



13.11.2015 р.

м. Дніпропетровськ

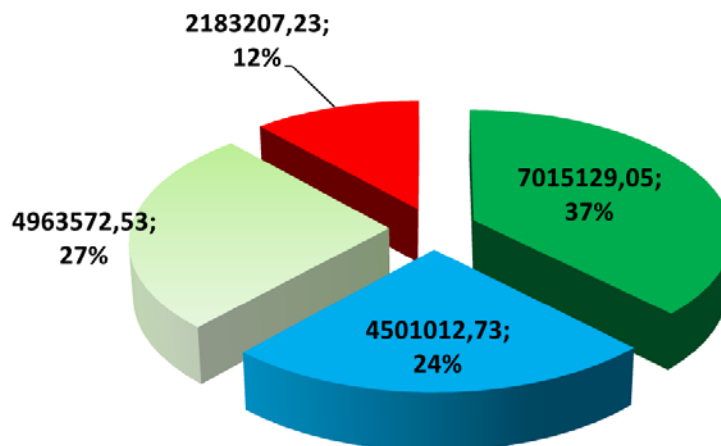
ПРЕС-РЕЛІЗ

СКІЛЬКИ КОШТУВАЛИ ВИБОРЧІ КАМПАНІЇ ОСНОВНИХ КАНДИДАТІВ НА ПОСАДУ МІСЬКОГО ГОЛОВИ У ДНІПРОПЕТРОВСЬКУ?

Протягом вересня – листопада 2015 р. експерти Дніпропетровської обласної громадської організації «Дніпропетровський координаційно-експертний центр з питань регуляторної політики» проводили моніторинг фінансування виборчих кампаній 4 основних кандидатів (Вілкул О.Ю., Краснов З.Г., Курячий М.П., Філатов Б.А.) на посаду міського голови Дніпропетровська. Мета моніторингу полягала у визначенні реальних витрат кандидатів на посаду міського голови Дніпропетровська та порівняння їх із офіційними звітами, які до цього часу не оприлюднені територіальною виборчою комісією. Основним напрямом моніторингу була оцінка витрат на зовнішню рекламу, агітацію у місцевих друкованих ЗМІ та на місцевому телебаченні, проведення зустрічей із виборцями, прямий та непрямий підкуп виборців.

За підрахунками експертів загальні витрати 4 основних кандидатів (Вілкул О.Ю., Краснов З.Г., Курячий М.П., Філатов Б.А.) на посаду міського голови Дніпропетровська протягом 07 вересня – 23 жовтня 2015 р. склали **18 млн. 662 тис. 921 грн. 54 коп.** Частка витрат кожного з кандидатів в загальній сумі витрат на кампанію наведена у діаграмі:

Загальні витрати кандидатів на політичну агітацію з 07.09 по 23.10.2015 р.



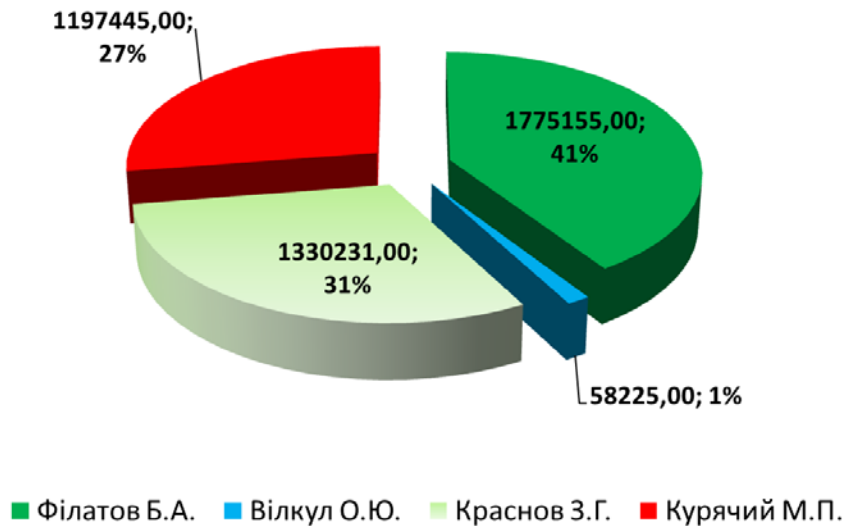
■ Філатов Б.А. ■ Вілкул О.Ю. ■ Краснов З.Г. ■ Курячий М.П.

