****

**Analiza Istinomjera: SDP nije ispunio obećanje o doniranju novca od bilbord kampanje za saniranje šteta od poplava**

Tim “Istinomjera” je pokušao istražiti ispunjenje SDP-ovog obećanja da će, umjesto zakupljivanja bilborda u predizbornoj kampanji za izbore 2014. godine, sva sredstva namjenjena za te svrhe proslijediti kao pomoć ugroženima u poplavama.

Tek nakon što je tim Istinomjera uputio upit SDP-u BiH o iznosu sredstava ove stranke koja su umjesto što su uložena u izbornu kampanju donirana za saniranje šteta u poplavama, na njihovoj zvaničnoj web stranici objavljeno je saopštenje u kojem su navedeni konkretni podaci o donacijama. Prema tim podacima do sada je izdvojeno oko 30.000 KM, što iznosi manje od 10% sredstava koja je SDP potrošio u promotivne svrhe “outdoor” kampanje za izbore 2010. godine.

Podsjećamo, Predsjedništvo SDP-a je, još nakon majskih poplava, donijelo odluku da sva finansijska sredstva koja su bila namijenjena za outdoor kampanju (bilborde) usmjeri na pomoć poplavljenim područijima, jer bi, kako su tada istakli „bila loša poruka da se političari smješe sa plakata dok građani u poplavljenim područijima nemaju uvjete za život“. Nakon toga uslijedila je snažna online kampanja i (sponzorisana) kampanja na društvenim mrežama, u kojoj su ostali politički subjekti pozivani da učine isto, a SDP je na činjenici da sredstva od promocije donira poplavljenima, gradio svoju izbornu kampanju. Tako gotovo nije bilo skupa ni javnog istupa nekog od zvaničnika i kandidata ove stranke, u kojem nije istaknut ovaj njihov potez i u kojem nisu istodobno prozvani svi izborni konkurenti zbog nečinjenja istog.

„SDP BiH ima svoje strateške izborne programe, međutim sve se promijenilo nakon poplava, barem za nas u SDP. Sve naše aktivnosti usmjerene su na obnovu zemlje i to je ono što ćemo mi raditi. Iako to nije mnogo medijski eksponirano, javnosti je poznato da je Predsjedništvo SDP donijelo odluku da sva finansijska sredstva koja su bila namjijenjena za outdoor kampanju, bilborde, usmjeri na pomoć poplavljenim područijima, jer bi bila loša poruka da da se političari smješe sa plakata dok građani u poplavljenim područijima nemaju uvjete za život“, istakla je Lidija Korać u intervjuu za TV 1 nakon što je Predsjedništvo SDP-a donijelo odluku o doniranju promotivnih sredstava.

U kampanji za izbore 2010. godine, prema podacima Transparency Internationala BiH, SDP je na oglašavanje u elektronskim medijima potrošio 117.294 KM za stranku, te dodatnih 178.308 KM za kandidata za Predsjedništvo BiH Željka Komšića. Pored toga, 28.743 KM potrošeno je za oglase kandidata/kinja SDP-a u printanim medijima i još 72.150 KM za printane materijale. Procjena je da je SDP na svu “outdoor” promociju 2010. godine potrošio preko 350.000 KM, od čega najveći dio na bilborde, te smatramo da bi količina pomoći koju su trebali dati za pomoć ugroženim od poplava trebala biti bar približna ovim ciframa, ako ova partija želi da bude dosljedna svom obećanju.

Još pred prošle izbore SDP je objavio kompletan plan troškova kampanje i imenovao donatore. Ovo je do tada bio jedini zabilježen slučaj da stranka objavi imena svojih donatora i plan troškova kampanje, što je svakako važno napomenuti.

