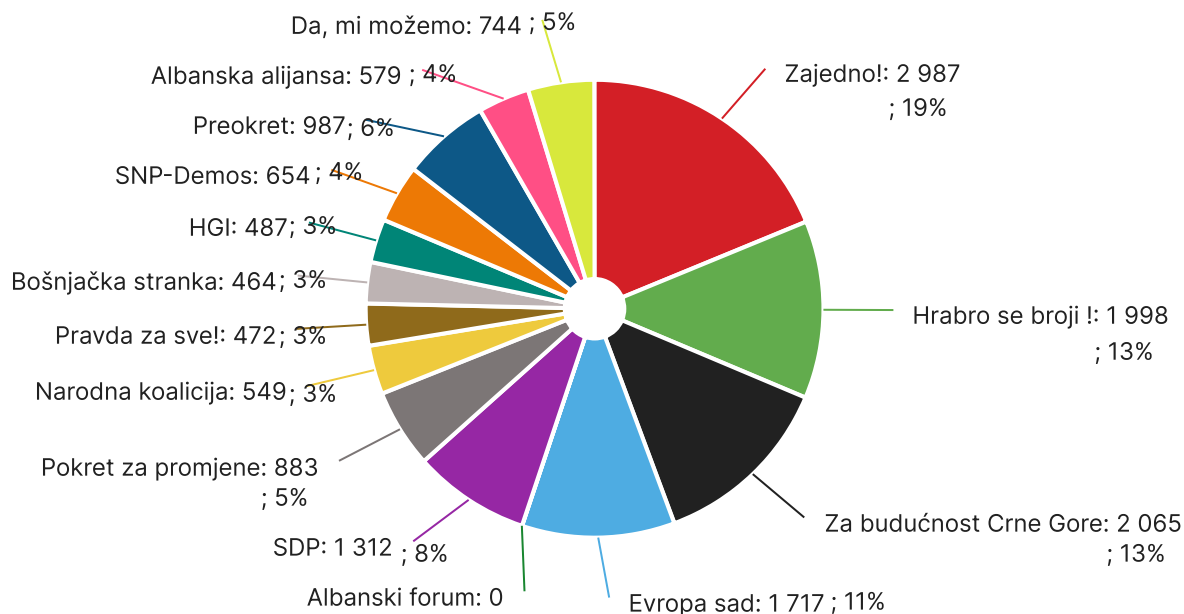


Struktura plaćenog medijskog predstavljanja na TV E

Ova televizija nije prijavila da je imala ni jednu posebnu emisiju posvećenu izborima, pa se besplatno medijsko predstavljanje odnosi isključivo na priloge u informativnim emisijama.

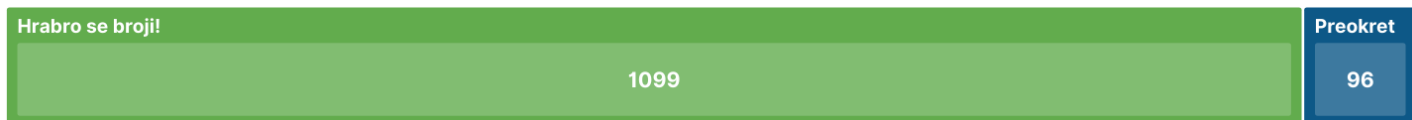


TV Nova M je najviše reklamirala koaliciju okupljenu oko DPS-a (19%), na drugom mjestu su ZBCG i koalicija Demokrata i URE sa 13%, a slijedi Evropa sad sa 11%.



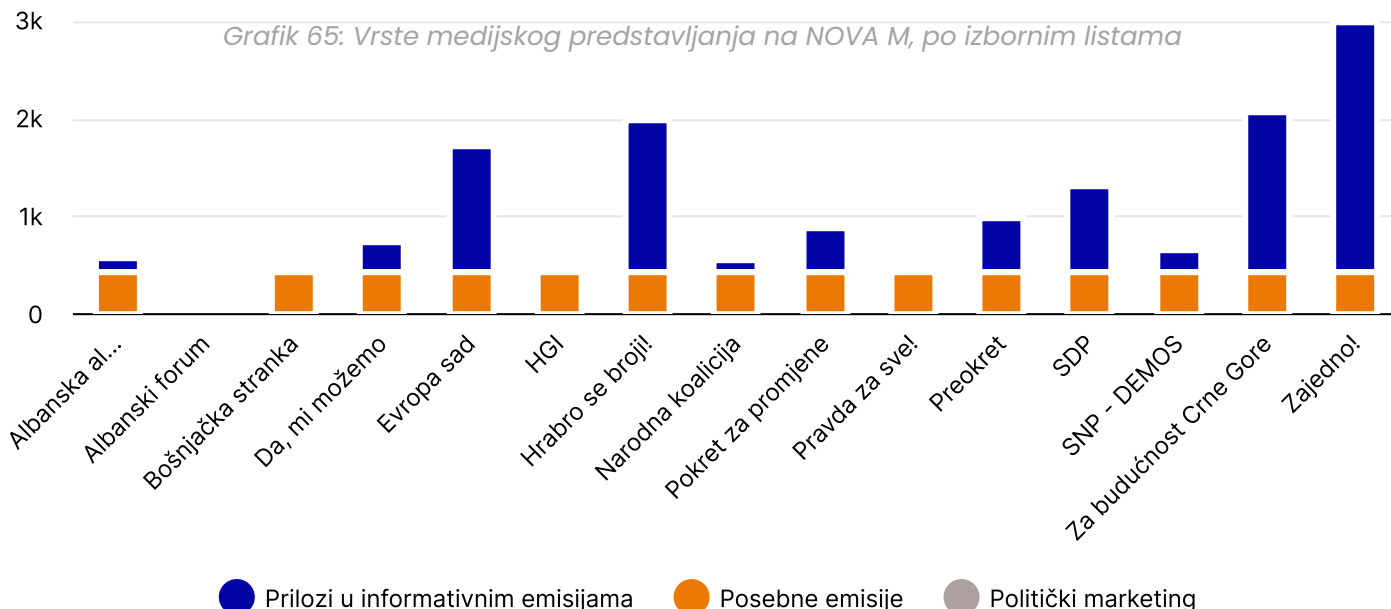
Grafik 64: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na TV NOVA M

Plaćene reklame na ovoj televiziji je imala koalicija Demokrate i URE (92%), a ostatak se odnosi na Preokret.

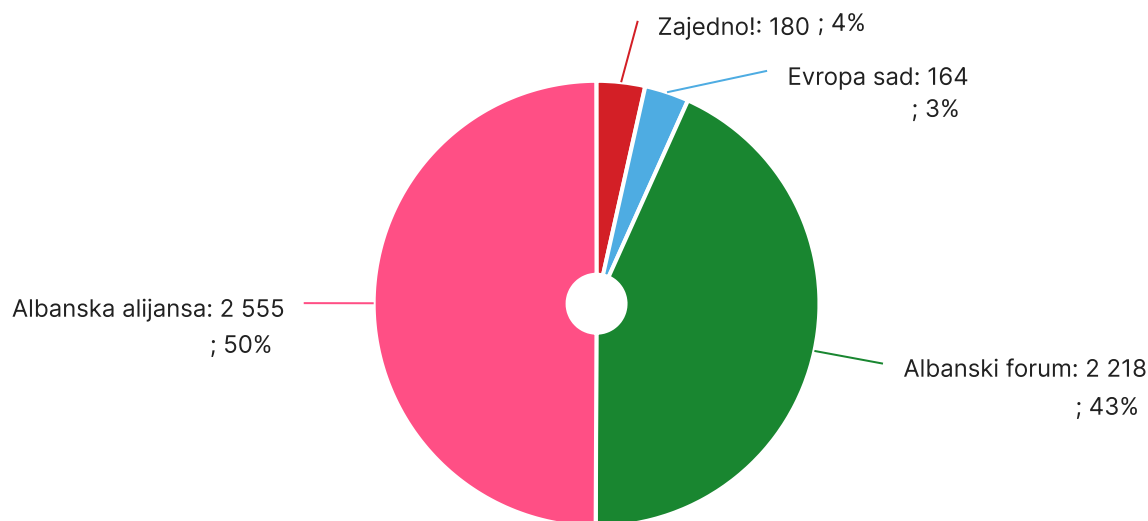


Struktura plaćenog medijskog predstavljanja na TV NOVA M

Najveći dio besplatnog medijskog oglašavanja na ovoj televiziji se odnosi na priloge u informativnim emisijama gdje su dominirale koalicija oko DPS-a, ZBCG, koalicija Demokrata i URE i Evropa sad. Gotovo sve liste su bile ravnomjerno zastupljene u posebnim emisijama.



TV Teuta je polovinu besplatnog medijskog prostora posvetila Albanskoj alijansi, na drugom mjestu je Albanski forum (43%), na trećem koalicija oko DPS-a (4%), pa Evropa sad (3%).



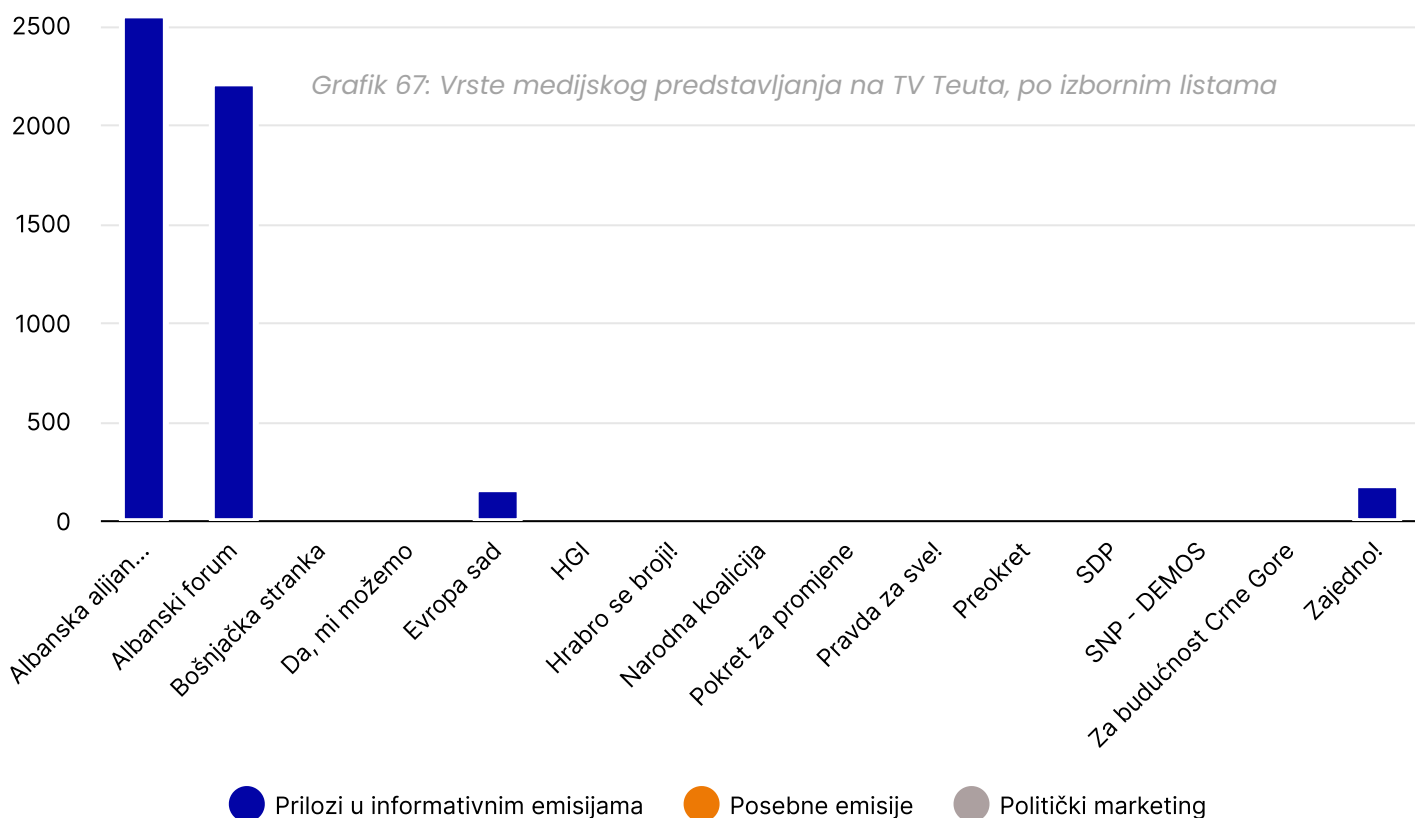
Grafik 66: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na TV Teuta