Агітаційна кампанія кандидатів на посаду міського голови у Дніпропетровську О. Вілкула, З. Краснова М. Курячого та Б. Філатова розпочалась задовго до офіційної реєстрації їх як кандидатів. Наприклад, до моменту офіційної реєстрації, як кандидата на посаду міського голови, З. Краснов витратив на зовнішню рекламу 309 001 грн., що становить 23,23% всіх витрат цього

кандидата на зовнішню рекламу, Б. Філатов витратив 517 400 грн. (29,15%), М. Курячий 210 555 грн. (17,8%). Тобто, для фінансування виборчої кампанії використовувалися не лише кошти власних виборчих фондів кандидатів на посаду міського голови, але й кошти з інших джерел, що прямо заборонено чинним законодавством.

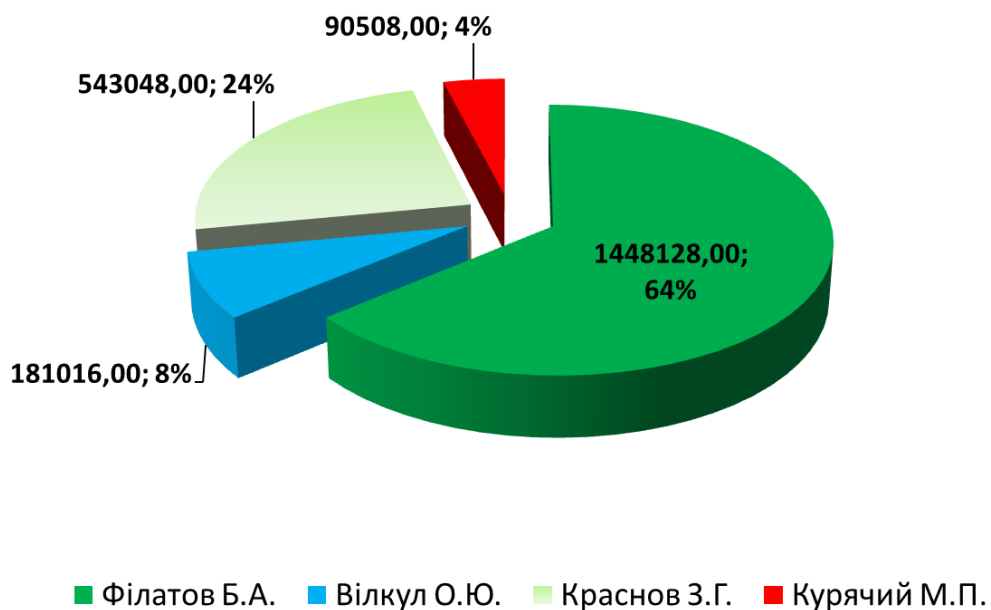
Загальний розподіл витрат кандидатів на агітацію з використанням зовнішньої реклами наведено на діаграмі.

**Загальні витрати кандидатів на політичну агітацію
(зовнішня реклама) з 07.09 по 23.10.2015 р.**



Під час цієї виборчої кампанії кандидати активно проводили зустрічі із виборцями. Б. Філатов та З. Краснов переважно проводили зустрічі із мешканцями за місцем їх проживання у дворах. У той же час О. Вілкул переважно проводив зустрічі із трудовими колективами, які потім інтенсивно висвітлювалися на телебаченні. Інформація про час та місце проведення зустрічей кандидатів із виборцями майже не поширювалася. Єдиним виключенням є зустрічі Б. Філатова, які достатньо широко анонсувалися, а інформація про час і місце проведення доводилася до мешканців через агітаторів та інформаційні листівки.