Sredstva koja su ove godine izdvojena za donacije su prema najnovijem saopštenju SDP-a raspoređena na slijedeći način:

„Početkom septembra, inicijalna sredstva u iznosu od 15.000 KM donirana su ka tri osnovne škole u BiH nastradale u poplavama, a radi se o Osnovnoj školi Zukići koja je područna škola pri OŠ Memići kod Kalesije, zatim Srednjoškolskom centru Pero Zečević u Odžaku i OŠ Prva sanska škola u Sanskom Mostu, koje su dobile po 5.000 KM, dok će školama OŠ Ćamil Sijarić u Nemili i OŠ Sveti Sava u Doboju sredstva biti naknadno uplaćena. Donirana finansijska sredstva su namijenjena za nabavku školske, računarske i opreme za sportski odgoj i obrazovanje. Osim donacija školama, SDP BiH je, preko projekta Zajedno za BiH, donirao i sredstva u ukupnom iznosu od 7.000 KM porodicama nastradalim u poplavama ili porodicama slabijeg imovinskog stanja, a sredstva u iznosima od po 1.000 KM donirana su Razi Krsić iz Novog Grada, Fatiji Skopljak i Mirnesi Merdžić iz Topčić polja i Hamidu Bačanoviću iz Doboja, kojima su obezbijeđene najpotrebnije stvari, poput peći na čvrsto gorivo i bijele tehnike, dok je Senadu Ramiću iz Srebrenice donirana krava. Također, Miralemu Fazlagiću iz Maglaja, težem ratnom vojnom invalidu, kome je u poplavama kuća totalno devastirana i koji, trenutno, zajedno sa svojom porodicom živi kao podstanar u Žepču uručena je donacija od 2.000 KM“, navodi se u ovom saopštenju.

Dakle evidentno je da je do sada izdvojeno oko 30.000 KM za donacije, što su ipak neznatna sredstva u poređenju sa onim sredstvima koja je SDP potrošio na oglašavanje u prethodnoj kampanji. Poređenja radi, samo troškovi oglasa za kandidate/kinje SDP-a u printanim medijima 2010. godine su iznosili 72.150 KM, što je gotovo duplo više u odnosu na donirana sredstva ove godine. Samo Federalna televizija je prijavila da je 2010. godine od SDP-a ostvarila prihod u visini od 51.375,70 KM.

Isto tako, ovim se može ilustrovati još jedna nedosljednost SDP-a u ovom procesu. Iz ovog izvještaja vidimo da su sva sredstva potrošena za sanaciju štete od poplava potrošena direktno, a ne uplaćena na račun Vlade FBiH koji je posebno otvoren za tu namjenu. Upravo je vlada na čelu sa premijerom Nerminom Nikšićem promovirala uplate na ovaj račun kao najadekvatniji način za doniranje sredstava. Također, podsjetimo, reagujući na saopštenje direktora USAID-a i promotivni spot “Glasaj ili trpi!”, zvaničnici SDP-a su, u više navrata, kritikovali strane donatore što novac za pomoć poplavljenima ne uplaćuju na račun vlada u BiH, nego direktno ili preko drugih posrednika. Ovdje vidimo da i vlastitim primjerom slijede istu praksu direktnog doniranja.

Svakako, potez SDP-a da pomogne unesrećene je pohvalan i bilo bi dobro da su ga slijedile i druge partije, ali upada u oči veliki jaz između priče kandidata/kinja na terenu i realno doniranih sredstava. Jasno je da je SDP ovim potezom želio steći simpatije građana osjetljivih na ljudsku nesreću, ali bilo bi jako lijepo da nam iz ove strake i pred ovogodišnje izbore predoče plan rashoda kampanje koju vodi u elektronskim medijima, ali i troškova oglašavanja na internetu i društvenim mrežama, na kojima se može primijetiti veliki broj plaćenih oglasa i drugih promotivnih sadržaja. Iz same stranke su najavili nove donacije i to „sve dok sredstva namijenjena za billboard kampanju ne budu potrošena“, što znači da bi i visina tih sredstava trebala biti već poznata.

Dakle, iako SDP u ovoj kampanji nije koristio plakate, mada u nekim slučajevima ni to nije potpuno tačno, evidentno je uložio velika sredstva u oglašavanje. Svima koje to zanima će biti interesantno saznati koliko će još donacija biti upućeno iz ove stranke u područja BiH pogođena poplavama i nakon 12. oktobra. Za sada, ovo obećanje možemo samo ocijeniti kao neispunjeno.