Na toj televiziji plaćene oglase su imali Albanska alijansa (66%) i Albanski forum (34%)

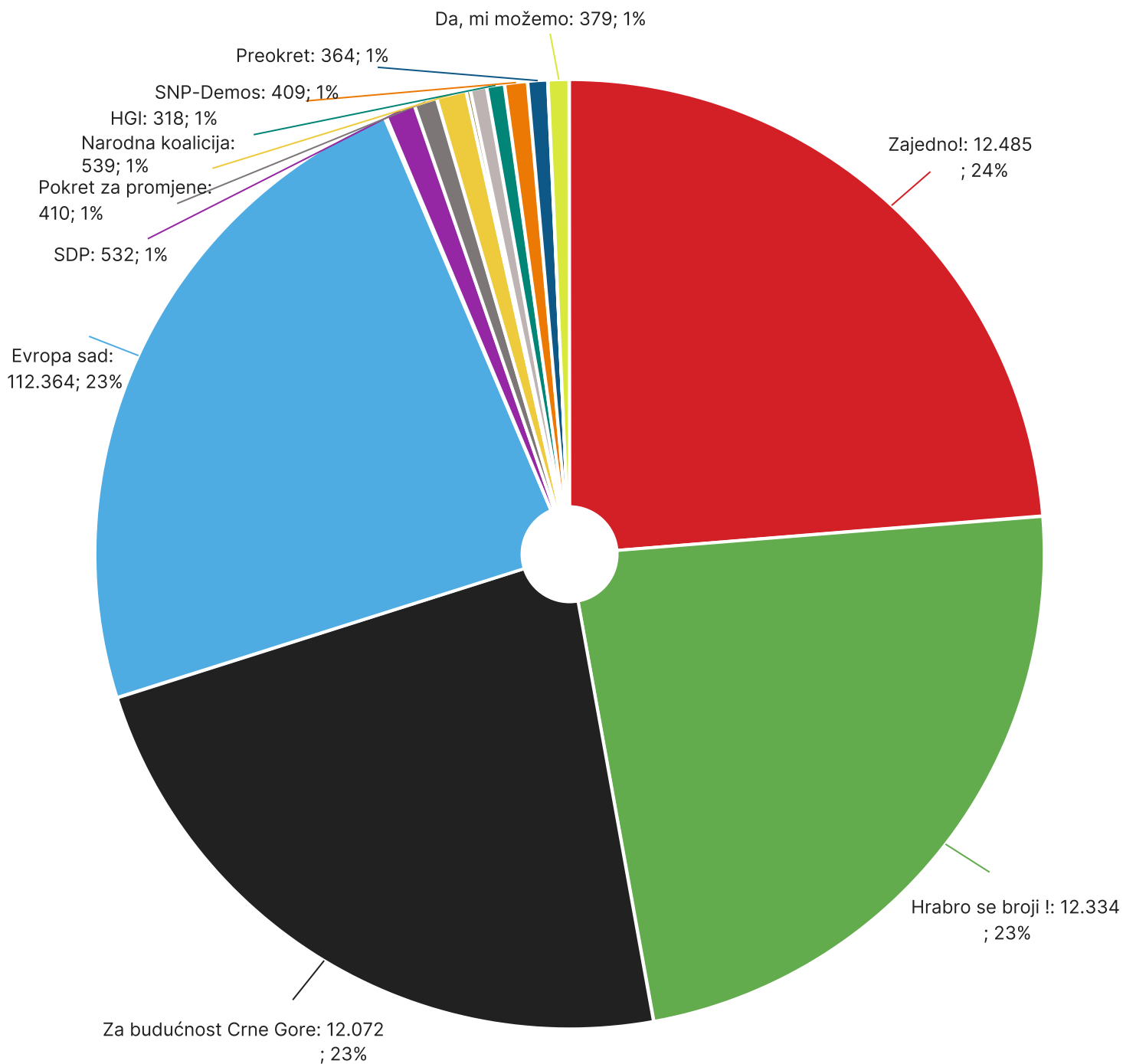


Struktura plaćenog medijskog predstavljanja na TV Teuta

Svo besplatno medijsko oglašavanje se odnosilo na **priloge u informativnim emisijama.**



TV Vijesti su najviše besplatnog prostora dale koaliciji oko DPS-a i Evropi sad, po 24%, odnosno koaliciji Demokrata i URE i ZBCG – po oko 23%.



Grafik 68: Učešće izbornih lista u besplatnom medijskom predstavljanju na TV Vijesti

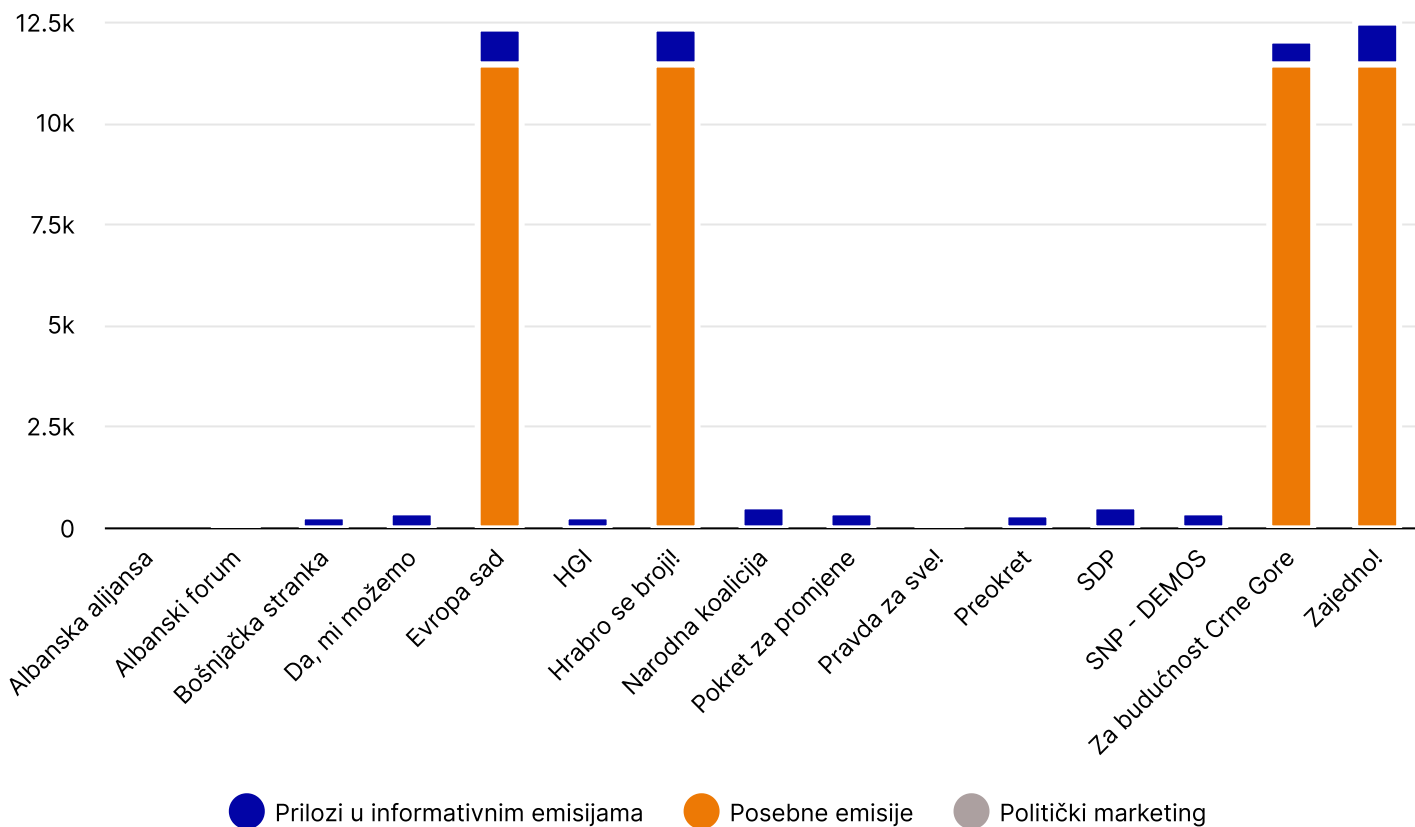
Na ovoj televiziji najviše plaćenih reklama je imala Evropa sad (30%), pa koalicija Demokrata i URE (23%), a zatim Narodna koalicija (16%) i SDP (10%).



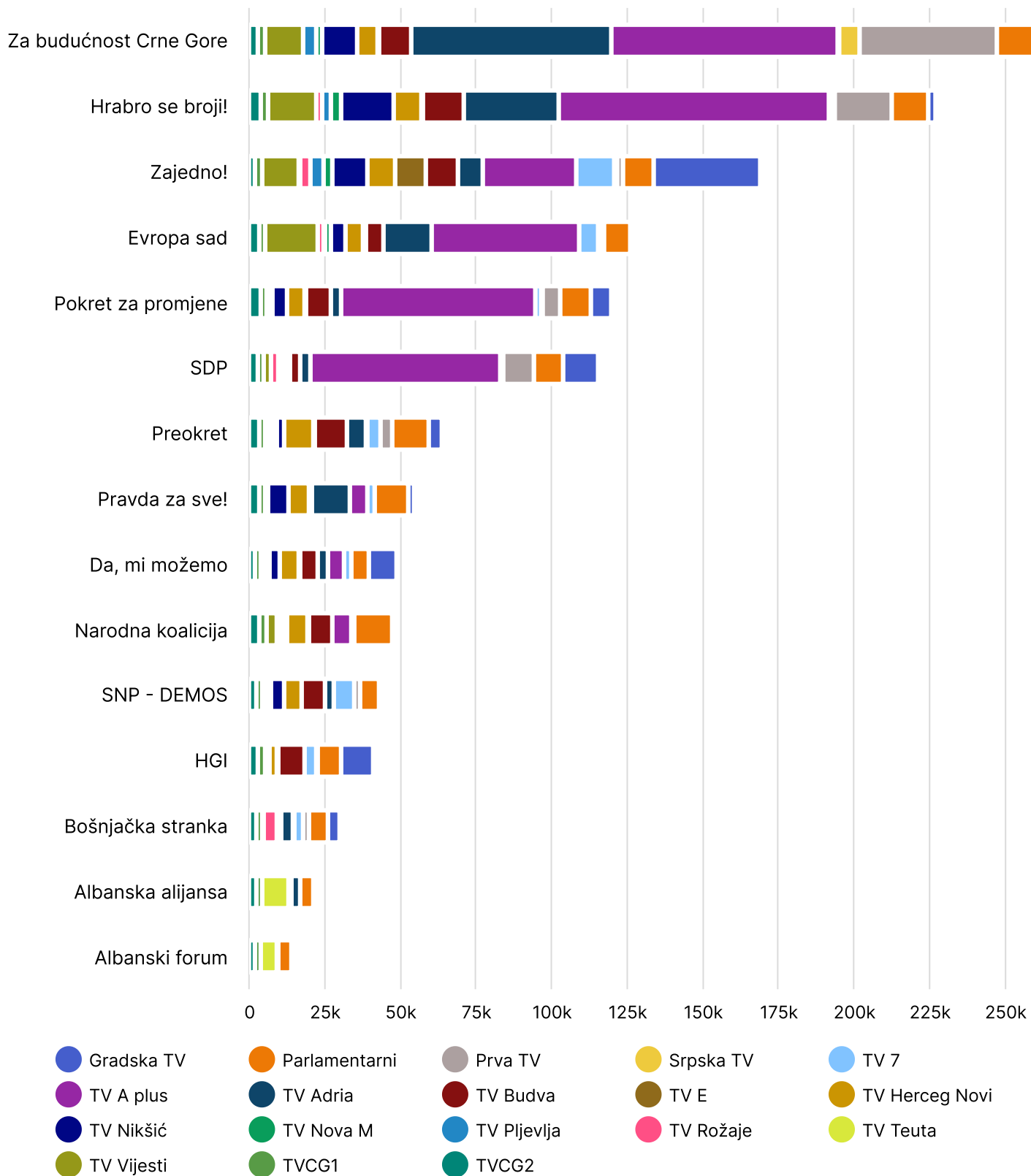
Struktura plaćenog medijskog predstavljanja na TV Vijesti

Najveći dio besplatnog medijskog oglašavanja se odnosio na **posebne emisije u kojima su dominirale četiri izborne liste.**

Grafik 69. Vrste medijskog predstavljanja na Vijesti, po izbornim listama



Pregled besplatnog i plaćenog oglašavanja po izbornim listama



Grafik 70: Trajanje trajanja besplatnog i plaćenog medijskog predstavljanja svih izbornih lista na crnogorskim televizijama

PRAĆENJE JAVNE POTROŠNJE

U TOKU IZBORNE

KAMPANJE

3.