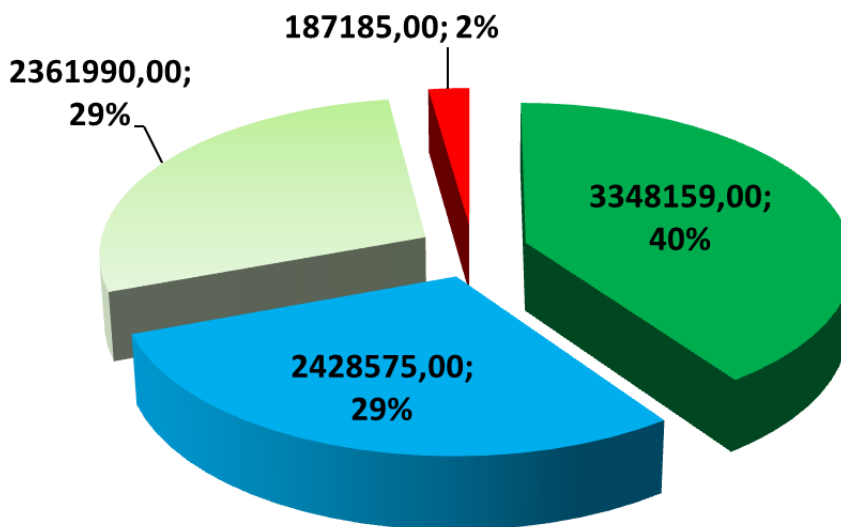
**Загальні витрати кандидатів на політичну агітацію
(зустрічі із виборцями) з 07.09 по 23.10.2015 р.**



Ці виборчі перегони також мали значну кількість прикладів **використання адміністративного ресурсу**. Переважно це порушення було притаманне виборчим кампаніям М. Курячого та О. Вілкула. Так, майже всі офіційні заходи Дніпропетровської обласної ради були використані О.Вілкуллом як інформаційні приводи, при цьому голова Дніпропетровської обласної ради Є. Удод (за сумісництвом керівник виборчого штабу О. Вілкула) відігравав другорядну роль, навіть під час зустрічей з офіційними закордонними делегаціями. Під час виборчої кампанії М. Курячого супроводжували керівники Дніпропетровської обласної державної адміністрації. А 10.10.2015 р. було проведено виїзне засідання бюджетного комітету Верховної Ради України, на якому було підтримано 3 ініціативи М. Курячого. Зокрема, ініціатива щодо закупівлі тролейбусів коштувала Державному бюджету України 450 млн. грн., щодо реконструкції стадіону «Трудові резерви» – 30 млн. грн. Також М. Курячого протягом виборчої кампанії неодноразово встигли пропіарити народні депутати І. Куліченко та А. Павелко. Спільно з останнім М. Курячий відкрив кілька футбольних полів у м. Дніпропетровську.

Інше масове порушення з боку кандидатів на посаду Дніпропетровського міського голови – **розповсюдження агітаційних матеріалів** без зазначення на них вихідних даних: відомостей про замовника та установу, що здійснила друк, наклад, інформації про осіб, відповідальних за випуск. Лише частина агітаційних матеріалів, які було розміщено у м. Дніпропетровську з 29 вересня 2015 р., мали вихідні данні. Проблема полягає у тому, що майже не можливо перевірити вірогідність зазначеної інформації щодо накладу агітаційних матеріалів. Наприклад, протягом дня наші монітори отримали агітаційні матеріали у 10 агітаційних наметах від кандидата О. Вілкула. Хоча матеріали були аналогічні у всіх наметах, лише в 1 із 10 наметів розповсюджували агітаційні матеріали із зазначенням необхідних вихідних даних, в інших 9 ця інформація була відсутня. **Тобто, співвідношення офіційних агітаційних матеріалів до неофіційних складає 9 до 1.**

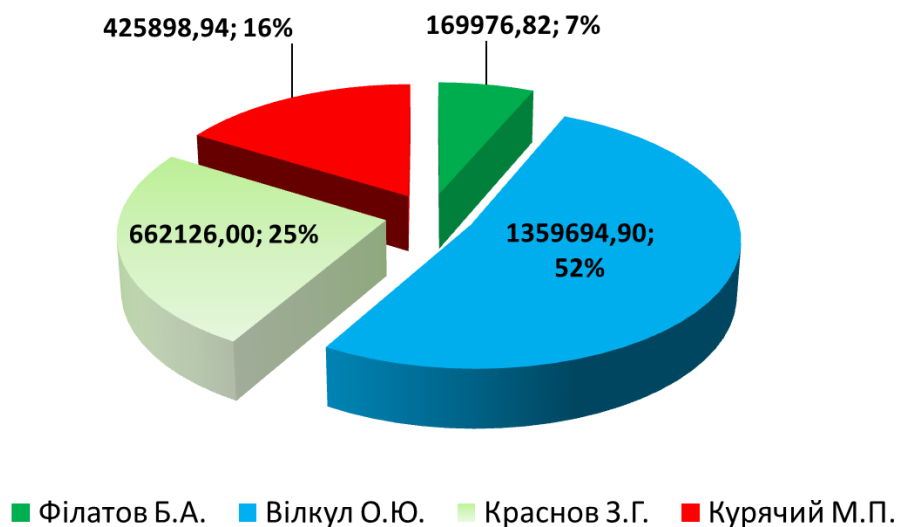
**Загальні витрати кандидатів на політичну агітацію
(намети та агітаційні матеріали) з 07.09 по 23.10.2015 р.**