3.1. Povećanja javne potrošnje u toku predizborne kampanje

U toku tromjesečne izborne kampanje, 45 državnih institucija je trošilo više od plana koji je utvrdilo Ministarstvo finansija. Neke institucije su višestruko povećavale svoju potrošnju, a povećane su i isplate pojedincima iz budžetske rezerve.

Zakonsko ograničenje da institucije ne smiju trošiti više od plana potrošnje koji utvrđuje Ministarstvo finansija je obesmišljeno jer je taj plan mijenjan svakog mjeseca u toku izborne kampanje.

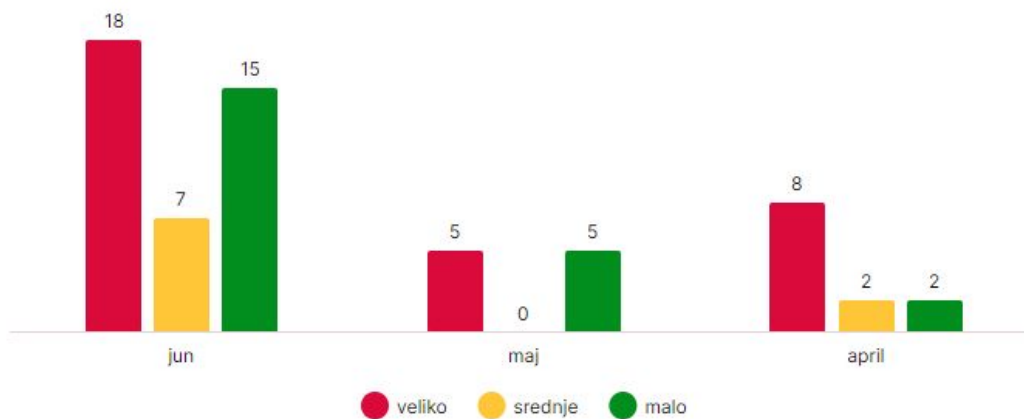
Praćenje sprovođenja tog ograničenja je onemogućila praksa nekoliko institucija da svoje transakcije proglašavaju tajnom.

Prema Zakonu o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja, institucijama je zabranjeno da troše više od plana potrošnje koji je utvrdilo Ministarstvo finansija (član 38 stav 2).

Plan potrošnje državnih institucija, objavljen od strane Ministarstva finansija kao nadležne institucije dostupan je u biblioteci na sajtu Vlade Crne Gore u dijelu organizacione jedinice Ministarstva finansija. [65]

Pratili smo potrošnju svih 87 budžetskih korisnika, od kojih je 45 povećavalo potrošnju u toku izborne kampanje i to uglavnom u junu, mjesecu kada su izbori održani.

[65] Dostupno na : <https://www.gov.me/dokumenta/785a8018-fb53-44e8-b105-9b610b31e90e> .



Grafik 71: Broj institucija koje su imale velika, srednja i mala povećanja potrošnje budžeta u odnosu na plan u toku izborne kampanje, po mjesecima (april, maj, jun)

U toku izborne kampanje mnoge državne institucije su trošile znatno veće iznose od onih predviđenih planom, kako je to prikazano u priloženoj tabeli.

Korisnik budžeta	Povećanje potrošnje u junu	% povećanja	Povećanje potrošnje u maju	% povećanja	Povećanje potrošnje u aprilu	% povećanja
Ministarstvo nauke i tehnološkog razvoja	3,123,286	7,520%	1,706,767	3,156%	(962,826)	-91%
Fond penzijskog i invalidskog osiguranja	3,034,850	7%	(882,789)	-2%	5,376,305	12%
Uprava prihoda i carina	2,027,923	142%	(801,297)	-56%	86,789	6%
Ministarstvo unutrašnjih poslova	2,015,554	23%	(388,352)	-4%	(967,621)	-11%
Državna izborna komisija	1,328,326	3,689%	(10,385)	-29%	1,148,810	3190%
Ministarstvo rada i socijalnog staranja	1,141,880	6%	(571,183)	-3%	2,883,273	16%
Zavod za zapošljavanje	932,824	24%	318,804	8%	750,269	19%
Uprava za izvršenje krivičnih sankcija	774,336	75%	(495,002)	-48%	(68,149)	-7%
Ministarstvo finansija	727,037	3%	(521,652)	0%	(3,762,258)	-9%
Sudski savjet	639,794	27%	(1,226,895)	-53%	1,672,655	71%
Ministarstvo javne uprave	579,590	105%	913,166	167%	(1,158,215)	-75%
Tužilački savjet	555,653	62%	(602,870)	-67%	9,011	1%
Ministarstvo kulture i medija	502,119	26%	(871,545)	-42%	(836,828)	-44%
Fond za zdravstveno osiguranje	354,944	1%	(465,420)	-2%	(1,195,286)	-4%
Uprava za gazdovanje šumama i lovištima	281,802	58%	(325,742)	-67%	(48,961)	-10%

Korisnik budžeta	Povećanje potrošnje u junu	% povećanja	Povećanje potrošnje u maju	% povećanja	Povećanje potrošnje u aprilu	% povećanja
Ministarstvo zdravlja	244,757	82%	34,509	11%	(178,219)	-58%
Generalni sekretarijat Vlade Crne Gore	140,562	44%	2,677	1%	3,883	1%
Agencija za zaštitu prirode i životne sredine	102,231	64%	18,661	12%	149,440	93%
Zavod za hidrometeorologiju i seizmologiju	99,855	81%	(65,174)	-49%	8,177	6%
Zavod za školstvo	90,380	72%	(1,039)	-1%	(264)	0%
Crnogorska akademija nauka i umjetnosti	84,585	47%	(18,441)	-10%	(26,603)	-15%
Uprava pomorske sigurnosti i upravljanja lukama	68,738	74%	(41,267)	-45%	8,401	10%
Ministarstvo ljudskih i manjinskih prava	63,508	43%	(30,705)	-20%	775	1%
Ministarstvo evropskih poslova	53,446	45%	3,844	3%	70,290	55%
Uprava za statistiku	53,137	25%	(18,232)	-8%	48,856	23%
Uprava za inspekcijske poslove	36,337	7%	(9,892)	-2%	173,691	33%
Ustavni sud Crne Gore	33,331	32%	(76,572)	-75%	(27,954)	-27%
Ministarstvo kapitalnih investicija	31,428	6%	(97,126)	-18%	(158,589)	-30%
Agencija za sprječavanje korupcije	21,597	15%	(29,529)	-19%	(70,342)	-34%
Regionalni ronilački centar za podvodno deminiranje i obuku ronilaca	19,823	52%	(28,712)	-75%	(4,506)	-12%
Centar za stručno obrazovanje	16,120	28%	943	2%	(2,503)	-4%
Državni arhiv	15,740	9%	(6,785)	-4%	(12,383)	-7%
Agencija za kontrolu i obezbjeđenje kvaliteta visokog obrazovanja	15,017	51%	(25,153)	-85%	15,823	54%
Agencija za zaštitu ličnih podataka i slobodan pristup informacijama	12,638	19%	25,008	38%	6,133	9%
Agencija za mirno rješavanje radnih sporova	8,865	26%	(16,959)	-50%	(3,811)	-11%

Korisnik budžeta	Povećanje potrošnje u junu	% povećanja	Povećanje potrošnje u maju	% povećanja	Povećanje potrošnje u aprilu	% povećanja
Fond za obeštećenje	7,876	19%	(27,113)	-65%	(26,885)	-64%
Centar za alternativno rješavanje sporova	7,767	36%	(14,922)	-60%	(3,580)	-12%
Nacionalna komisija za istraživanje nesreća i ozbiljnih nezgoda vazduhoplova, vanrednih događaja koji ugrožavaju bezbjednost željezničkog saobraćaja i pomorskih nezgoda i nesreća	3,685	69%	(1,279)	-22%	(143)	-3%
Zavod za socijalnu i dječiju zaštitu	2,959	12%	6,526	27%	(2,989)	-12%
Socijalni savjet	1,453	26%	(2,267)	-41%	(1,100)	-19%
Zaštitnik imovinsko-pravnih interesa Crne Gore	(5,168)	-7%	13,930	19%	(30,794)	-41%
Služba Predsjednika Crne Gore	(16,663)	-19%	45,474	52%	(512)	-1%
Ministarstvo sporta i mladih	(109,754)	-22%	(205,476)	-42%	1,999,755	407%
Ministarstvo odbrane	(286,255)	-6%	129,185	3%	(1,242,029)	-26%
Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma	(781,810)	-45%	381,087	42%	7,597	1%

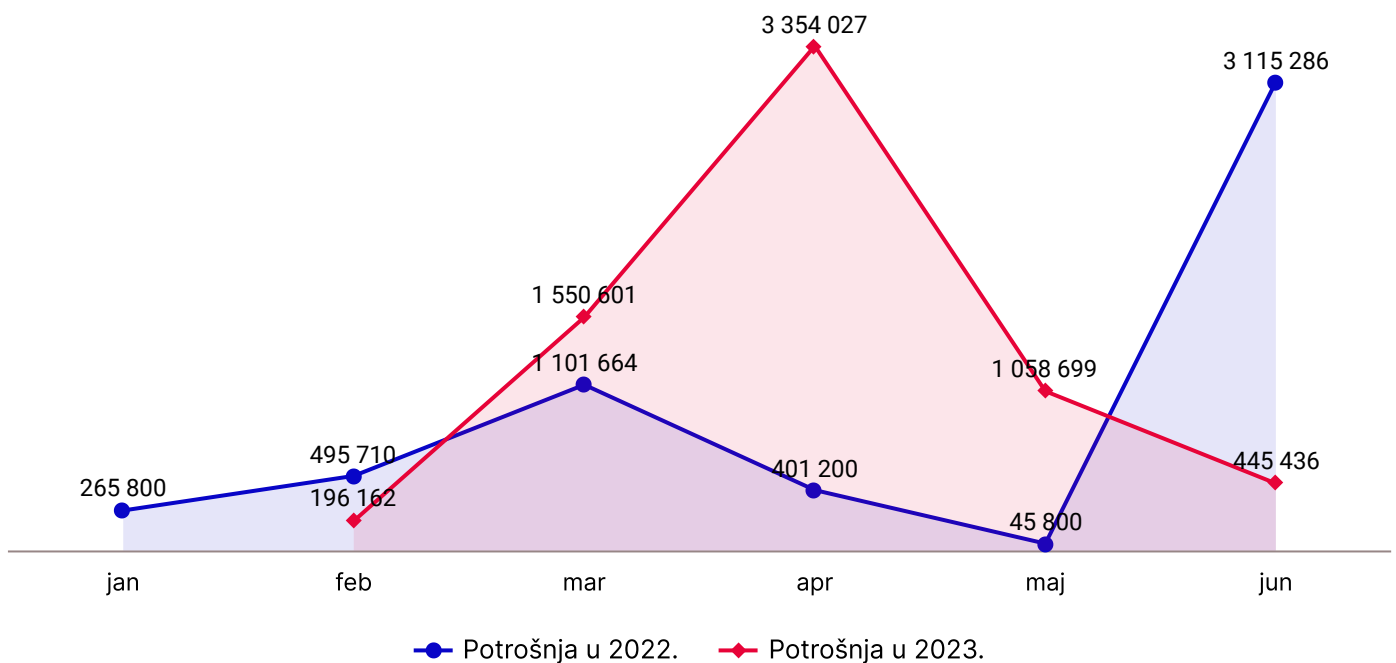
Tabela 2: Spisak institucija koje su trošile više od plana u toku kampanje za parlamentarne izbore 2023. (crvenom bojom su obilježeni iznosi veći od 100.000, odnosno od 50%, žutom su iznosi veći od 50.000 a manji od 100.000, kao i povećanja veća od 30% a manja od 50%, a zelenom povećanja veća od 10.000 a manja od 50.000 odnosno veća od od 10% a manja od 30%).

U odgovoru na objavljivanje naših podataka o povećanju potrošnje i podnošenje prijave, Ministarstvo unutrašnjih poslova je saopštilo da je plan potrošnje mijenjan svakog mjeseca. [66]

[66] <https://www.portalanalitika.me/clanak/mup-nije-tacno-da-smo-potrosili-vise-od-planiranog-u-periodu-prije-parlamentarnih-izbora-plan-potrosnje-se-svakomjesecno-mijenja>.

3.1.1. Povećanje potrošnje budžetske rezerve

U toku aprila i maja 2023. godine značajno je povećana potrošnja budžetske rezerve u odnosu na isti period prethodne godine. Najveći dio povećanja se odnosi na naknade štete od elementarnih nepogoda koje su u toku izborne kampanje bile osam puta veće nego u istom periodu prethodne godine.



Grafik 72: Potrošnja budžetske rezerve u prvih šest mjeseci 2023. i 2022. godine, po mjesecima

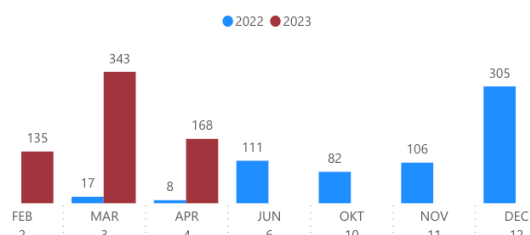
U toku predizborne kampanje, u martu i aprilu ove godine, Komisija za procjenu štete od elementarnih nepogoda Vlade Crne Gore, iz budžetske rezerve je isplatila preko 800 hiljada eura po osnovu naknada, što je osam puta više nego u istom periodu prošle godine.

Broj pojedinačnih isplata po ovom osnovu je bio čak 20 puta veći nego u istom periodu prethodne godine. Naime, u toku marta iz budžeta su bile 343 isplate, a u aprilu 168, dok je u martu prošle godine bilo 17 isplata, a u aprilu samo 8.

Isplate za saniranje štete od elementarnih nepogoda u 2023. i 2022. godini

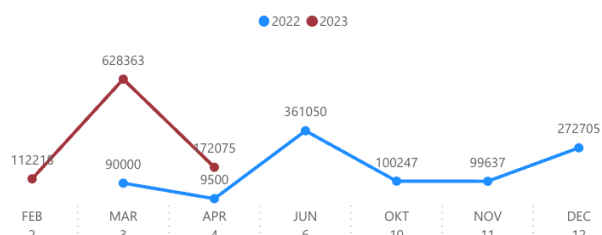
Broj isplata za elementarne nepogode

po mjesecima i godinama



Ukupan iznos isplata za elementarne nepogode

po mjesecima i godinama



Year Naziv dobavljača	2022						2023		
	3	4	6	10	11	12	2	3	4
PRVA(NIKSICKA)BANKA	16.000,00		32.150,00	56.233,71	23.895,70	82.817,17	30.548,75	364.216,65	60.005,35
CRNOGORSKA KOMERCIJALNA BANKA	42.000,00	8.000,00	27.100,00	17.849,00	25.832,20	89.503,49	42.176,05	60.022,98	59.604,15
NLB MONTENEGRO BANKA	5.500,00	1.000,00	20.900,00	7.262,00	14.742,70	35.237,90	20.037,90	115.444,12	20.938,60
ERSTE (OPORTUNITI) BANKA	500,00		6.600,00	8.274,00	12.116,40	40.939,91	12.607,50	20.077,40	4.135,35
AGRO MONT D.O.O.ZA PROIZ.TRGOVI			100.000,00						
HTP ULCINJSKA RIVIJERA AD			100.000,00						
HIPOTEKARNA BANKA		500,00	25.500,00	4.215,00	9.467,80	7.285,80	4.705,80	18.991,95	21.058,40
ADDIKO BANK (HYPO ALPE ADRIA)	10.000,00		2.500,00		12.287,10	8.523,87	850,00	1.703,88	792,80
LOVCEN BANKA AD PODGORICA	7.000,00		700,00	975,00	1.295,20	7.335,30	1.292,00	8.870,34	580,00
MESIHAT ISLAMSKJE ZAJEDNICE								27.000,00	
EPARHIJA BUDIMLJANSKO NIKSICKA			20.000,00						
VODOVOD I KANALIZACIJA			20.000,00						
MITROPOLIJA CRNOGORSKO PRIMOR								12.035,88	4.960,00
PORODIENA FARMA MILJANIC DOO	9.000,00								
AKADEMIJA ZNANJA DOO				5.438,55					
STAMBENA ZGRADA STARA BOLNICA			5.000,00						
ZAPAD BANKA						1.061,20			
DOO FORTRESS			300,00						
STARI MOST RIJEKA CRNOJEVICA			300,00						

Novac je uglavnom uplaćivan na račune u bankama, i to uglavnom u Prvoj banci, pa se iz podataka o isplatama ne može zaključiti ko je krajnji primalac, osim u slučaju nekoliko isplata pravnim licima, konkretno vjerskim zajednicama.

O podjeli sredstava za elementarne nepogode odlučuje komisija na čijem je čelu Zoran Miljanić, ministar bez portfelja zadužen za borbu protiv korupcije.

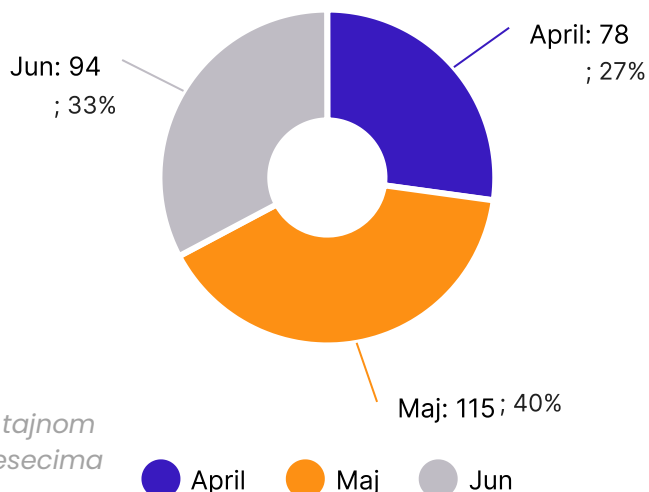
Do rasta ovih isplata je došlo krajem prošle godine, nakon što su amandmanom Demokratske Crne Gore zabranjene sve ostale vrste isplata pojedincima iz budžetske rezerve.

3.1.2. Tajne isplate iz budžeta

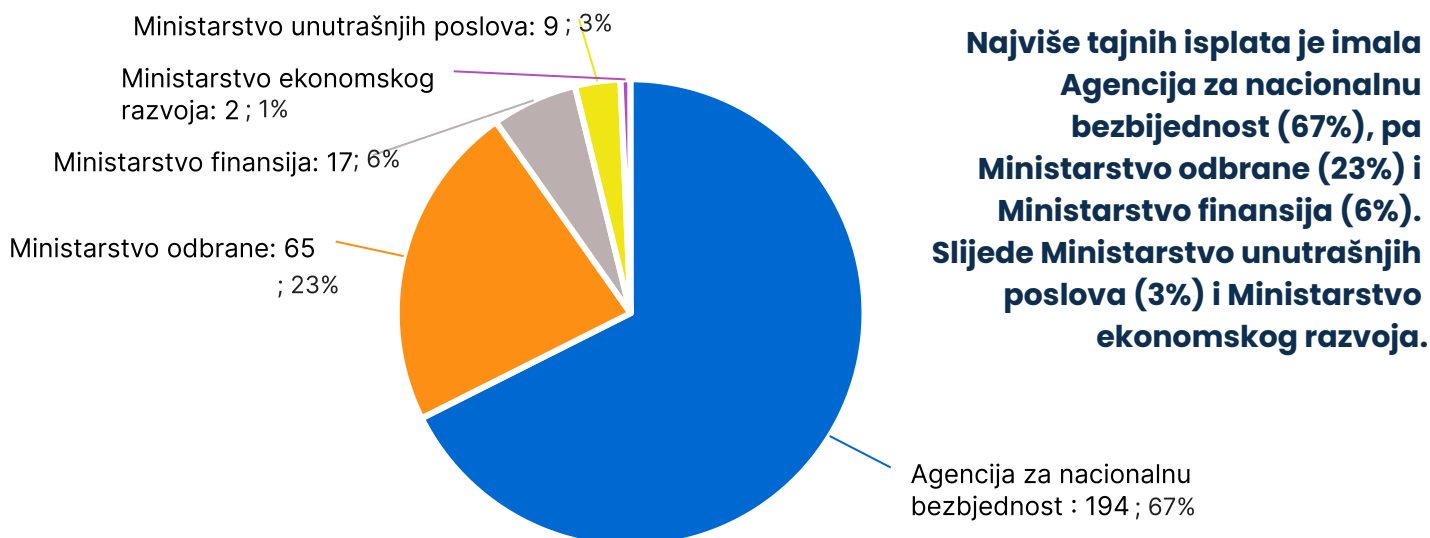
U toku izborne kampanje bilo je 287 isplata iz budžeta koje su proglašene tajnom, pa je skriven kako iznos transakcije, tako i datum izvršenja, opis konta, odnosno vrste troška, kao i naziv dobavljača kome su sredstva uplaćena.

Institucija koja skriva transakcije / mjesec	April	Maj	Jun	Ukupno
Agencija za nacionalnu bezbjednost	42	86	66	194
Ministarstvo odbrane	26	21	18	65
Ministarstvo finansija	6	4	7	17
Ministarstvo unutrašnjih poslova	4	4	1	9
Ministarstvo ekonomskog razvoja	-	-	2	2
Ukupno	78	115	94	287

Najviše tajnih isplata je bilo u maju (115 ili 40%), pa u junu (94 ili 33%), a najmanje u aprilu (78 ili 27%).



Grafik 73: Broj isplata iz budžeta koje su proglašene tajnom u toku izborne kampanje, po mjesecima



Najviše tajnih isplata je imala Agencija za nacionalnu bezbjednost (67%), pa Ministarstvo odbrane (23%) i Ministarstvo finansija (6%). Slijede Ministarstvo unutrašnjih poslova (3%) i Ministarstvo ekonomskog razvoja.

Grafik 74: Broj isplata iz budžeta koje su proglašene tajnom u toku izborne kampanje, po institucijama

40065522	4114000000	4114001000	Doprinos za penzijsko i invalidsko osiguranje	JEDINSTVENI RACUN POREZA I DO	752,33	18.04.2023	BUDGET
40065522	4114000000	4114003000	Doprinos za osiguranje od nezaposlenosti	JEDINSTVENI RACUN POREZA I DO	68,40	18.04.2023	BUDGET
40065522	4114000000	4114005000	Doprinos Fondu rada	JEDINSTVENI RACUN POREZA I DO	27,35	18.04.2023	BUDGET
40065525	4115000000	4115001000	Opštinski prirez	PRIREZ NA POREZ PODGORICA	87,43	18.04.2023	BUDGET

40071926	4141000000	4141002100	Dnevnice za službeno putovanje u inostranstvo	CRNOGORSKA KOMERCIJALNA BANKA	284,20	21.04.2023	BUDGET
40071926	4141000000	4141002300	Smjestaj na službenom putovanju u inostranstvu	CRNOGORSKA KOMERCIJALNA BANKA	937,98	21.04.2023	BUDGET
40074263	4127000000	4127000091	Ostale naknade-obaveze	JEDINSTVENI RACUN POREZA I DO	64,33	27.04.2023	BUDGET
40074263	4127000000	4127000091	Ostale naknade-obaveze	JEDINSTVENI RACUN POREZA I DO	145,04	27.04.2023	BUDGET
40074264	4127000000	4127000091	Ostale naknade-obaveze	PRIREZ NA POREZ PODGORICA	12,84	27.04.2023	BUDGET
40080023	4111000000	4111001000	Zarada za redovan rad	NLB MONTENEGRO BANKA	997,57	28.04.2023	BUDGET
40080009	4111000000	4111001000	Zarada za redovan rad	HIPOTEKARNA BANKA	1.855,13	28.04.2023	BUDGET
40079992	4111000000	4111001000	Zarada za redovan rad	CRNOGORSKA KOMERCIJALNA BANKA	8.571,76	28.04.2023	BUDGET
40077020	4127000000	4127000090	Ostale naknade-neto	NLB MONTENEGRO BANKA	396,50	28.04.2023	BUDGET

Naziv kor.budžeta MF-Regulisanje finansijskog sistema

Pregled sakrivenih transakcija budžetskog korisnika Ministarstva finansija u mjesecu aprilu 2023. godine (kompletan dokument sa plaćanjima iz Državnog trezora dostupan je sajtu Vlade Crne Gore [67])

40102115	4111000000	4111001000	Zarada za redovan rad	SINDIKAT ANB	3,378.31	31.05.2023	BUDGET
40102121	4111000000	4111001000	Zarada za redovan rad	SINDIKAT BEZBJEDONOSNIH INSTI	965.23	31.05.2023	BUDGET
40102126	4111000000	4111001000	Zarada za redovan rad	CRN.FOND ZA SOLID.STAMB.IZGRA	482.62	31.05.2023	BUDGET
40102506	4111000000	4111001000	Zarada za redovan rad	SINDIKAT ANB	34,970.05	31.05.2023	BUDGET

Naziv kor.budžeta ANB-Aktivnosti usmjerene na očuvanje nac

Naziv kor.budžeta ANB-Modernizacija opreme i adaptacija ob

Prikaz plaćanja iz Državnog trezora objavljenih na sajtu Vlade Crne Gore tokom mjeseca maja, konkretno budžetskog korisnika Agencije za nacionalnu bezbjednost [68]

[67] Dostupno na : <https://www.gov.me/dokumenta/fcc85c97-18bf-46eb-ac2c-9827d8c8f4bc> .