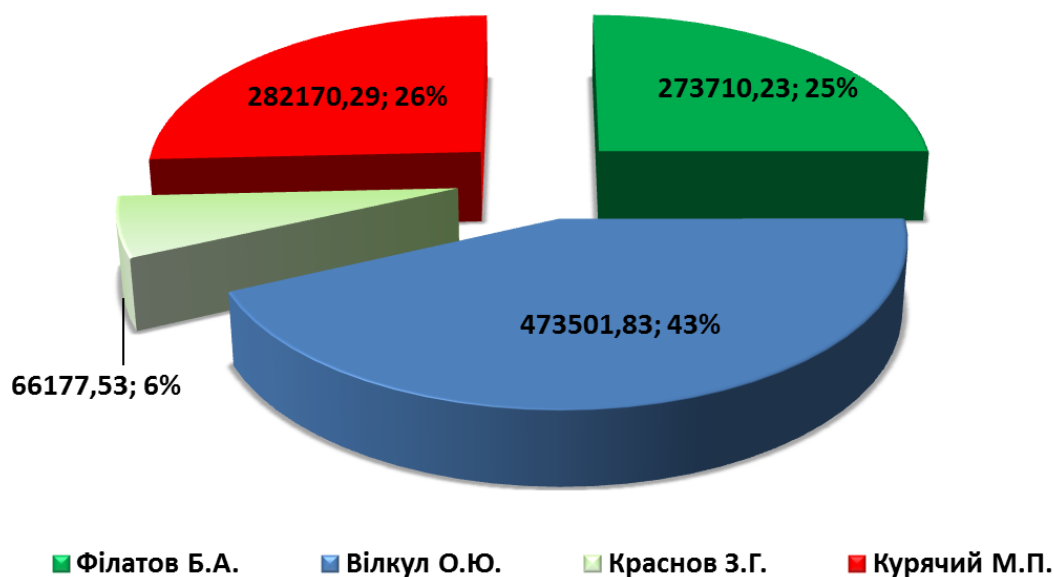
■ Філатов Б.А. ■ Вілкул О.Ю. ■ Краснов З.Г. ■ Курячий М.П.

Протягом всієї виборчої кампанії спостерігалась велика кількість **реклами на телебаченні та у друкованих ЗМІ**, яка була неналежно маркована та мала ознаки «джинси». Також поширеною була практика подання політичної агітації у новинних блоках, що має ознаки замовності.

Загальні витрати кандидатів на політичну агітацію на телебаченні з 07.09 по 23.10.2015 р.



Витрати кандидатів на посаду міського голови м. Дніпропетровська у місцевих друкованих ЗМІ з 07.09 по 23.10.2015 р.



Прес-конференція проводиться в межах реалізації проекту «Моніторинг фінансування виборчих кампаній», який виконується за технічної допомоги Міжнародної фундації виборчих систем (IFES) за рахунок коштів, виділених Агентством з міжнародного розвитку США (USAID) та Урядом Канади. Інформація у цьому прес-релізі не відображає погляди IFES, USAID та Уряду Канади.

Проект «Моніторинг фінансування виборчих кампаній» виконується за технічної допомоги Міжнародної фундації виборчих систем (IFES) за рахунок коштів, виділених Агентством з міжнародного розвитку США (USAID) та Урядом Канади.

Більш детальна інформація про хід реалізації проекту та його результати буде розміщена на сайті www.dcecrp ho.ua та сторінці у соціальній мережі Facebook <https://www.facebook.com/NGO.DCECRP>.