[68] Dostupno na: <https://www.gov.me/dokumenta/cf6d51c2-accd-4f9e-9d45-3f254924a436>

Isplate iz Državnog trezora tokom mjeseca juna 2023. godine dostupne su na: <https://www.gov.me/dokumenta/7bfa4eb0-21ed-4d27-bcd1-d4bc09f1dd94> .

3.2. Zapošljavanje

Ograničenje kratkoročnog zapošljavanja u toku predizborne kampanje je u praksi obesmišljeno, jer ASK ne sprovodi adekvatnu kontrolu, iako konkretni primjeri i statistički podaci ukazuju da postoje zloupotrebe.

Za tri mjeseca izborne kampanje za ugovore o djelu iz budžeta je isplaćeno preko 800 hiljada eura više nego u istom periodu prethodne godine. Institucije su prijavile da su u toku kampanje sklopile 16.706 kratkoročnih ugovora o zapošljavanju kojima je angažovano 4,755 lica.

Državne kompanije kriju informacije o zapošljavanju u toku izborne kampanje. Podatke dostavljaju samo Pošta Crne Gore, CEDIS, Luka Bar, Željeznička infrastruktura i Željeznički prevoz Crne Gore, Rudnik uglja ih je proglasio tajnom, CGES štiti privatnost zaposlenih, a EPCG, Javno preduzeće za upravljanje morskim dobrom i Aerodromi Crne Gore ignorišu podnijete zahtjeve za informacijama.

3.2.1. Prijavljeno zapošljavanje u državnim i lokalnim institucijama u toku izborne kampanje

Statistički podaci i konkretni primjeri pokazuju da je ograničenje kratkoročnog zapošljavanja u praksi obesmišljeno. Institucije su prijavile da su u toku kampanje za parlamentarne izbore sklopile 16.706 kratkoročnih ugovora o zapošljavanju kojima je angažovano 4,755 lica. ASK nije provjeravala da li su ta zaposlenja osnovana predviđena aktima o sistematizaciji, niti da li ima skrivenih ugovora.

Članom 44 stav 1 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja je propisano da državni organi, organi državne uprave, lokalne samouprave i lokalne uprave, kao i javne ustanove i državni fondovi u toku izborne kampanje mogu zapošljavati lica na određeno vrijeme, samo izuzetno i ako je to predviđeno aktom o sistematizaciji radnih mjesta. Taj član dalje propisuje da su te institucije dužne da sve odluke o zapošljavanju, sa pratećom dokumentacijom, dostavljaju Agenciji za sprječavanje korupcije koja ima obavezu da dostavljena akta objavi na svom sajtu.

Član 44 stav 1, 2 i 3 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja:

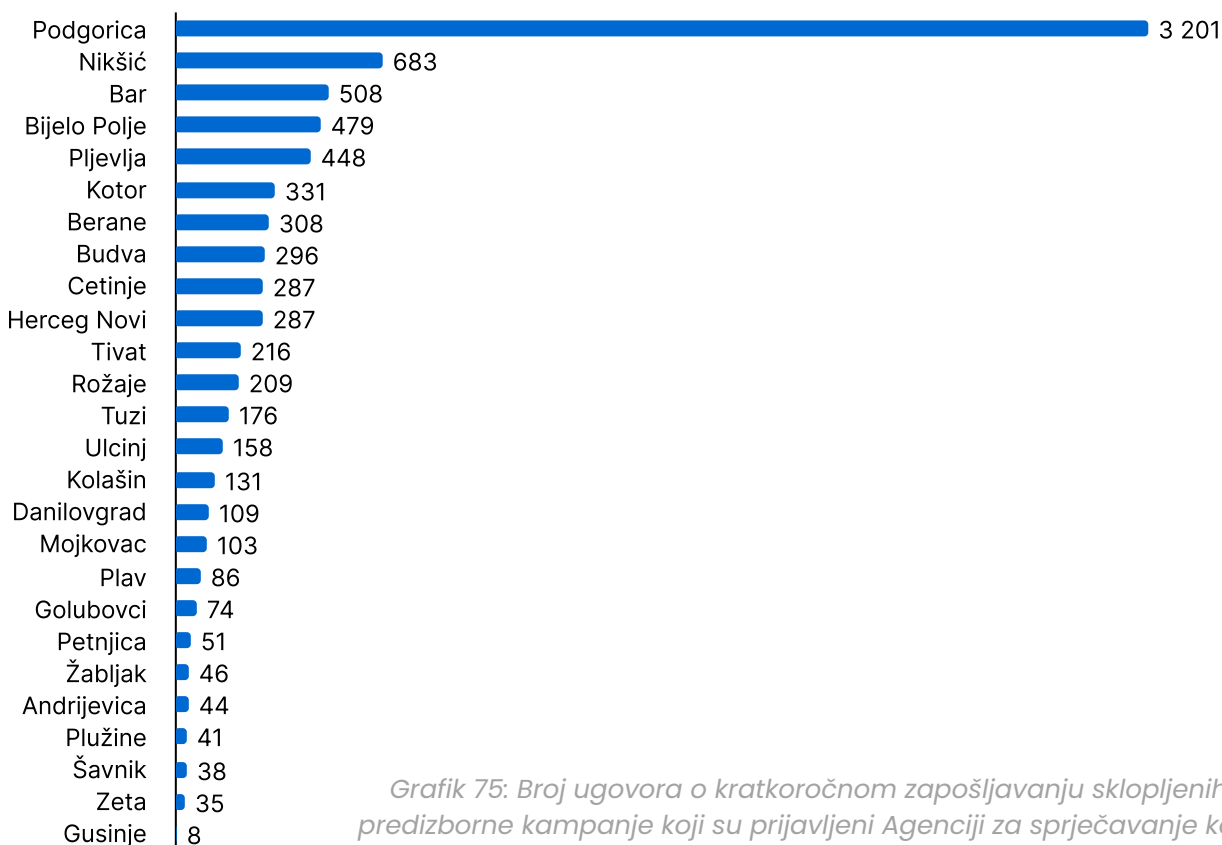
“U državnim organima, organima državne uprave, organima lokalne samouprave, organima lokalne uprave, javnim ustanovama i državnim fondovima, **u periodu od dana raspisivanja do dana održavanja izbora, mogu se izuzetno zaposliti lica na određeno vrijeme**, odnosno zaključiti ugovor za obavljanje privremenih i povremenih poslova, radi obezbjeđivanja neometanog i redovnog odvijanja i funkcionisanja procesa rada tih organa, na osnovu odluke nadležnog organa ovih subjekata, **samo ako je to predviđeno aktom o sistematizaciji radnih mjesta**.”

Organi i pravna lica iz stava 1 ovog člana dužni su da sve **odluke** o zapošljavanju koje su donijete u skladu sa zakonima kojima se uređuju radni odnosi, prava i obaveze državnih službenika i namještenika i obligacioni odnosi, **sa kompletnom pratećom dokumentacijom**, dostave Agenciji u roku od tri dana od dana donošenja odluke.

Agencija je dužna da **dostavljena akta iz stava 2 ovog člana, u roku od sedam dana od dana dostavljanja objavi** na svojoj internet stranici.”

Prema podacima koje su institucije dostavile Agenciji za sprječavanje korupcije, u toku kampanje za parlamentarne izbore sklopljeno je 16.706 kratkoročnih ugovora o zapošljavanju.

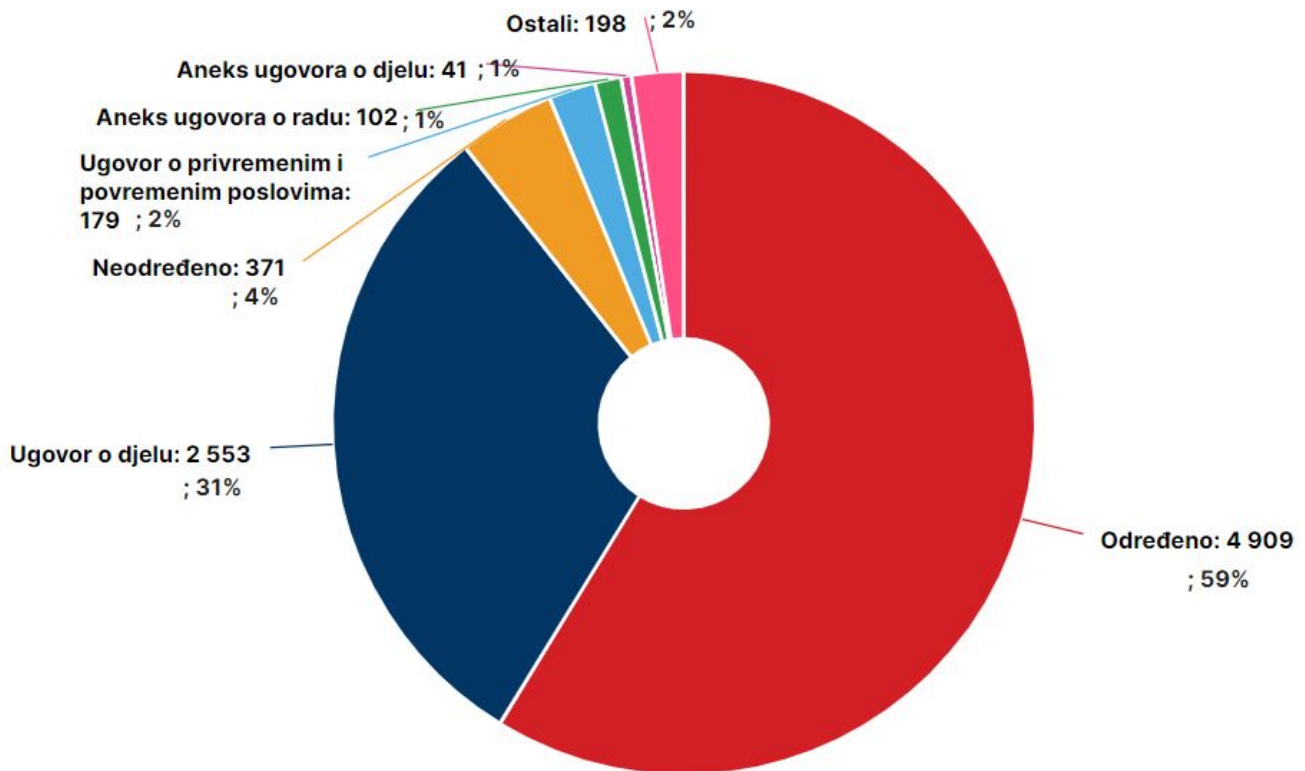
Od toga je najviše ugovora zaključeno u Podgorici, i to 3,201, u Nikšiću 683, u Baru 508, u Bijelom Polju 479, u Pljevljima 448.



Grafik 75: Broj ugovora o kratkoročnom zapošljavanju sklopljenih u toku predizborne kampanje koji su prijavljeni Agenciji za sprječavanje korupcije

Sa nekim licima je zaključivano više ugovora, pa je u toku predizborne kampanje kroz kratkoročno zapošljavanje angažovano 4,755 lica koja su prijavljena ASK-u.

Najveći dio kratkoročnog zapošljavanja se odnosi na ugovore na određeno i na ugovore o djelu.



Grafik 76: **Vrste ugovora** o kratkoročnom zapošljavanju sklopljenih u toku predizborne kampanje koji su prijavljeni Agenciji za sprječavanje korupcije

Najviše ugovora je sklopila predškolska ustanova Đina Vrbica, čak 232, na drugom mjestu je Klinički centar Crne Gore koji je u toku predizborne kampanje sklopio 196 ugovora, a na trećem Ispitni centar sa 194 ugovora. Slijede Uprava za statistiku koja je zaključila 152 ugovora, Muzički centar Crne Gore sa 145 i JU Škola za srednje i više stručno obrazovanje Sergije Stanić sa 113 ugovora.

Naziv institucije	Broj lica
JPU Đina Vrbica Podgorica	232
JZU Klinički centar Crne Gore	196
JU Ispitni centar	194
Uprava za statistiku (Zavod za statistiku MONSTAT)	152
JU Muzički centar Crne Gore	145
JU Škola za srednje i više stručno obrazovanje Sergije Stanić	113
Uprava za inspeksijske poslove	92
JU Srednja stručna škola Pljevlja	92
JU Muzička škola Tivat	78
JZU Opšta bolnica Bijelo Polje	77

Tabela 3: Institucije koje su prijavile najviše ugovora o kratkoročnom zapošljavanju sklopljenih u toku predizborne kampanje

Studija slučaja:

Masovno zapošljavanje medicinskih sestara u vrtiću

Konkretni primjeri pokazuju da je primjena ovog člana obesmišljena. Bez obzira na značajno povećanje kratkoročnog zapošljavanja, institucije ne dostavljaju dokaze da su ta radna mjesta predviđena aktima o sistematizaciji, a ASK u tim slučajevima ne vrši nikakvu kontrolu, već samo objavljuje nepotpune podatke koji su im dostavljeni.

Iako Zakon jasno propisuje da se mogu zaključivati ugovori samo ako je to predviđeno aktom o sistematizaciji radnih mjesta, većina institucija ASK-u ne dostavlja akta o sistematizaciji, niti bilo kakvu drugu prateću dokumentaciju, osim samih ugovora, iz kojih se ne može zaključiti da li je radno mjesto sistematizovano.

Tako je, na primjer, predškolska ustanova "Đina Vrbica", u toku predizborne kampanje sklopila 111 ugovora sa medicinskim sestrama. Svi sklopljeni ugovori su na period od po mjesec dana.

Ni u jednom slučaju ova predškolska ustanova nije dostavila dokaz da su radna mjesta predviđena aktom o sistematizaciji, ali uprkos tome, nije bila predmet kontrole ASK-a.

ASK je u toku predizborne kampanje kontrolisao samo 10 institucija.

Organ <i>Opština</i>	Lice	Sistematizacija ↑ <i>Tip zaposlenja</i>	Osnov zasnivanja	Datum dostavljanja <i>Akcije</i>
JPU Đina Vrbica Podgorica <i>Podgorica</i>	Anđela Gardašević	medicinska sestra <i>Određeno</i>	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica <i>Podgorica</i>	Amina Tuzović	medicinska sestra <i>Određeno</i>	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica <i>Podgorica</i>	Zilka Melić	medicinska sestra <i>Određeno</i>	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica <i>Podgorica</i>	Tanja Mihailović	medicinska sestra <i>Određeno</i>	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica <i>Podgorica</i>	Ivana Krstović	medicinska sestra <i>Određeno</i>	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica <i>Podgorica</i>	Milica Lutovac	medicinska sestra <i>Određeno</i>	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica <i>Podgorica</i>	Vasja Ratković	medicinska sestra <i>Određeno</i>	Do 30 dana	2.06.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica <i>Podgorica</i>	Maja Škuletić	medicinska sestra <i>Određeno</i>	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica <i>Podgorica</i>	Kristina Bojović	medicinska sestra <i>Određeno</i>	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica <i>Podgorica</i>	Anđela Despotović	medicinska sestra <i>Određeno</i>	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00

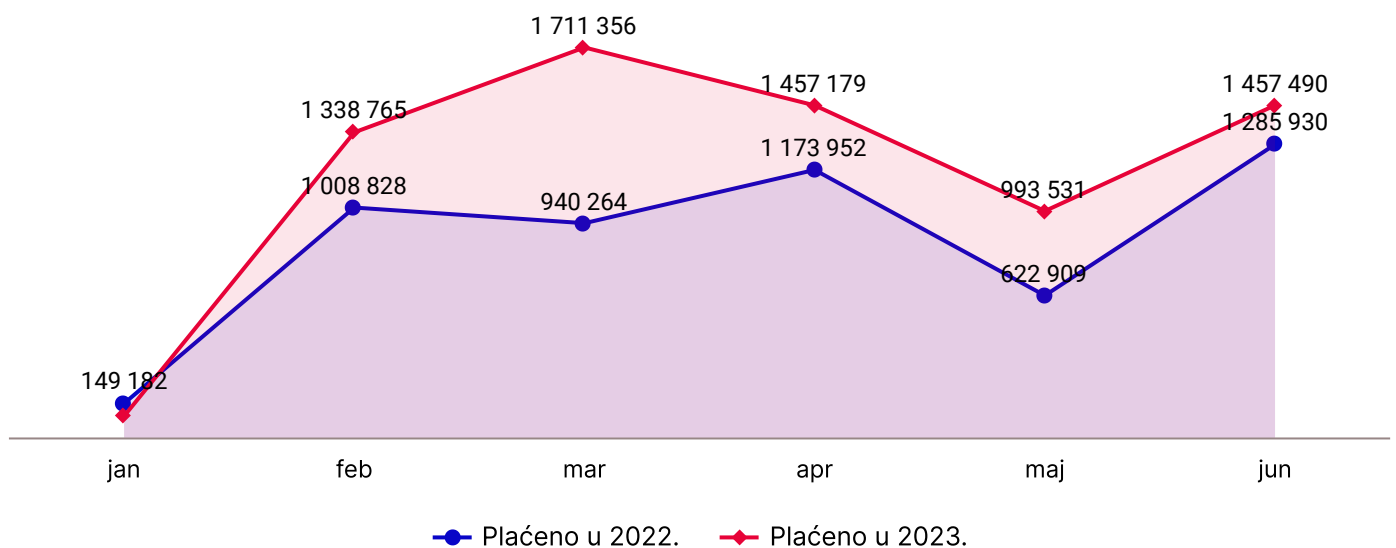
Organ Opština	Lice	Sistematizacija ↑ Tip zaposlenja	Osnov zasnivanja	Datum dostavljanja Akcije
JPU Đina Vrbica Podgorica Podgorica	Sanja Mihailović	medicinska sestra Određeno	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica Podgorica	Nataša Đukanović	medicinska sestra Određeno	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica Podgorica	Tijana Uzelac	medicinska sestra Određeno	Do 30 dana	2.06.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica Podgorica	Marina Maraš	medicinska sestra Određeno	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica Podgorica	Jovana Andrijević	medicinska sestra Određeno	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica Podgorica	Adelisa Avdić	medicinska sestra Određeno	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica Podgorica	Majda Rebronja	medicinska sestra Određeno	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica Podgorica	Ana Đerković	medicinska sestra Određeno	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica Podgorica	Kristina Božović	medicinska sestra Određeno	Do 30 dana	4.04.2023. 00:00
JPU Đina Vrbica Podgorica Podgorica	Sanja Rašović	medicinska sestra Određeno	Do 30 dana	2.06.2023. 00:00

Izvodi sa sajta ASK-a: Primjeri zapošljavanja medicinskih sestara u predškolskoj ustanovi

3.2.2. Povećane isplate za kratkoročno zapošljavanje preko ugovora o djelu

U predizbornom periodu povećane su budžetske isplate za ugovore o djelu, kao i broj tih isplata. Za tri mjeseca po tom osnovu je isplaćeno preko 800 hiljada eura više nego u istom periodu prethodne godine.

Značajan dio povećanja potrošnje institucija se odnosi na rast troškova zapošljavanja i to posebno kroz sklapanje kratkoročnih ugovora o djelu.



Grafik 77: Potrošnja budžetskih korisnika za ugovore o djelu u toku prvih šest mjeseci 2023. i 2022. godine

U aprilu je isplaćeno preko 280 hiljada eura više nego u istom mjesecu prethodne godine, u maju su ti izdaci povećani za preko 370 hiljada u odnosu na uporedni mjesec prethodne godine, a u junu za preko 170 hiljada eura.

Povećan je i broj transakcija kojima su isplaćivani troškovi ovih ugovora što navodi na zaključak da je i povećan broj tih ugovora, odnosno da je došlo do rasta kratkoročnog zapošljavanja.

Tako je u junu 2023. bilo 343 isplate više nego u istom mjesecu prethodne godine, što predstavlja povećanje od 15%. U maju je izvršeno 307 isplata više za ugovore o djelu nego u istom mjesecu prethodne godine, što je povećanje od 24%.

Najveća povećanja za isplate ugovora o djelu u toku izborne kampanje su imali Ministarstvo unutrašnjih poslova, Uprava za inspekcijske poslove, Uprava za gazdovanje šumama i lovištima, Fond za zdravstveno osiguranje i Ministarstvo kulture i medija.

Institucija	Povećanje u maju 2023	Povećanje u junu 2023
Ministarstvo unutrašnjih poslova	(40,810)	96,278
Uprava za inspekcijske poslove	-	57,578
Uprava za izvršenje krivičnih sankcija	25,464	54,215
Uprava za gazdovanje šumama i lovištima	-	40,817
Fond za zdravstveno osiguranje	(9,169)	34,922
Ministarstvo kulture i medija	51,124	28,954
Ministarstvo ekonomskog razvoja i turizma	32,495	25,251
Uprava prihoda i carina	(35,948)	19,652
Ministarstvo zdravlja	2,064	17,514
Ministarstvo rada i socijalnog staranja	5,622	15,902
Uprava za statistiku	12,563	15,617
Ministarstvo javne uprave	9,766	15,227
Ministarstvo poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede	(27,757)	14,174
Ministarstvo ljudskih i manjinskih prava	15,827	12,948
Ministarstvo prosvjete	29,699	12,514
Uprava za kapitalne projekte	14,476	11,231
Ministarstvo nauke i tehnološkog razvoja	-	10,847
Ministarstvo vanjskih poslova	14,945	10,646
Ministarstvo odbrane	8,805	9,547
Savjet za privatizaciju i kapitalne projekte	3,600	8,350
Uprava pomorske sigurnosti i upravljanja lukama	(5,889)	8,154
Agencija za zaštitu prirode i životne sredine	(2,029)	6,523
Skupština Crne Gore	3,162	6,300
Uprava za katastar i državnu imovinu	198,209	(251,298)
Ministarstvo kapitalnih investicija	21,335	994
Fond penzijskog i invalidskog osiguranja	16,400	(16,095)
Ministarstvo sporta i mladih	11,192	(8,026)
Uprava za bezbjednost hrane, veterinu i fitosanitarne poslove	9,259	(135)
Ministarstvo evropskih poslova	6,758	1,892
Generalni sekretarijat Vlade Crne Gore	6,333	(3,562)

Tabela 4: Institucije koje su povećale isplate za ugovore o djelu u toku maja i juna 2023. i iznos povećanja

3.2.3. Zapošljavanje u državnim kompanijama

Zakon o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja ne predviđa obavezu državnih kompanija da ASK-u dostavljaju podatke o zapošljavanju za vrijeme izborne kampanje. Stoga, MANS je te podatke pokušao da pribavi posredstvom Zakona o slobodnom pristupu informacijama, ali najveće kompanije u državnom vlasništvu nastavljaju sa praksom kršenja ovog zakona.

Elektroprivreda Crne Gore (EPCG), Aerodromi Crne Gore, Rudnik uglja i Javno preduzeće za upravljanje morskim dobrom (JPMD) već duže vrijeme od javnosti skrivaju podatke o broju i identitetu lica koje su zaposlili, pravdajući takvu praksu zaštitom privatnosti ili proglašavajući informacije za poslovnu tajnu.

Tako je najveća državna kompanija – Elektroprivreda Crne Gore, EPCG, krajem avgusta 2023. godine zabranila pristup podacima o zapošljavanju iz aprila 2023 – odnosno iz perioda kada se intenzivno vodila kampanja, pravdajući zabranu pristupa podacima zaštitom ličnih podataka zapošljenih lica. [69]

Kćerka firma EPCG, Rudnik uglja, podatke o licima zaposlenim u aprilu 2023. godine štiti jer se radi o poslovnoj tajni, a nakon izjavljene žalbe, MANS je predao i tužbu nastojeći da dođe od ovih informacija. [70]

Aerodromi Crne Gore, državna kompanija koja je 2022. godine prijavila 885 zaposlenih, u odnosu na 787 iz 2021. godine, u potpunosti ignoriše zahtjeve za slobodan pristup informacijama NVO MANS koji se odnose na novo zapošljavanje.

Državne kompanije koje dostavljaju podatke – poput Pošte Crne Gore, kriju iznose neto zarada zaposlenih angažovanih po osnovu ugovora o djelu, pravdajući to zaštitom ličnih podataka.

Imajući u vidu da zakonska regulativa ne ograničava obavezu državnih kompanija da se pridržavaju ograničenja pri zapošljavanju u izbornom periodu, ova pravna praznina obilato se koristi, čime se vrši snažan uticaj na birače i sami izborni proces. Tzv. partijsko zapošljavanje, ovakvom praksom, ostaje jedan od ključnih mehanizama zloupotrebe državnih resursa u partijske svrhe, i jedan od najefikasnijih metoda kupovine glasova, dok nedostatak pune transparentnosti kompanijama, odnosno njihovim rukovodiocima, omogućava da trguju radnim mjestima u zamjenu za glasove.

[69] SPI zahtjev NVO MANS br. 144335 od 09.05.2023. godine.
[70] SPI zahtjev NVO MANS br. 144339 od 09.05.2023. godine.

3.3. Pritisci izvršne vlasti

Nakon što smo objavili podatke o povećanju potrošnje državnih institucija, posebno za ugovore o djelu, reagovao je premijer i saopštio: „Svi ugovori o djelu 43. Vlade su objavljeni na sajtu, što ranije nije bio slučaj“, dok je uvećanje potrošnje po ovom osnovu pravdao rastom zarada, odnosno rastom pojedinačnih isplata. [71]

Tom prilikom Abazović je dodao da MANS, objavom podataka o povećanju potrošnje za vrijeme kampanje, vodi kampanju za jednu političku opciju, koju nije htio da imenuje. [72]

„Svaki put kad objave nešto ja sam vrlo zahvalan, jer to govori o transparentnosti vlade. Oni do svakog podatka mogu da dođu, u kojem god hoće momentu, svaka stvar je dostupna, i da je prikažu javnosti, ali ne da je prikažu do pola, već da je iskažu do kraja“ – Dritan Abazović, 31.05.2023. godine.

Nakon objave MANS-a na društvenoj mreži X koja se odnosila na tajne isplate iz budžetske rezerve, Abazović je optužio MANS da je „zamaglio imena“ u dokumentu koji se odnosi na primaoca isplate, i takav dokument svjesno plasirao u javnost. [73]

Dodatno, Aleksandar Damjanović, bivši ministar finansija, na sjednici Vlade Crne Gore na kojoj se povel rasprava o ovoj temi i objavi MANS-a, izjavio je:

„Ovako su svima začepljena usta, mislim na ove nedobronamjerne. Začepljena su usta jednoj opskurnoj nevladinoj organizaciji koja često služi kao batina ili slaba batina pojedinim centrima moći u raznim periodima“, kazao je tom prilikom Damjanović. [74]

U tom periodu, Abazović je kritike o nedostatku transparentnosti i povećanju potrošnje nazvao „zlomamjernim“, „lažima i podvalama“. „Istinu za neke ljude, bilo da su iz civilnog sektora ili nekih drugih branši, a misle da su nedodirljivi, reći ću poslije 11. juna“, poručio je Abazović tada. [75]

[71] Pogledati na: <https://www.youtube.com/watch?v=fjIDBL7LZSg>.

[72] Pogledati na: <https://www.vijesti.me/vijesti/politika/658820/abazovic-mans-vodi-kampanju-za-jednu-politicku-opciju>.

[73] Pogledati na: <https://rtcg.me/vijesti/drustvo/433310/damjanovic-zle-namjere-opskurne-nvo-abazovic-radimo-transparentno.html>.

[74] Pogledati na: <https://www.vijesti.me/vijesti/ekonomija/658995/vlada-porucila-da-mans-manipulise-njenim-dokumentima>.

[75] Pogledati na: <https://www.vijesti.me/vijesti/politika/659205/abazovic-kazacu-istinu-o-nekima-koji-misle-da-su-nedodirljivi-nakon-izbora>.

3.4. Postupanje ASK-a

Zahvaljujući suženom tumačenju zakonskih odredbi od strane ASK-a, mnoge institucije koje su povećale potrošnju u toku izborne kampanje nisu snosile posljedice. Agencija je utvrdila da se ograničenja potrošnje primjenjuju samo na mjesece koji su u cjelosti dio izborne kampanje, i samo na budžetska sredstva koja ne uključuju ni kredite ni donacije.

Ta institucija je po prvi put pokrenula postupke protiv funkcionera koji su u toku radnog vremena radili na izbornoj kampanji. Ti postupci su pokrenuti sa velikim kašnjenjem i još nisu okončani.

ASK je za sebe utvrdila da nije obveznik Zakona i prekinula sa objavljivanjem putnih naloga nakon što su mediji i MANS ukazali na zloupotrebe vozila od strane direktorice te institucije.

MANS je podnio 42 prijave ASK-u vezane za kršenja zakonskih odredbi u toku izborne kampanje:

- 39 se odnosilo na ograničenja upotrebe državnih sredstava (član 38 stav 2) [76],
- 1 na zabranu finansiranja od strane pravnog lica koje učestvuje u postupku javnih nabavki (član 33 stav 5) [77],
- 1 na angažovanje javnih funkcionera u kampanji u toku radnog vremena (član 44 stav 4)
- 1 na objavljivanje putnih naloga (član 43 stav 3).

Po našim prijavama ASK je pokrenuo 23 postupka, a 19 je odbačeno. Donešena je **jedna odluka kojom je utvrđeno kršenje zakona**, 14 odluka da zakon nije povrijeđen, a u osam slučajeva odluka nije donešena do zaključenja ovog izvještaja. [78]

Osnov kršenja	Broj podnijetih prijava	Broj postupaka ASK-a	Ishod postupaka
Prekoračenje potrošnje u aprilu 2023 (član 38, stav 2)	9	9 pokrenuto	4 odbijene, 5 nema odluke
Prekoračenje potrošnje u maju 2023 (član 38, stav 2)	12	12 pokrenuto	10 odbijeno, 2 nema odluke
Prekoračenje potrošnje u junu 2023 (član 38, stav 2)	18	18 odbačeno	-
Vođenje kampanje u toku radnog vremena državnih zvaničnika (član 44, stav 4)	1	1 pokrenut	1 nema odluke
Donacija kompanije koja je učestvovala u javnim nabavkama (član 33, stav 5)	1	1 pokrenut	1 utvrđeno kršenje
Objavljivanje putnih naloga (član 43, stav 3)	1	1 odbačena	-

Tabela 5: Pregled podnešenih prijava po vrstama kršenja odredbi ZFPSIK

[76] Opisano u Poglavlju - Povećanja javne potrošnje u toku predizborne kampanje.

[77] Opisano u Studiji slučaja: Nezakonite donacije firme koja je zaključila ugovor o javnim nabavkama.

[78] Izvještaj je zaključen na kraju oktobra 2023.

3.4.1. Prijave za povećanje potrošnje institucija

Tumačenja ASK-a su suzila zakonska ograničenja povećanja potrošnje u predizbornom periodu.

ASK je odlučila da se ograničenja potrošnje ne mogu odnositi na jun mjesec, jer su izbori održani 11. juna, a **zabrana se može primijeniti samo ukoliko je cijeli mjesec dio izborne kampanje.**

Agencija je ovaj stav, da se zabrana odnosi na cijeli kalendarski mjesec, prethodno zauzela i u slučaju lokalnih izbora 2022. godine. [79]



Crna Gora
Agencija za sprječavanje korupcije

Broj:UPI-02-03-168/2-2023

Agencija za sprječavanje korupcije na osnovu člana 56 stav 3 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja („Sl.list CG“, br.3/2020 i 38/2020) odlučujući po prijavi broj UPI 02-03-168/2023 od 20.07.2023.godine, podnijetoj protiv Ministarstva javne uprave zbog kršenja člana 38 stav 2 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja, dana 21.07.2023.godine donijela je

ODLUKU

O nepokretanju postupka protiv Ministarstva javne uprave, radi utvrđivanja povrede člana 38 stav 2 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja.

Obrazloženje

Agenciji za sprječavanje korupcije je podnesena prijava, zavedena pod brojem UPI 02-03-168/2023 od 20.07.2023.godine, kojom je zatraženo da se pokrene postupak u skladu sa ovlaštenjima propisanim zakonom i da se utvrdi kršenje člana 38 stav 2 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja. U prijavi se navodi da je Ministarstvo javne uprave u junu 2023. godine imalo predviđenu potrošnju u iznosu od 550.392,00 €, dok je istog mjeseca potrošeno 1.129.982,00 €, što je za 579.590,00 € više u odnosu na pomenuti plan potrošnje konkretne institucije za navedeni mjesec, što nedvosmisleno ukazuje na postupanje suprotno članu 38 stav 2 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja.

Naime, članom 38 stav 2 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja propisano da „ukoliko se izbori održavaju u prvoj polovini godine, zabranjena je **mjesečna potrošnja** veća od iznosa određenih mjesečnim planom potrošnje koje utvrdi Ministarstvo ili organ lokalne uprave na početku fiskalne godine“, te imajući u vidu da su vanredni parlamentarni izbori održani 11.06.2023. godine, iz čega konstatujemo da u konkretnom nije protekao mjesec jun 2023. godine, kako bi se za isti izvršilo upoređivanje mjesečne potrošnje sa

Kralja Nikole 27/V
Podgorica
Crna Gora

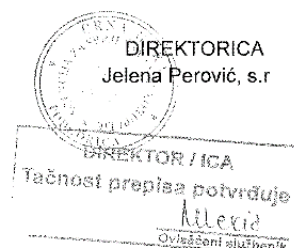
Agencija za sprječavanje korupcije

+382 20 44 77 02
kabinet@antikorupcija.me
www.antikorupcija.me

mjesečnim planom potrošnje, te stoga nema mjesta pokretanju postupka radi utvrđivanja kršenja člana 38 stav 2 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja.

Shodno članu 56 stav 3 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja, a na osnovu izloženog, odlučeno je kao u izreci ovog rješenja.

Odgovor ASK-a po jednoj od prijava koje se odnose na prekoračenje potrošnje u junu mjesecu 2023.



[79] MANS Izvještaj o finansiranju lokalnih izbora 2022. godine, Poglavlje B.3. Suspendovanje zakonskih ograničenja javne potrošnje, dostupan na linku: https://mans.co.me/wp-content/uploads/2022/12/Izvjestaj_lokalni-izbori-2022-2.pdf.

ASK u svojim rješenjima konstatuje da povećanje potrošnje koje je finansirano iz **kredita ili donacija ne predstavlja kršenje zakona.**

Ta institucija takođe smatra da kršenje zakona ne predstavlja ni uvećanje potrošnje po osnovu većih izdataka za kamate ili zbog prinudne naplate, pošto oni ne ulaze u mjesečni plan potrošnje.

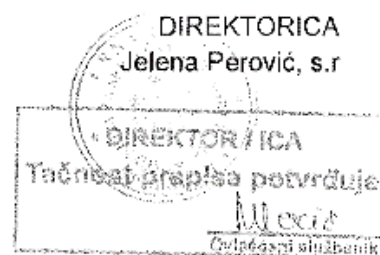
U toku ispitnog postupka Agencija za sprječavanje korupcije (u daljem tekstu: Agencija) je izvela dokaze i to: izvršila uvid u Pregled planirane i realizovane potrošnje tokom maja 2023. godine Ministarstva finansija, izvršila uvid u izjašnjenje Agencije za zaštitu ličnih podataka i slobodan pristup informacijama.

Uvidom u Pregled planirane i realizovane potrošnje tokom maja 2023. godine od strane Ministarstva finansija utvrđeno je da je planirana mjesečna potrošnja za Agencije za zaštitu ličnih podataka i slobodan pristup informacijama iznosila **65.974,72 €**, a da je ukupno potrošeno 90.983,04 €, odnosno **51.824,31 €** bez donacija, kredita, transakcija finansiranja, kamata i prinudne naplate, što predstavlja potrošnju manju za **14.150,41 €** od planirane za mjesec maj.

Nakon razmatranja spisa predmeta i ocjene dokaza i to: Pregleda planirane i realizovane potrošnje tokom maja 2023. godine od strane Ministarstva finansija i izjašnjenja Agencije za zaštitu ličnih podataka i slobodan pristup informacijama, utvrđeno je da Agencija za zaštitu ličnih podataka i slobodan pristup informacijama nije prekršila član 38 stav 2 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja, jer nije prekoračila planiranu mjesečnu potrošnju za maj 2023. godine.

Na osnovu izloženog odlučeno je kao u izreci ovog rješenja.

Uputstvo o pravnoj zaštiti: Protiv ovoga rješenja stranka može pokrenuti upravni spor pred Upravnim sudom Crne Gore, u roku od 20 dana od dana dostavljanja rješenja.



Kralja Nikole 27/V
Podgorica
Crna Gora

Agencija za sprječavanje korupcije

+382 20 44 77 02
kabinet@antikorupeija.me
www.antikorupeija.me

Odgovor ASK-a po jednoj od prijava koje se odnose na prekoračenje potrošnje u maju 2023.

3.4.2. Prijave za kampanju u toku radnog vremena

ASK je po prvi put pokrenula postupke protiv više visokih javnih funkcionera koji su u toku radnog vremena bili aktivni u izbornoj kampanji. Međutim, postupci su pokrenuti četiri mjeseca nakon podnešenih prijava, a do zaključenja ovog izvještaja nisu okončani.

Tokom monitoringa izborne kampanje utvrdili smo da je više članova Vlade bilo angažovano na aktivnostima izborne kampanje u periodu predviđenom za službene obaveze.

Prijava podnešena 9. juna 2023. godine, a ASK je tek 9. oktobra donio odluke da pokreće postupke protiv više državnih zvaničnika i to: premijera, potpredsjednika Vlade i ministra kapitalnih investicija, ministarke ekologije i evropskih poslova, direktora EPCG, državnog sekretara Ministarstva kapitalnih investicija i državne sekretarke Ministarstva rada i socijalnog staranja.



Crna Gora
Agencija za sprječavanje korupcije

N.V.O. "MANS"
Broj: 389-A
Podgorica, 16. 10. 2023. 20. god.

Broj:UPI-02-03-193/2-2023

Agencija za sprječavanje korupcije na osnovu člana 56 stav 3 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja („Sl.list CG“, br.3/2020 i 38/2020) odlučujući po prijavi podnijetoj protiv javnog funkcionera Dritana Abazovića zbog kršenja člana 44 stav 4 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja, dana 09.10.2023.godine donijela je

ODLUKU

Pokreće se postupak protiv javnog funkcionera Dritana Abazovića, radi utvrđivanja povrede člana 44 stav 4 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja.

O b r a z l o ž e n j e

Agenciji za sprječavanje korupcije je podnesena prijava, kojom je zatraženo da se pokrene postupak u skladu sa ovlaštenjima propisanim zakonom i da se utvrdi kršenje člana 44 stav 4 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja. U tekstu, koji je dostavljen kao prilog prijavi, se navodi da je javni funkcioner Dritan Abazović u ponedjeljak 29.05.2023. godine u 12.30h časova imao promociju u Baru, dok je dan kasnije 30.05.2023. godine obišao sedam gradova na sjeveru zemlje, od Rožaja gdje je imao promociju u 10.20h do Bijelog Polja, u kome je imao promociju nešto poslije 20h. U četvrtak 01.06.2023. godine nešto poslije podne je imao promociju u Podgorici, a dva sata kasnije u Budvi. U utorak 06.06.2023. godine je imao promociju u Plužinama u 13.30h, u Pljevljima u 19h, a 07.06.2023. godine imao je promociju u Danilovgradu, što predstavlja kršenje člana 44 stav 4 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja.

Shodno članu 56 stav 3 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja, a na osnovu izloženog, odlučeno je kao u izreci ovog rješenja.

Odluka ASK-a o pokretanju postupka protiv premijera zbog vođenja kampanje u toku radnog vremena

Kralja Nikole 27/IV
Podgorica
Crna Gora

Agencija za sprječavanje korupcije



+382 20 44 77 02
kabinet@antikorupcija.me
www.antikorupcija.me

Do kraja oktobra, kada je zaključen ovaj izvještaj, ASK nije utvrdila da li su ovi funkcioneri prekršili zakon.

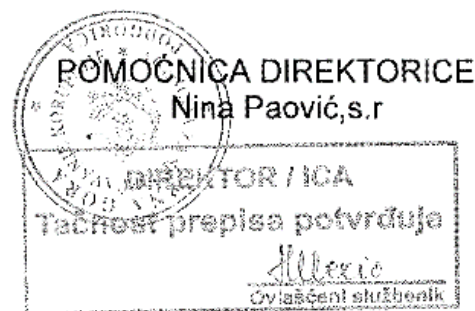
3.4.3. Prijave zbog neobjavlivanja putnih naloga

ASK je za sebe utvrdila da nije obveznik Zakona i prekinula sa objavljivanjem putnih naloga. Takvu praksu ova institucija je uspostavila tek nakon podnošenja krivične prijave zbog zloupotrebe vozila u privatne svrhe koja se zasniva na putnim nalozima koje je ta institucija objavila uoči ranijih izbora.

Članom 4 Zakona o sprečavanju korupcije propisano je da je Agencija za sprečavanje korupcije samostalno i nezavisno tijelo, koju osniva Skupština Crne Gore. Ista ima svojstvo pravnog lica.

Dakle, imajući u vidu da Agencija za sprečavanje korupcije nije državni organ, organ državne uprave, organ lokalne samouprave, organ lokalne uprave, javna ustanova, državni fond, privredno društva čiji je osnivač i/ili većinski ili djelimični vlasnik država ili jedinica lokalne samouprave, već samostalno i nezavisno tijelo koje ima svojstvo pravnog lica, to ista nema zakonsku obavezu objavljivanja putnih naloga.

Shodno članu 56 stav 3 Zakona o finansiranju političkih subjekata i izbornih kampanja, a na osnovu izloženog, odlučeno je kao u izreci ovog rješenja.



Izvod iz rješenja ASK-a donijetog po prijavi MANS-a protiv te institucije zbog neobjavlivanja putnih naloga

Agencija je odbacila našu prijavu protiv same sebe i konstatovala da nije dužna da objavljuje putne naloge jer „nije državni organ, organ državne uprave, organ lokalne uprave, javna ustanova, državni fond, privredno društvo čiji je osnivač i/ili većinski ili djelimični vlasnik država ili jedinica lokalne samouprave, već samostalno i nezavisno tijelo koje ima svojstvo pravnog lica, to ista nema zakonsku obavezu objavljivanja putnih naloga.“

ASK je osnovana odlukom Skupštine Crne Gore.

Ranije je ta institucija objavljivala svoje putne naloge, ali je takva praksa prekinuta nakon istraživačke priče koja je otkrila da su direktorica i njena zamjenica samo za mjesec dana službenim automobilima prešle više od 6.800 kilometara. [80] Prethodno je MANS otkrio da je Agencija nabavila luksuzno vozilo BMW, a da ga je direktorica sebi, posebnom odlukom, dodijelila na stalnu upotrebu (24 časa), iako na to, prema Vladinoj Uredbi o korišćenju prevoznih sredstava u svojini Crne Gore, nije imala pravo. [81] Zbog toga smo podnijeli krivičnu prijavu Specijalnom tužilaštvu koje je pokrenulo izviđaj. [82]

The screenshot shows the ASK (Agencija za sprječavanje korupcije) website. The top navigation bar includes links for 'O Nama', 'Biblioteka', 'Javni registri', 'Lista javnih funkcija', 'Korisnički servisi', and 'Kontakt'. A search bar is present with the text 'Pretraga...'. Below the navigation bar, there are several menu items: 'Sukob interesa', 'Politički subjekti', 'Integritet', 'Lobiranje', 'Zviždači', 'Analiza propisa', 'Međunarodna saradnja', 'SPI', 'Savjet Agencije', 'Izveštaji o radu', and 'Prikaži sve stavke'. The main content area is titled 'sva dokumenta' and shows a search filter for 'putni'. A list of documents is displayed, including titles like 'PUTNI NALOZI TUZI 2023', 'Putni nalogi - Herceg Novi, Bar, Bijelo Polje i Mojkovac', 'Putni nalogi - Plužine, Žabljak, Andrijeвица, Nikšić, Gusinje, Kotor, Tivat, Šavnik', and 'Putni nalogi - Danilovgrad, Plav, Kolašin, Budva, Cetinje'. Each document entry includes a date and a publication date. At the bottom of the list, it says 'Ukupno: 165' and 'datum dokumenta'. A pagination bar at the bottom right shows the current page is 2 out of 17.

Izvod sa sajta ASK-a na kome su ranije objavljivani putni nalogi te institucije

[80] <https://www.vijesti.me/vijesti/drustvo/660253/ask-nije-objavila-nijedan-svoj-putni-nalog-tokom-kampanja-za-izbore-kilometre-prestali-da-broje> .

[81] <https://www.mans.co.me/direktorica-ask-a-nezakonito-prisvojila-sluzbeni-bmw/> .

[82] <https://rtmk.me/drustvo/specijalni-tuzioci-broje-predjenu-kilometrazu/> .

MANS je na osnovu Zakona o slobodnom pristupu informacijama tražio da ASK objavi svoje putne naloge u junu 2023. Ta institucija je odbila da objavi tražene podatke, obrazlažući da tužilaštvo vodi istragu o korišćenju njihovog službenog vozila, iako se taj postupak odnosi na 2022. godinu koja nije tražena zahtjevom za informacijama.

Utvrđeno je da bi dozvolom pristupa traženoj informaciji, ista bila data na uvid opštoj javnosti objavljivanjem na sajtu Agencije shodno članu 12 stav 1 tačka 11 Zakona o slobodnom pristupu informacijama. Ocijenjeno je da u tom slučaju Agencija nema uticaj na dalju obradu tražene informacije, pa stoga ni pravo da na sebe preuzme rizik nastanka eventualne štete po rezultat aktivnosti koje preuzima nadležni tužilac (koje su povjerljive prirode), prava potencijalnih stranaka pred tužiocem, a time i po integritet postupanja same Agencije. Dodatno, za ukazati je i na presudu Vrhovnog suda Crne Gore Uvp 792-2022 od 10. novembra 2022. godine, kojom je sud dao povjerenje navodima prvostepenog organa u slučaju odbijanja zahtjeva za pristup podacima u posjedu Agencije, a koji podaci se odnose na materiju o kojoj postupa nadležno državno tužilaštvo. Imajući u vidu nabrojane okolnosti, a s obzirom da je riječ o početnoj fazi ispitivanja okolnosti kod nadležnog organa, Agencija nije u posjedu dovoljno elemenata koji bi sami po sebi ukazivali na prisustvo nekog od preovlađujućih javnih interesa za objavljivanje tražene informacije, nabrojanih u članu 17 Zakona o slobodnom pristupu informacijama.

Polazeći od napred navedenog stanja stvari, Agencija je odlučila kao u dispozitivu na osnovu člana 29 stav 1 tačka 3 Zakona o slobodnom pristupu informacijama (po kojem organ odbija zahtjev ako postoji razlog iz člana 14 ovog zakona za ograničenje pristupa informaciji), u vezi člana 16, člana 17 i člana 14 stav 1 tačka 3 alineja 4 i 7, u interesu prevencije istrage, radi zaštite od objelodanjivanja podataka koji se odnose na dokaze prikupljene izviđajem i istragom i efikasnost vođenja postupka, sve navedeno u roku iz člana 15 Zakona o slobodnom pristupu informacijama.

UPUTSTVO O PRAVNOJ ZAŠTITI: Protiv ovog rješenja dozvoljena je žalba u roku od 15 dana od dana prijema rješenja, neposredno Agenciji za sprječavanje korupcije ili Agenciji za zaštitu ličnih podataka i slobodan pristup informacijama.



