



23.10.2015 р.

м. Дніпропетровськ

## ПРЕС-РЕЛІЗ

### ПОПЕРЕДНІ РЕЗУЛЬТАТИ МОНІТОРИНГУ ФІНАНСУВАННЯ ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ КАНДИДАТІВ НА ПОСАДУ МІСЬКОГО ГОЛОВИ МІСТА ДНІПРОПЕТРОВСЬКА

З 7 вересня 2015 р. експерти Дніпропетровської обласної громадської організації «Дніпропетровський координаційно-експертний центр з питань регуляторної політики» розпочали проведення у Дніпропетровську моніторингу фінансування виборчих кампаній 4 основних кандидатів (Вілкул О.Ю., Краснов З.Г., Курячий М.П., Філатов Б.А.) на посаду міського голови. Мета моніторингу полягає у визначенні реальних витрат кандидатів на посаду міського голови Дніпропетровська та порівняння їх із офіційними звітами, які будуть подані до територіальної виборчої комісії та оприлюднені. 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.

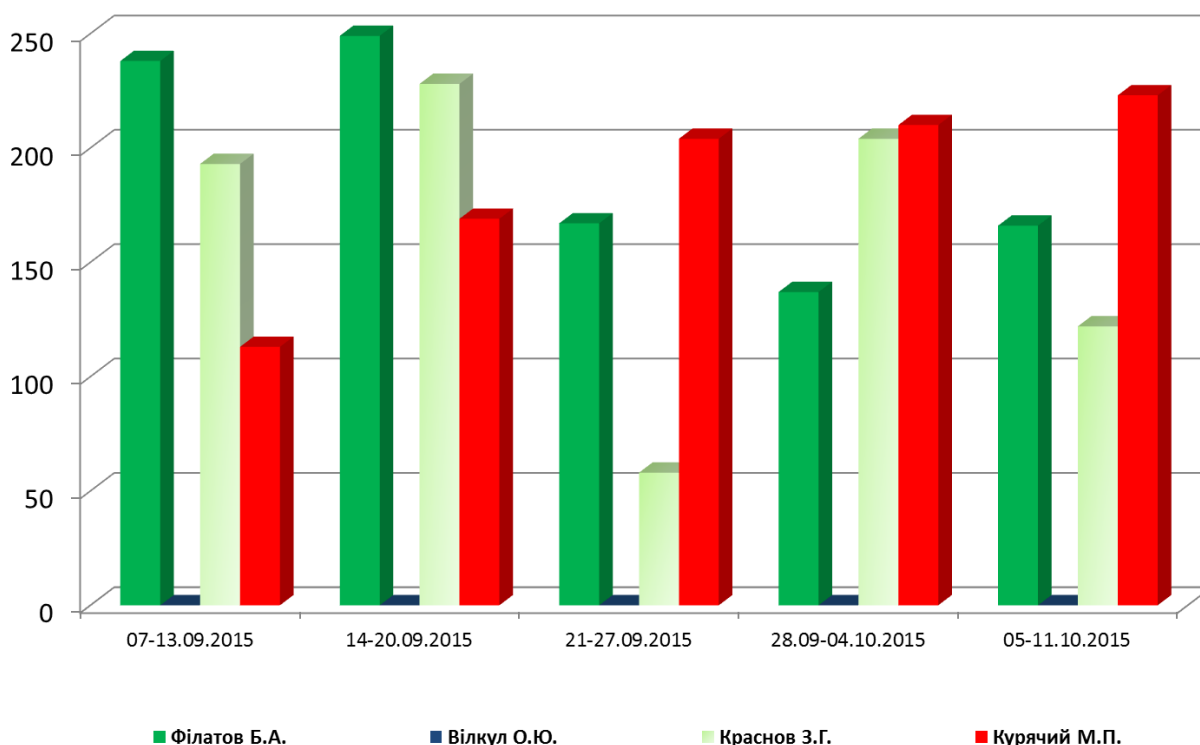
Цьогорічні місцеві вибори характеризуються значною кількістю порушень чинного законодавства, зокрема, Закону України «Про місцеві вибори». Порушення відбуваються на тлі підписаних представниками кількох політичних сил декларацій відповідальності щодо відкритості виборчого процесу та підзвітності. Деякі політичні сили використовують тезу про максимальну підзвітність громадськості та відкритість, як передвиборче гасло й конкурентну перевагу, притаманну виключно цій політичній силі. Разом з тим, наша громадська організація наголошує, що відкритість інформації про використання виборчих фондів прямо передбачена Законом України «Про місцеві вибори», зокрема ст. 71 визначено, що до 19 жовтня 2015 р. розпорядники поточних рахунків виборчих фондів кандидатів на посаду міського голови мали подати до відповідної територіальної виборчої комісії проміжного фінансового звіту за період з дня відкриття поточного рахунку виборчого фонду до десятого дня до дня голосування. А до 1 листопада 2015 року мають бути подані остаточні фінансові звіти, які мають бути оприлюднені територіальною виборчою комісією протягом двох днів з дня отримання цих звітів.

Усі кандидати на посаду міського голови м. Дніпропетровська розпочали свою передвиборчу кампанію з фальстарту. Не зважаючи на те, що відповідно до ст. 35 Закону України «Про місцеві вибори» висунання кандидатів на посаду міського голови розпочинається за 34 дні до дня голосування, тобто з 21 вересня 2015 р., у м. Дніпропетровську ще з кінця липня деякі кандидати вже розпочали розміщувати агітаційну інформацію. Наш моніторинг розпочався з 07 вересня 2015 р., а кандидати, щодо яких здійснювався моніторинг були зареєстровані лише наприкінці вересня (Вілкул О.Ю. – 26.09.2015 р., Краснов З.Г. – 26.09.2015 р., Філатов Б.А. – 28.09.2015 р., Курячий М.П. – 29.09.2015 р.). Офіційно ведення передвиборчої агітації до початку і після закінчення строків, визначених Законом України «Про місцеві вибори», заборонено. Так само, витрати кандидатів на передвиборчу агітацію здійснені до дня офіційної реєстрації не потраплять до проміжних й заключних фінансових звітів про використання коштів виборчих фондів кандидатів на посаду міського голови м. Дніпропетровська.

На графіку поданому нижче наведено інформацію про «агітаційну активність» кандидатів з початку моніторингу. Ця інформація свідчить про суттєве зменшення кількості агітаційних біг-

бордів після офіційної реєстрації кандидатів у ТВК. Тобто значна частина коштів на проведення виборчої кампанії була використана до моменту, з якого розпочато фіксацію витрат та надходжень передвиборчого фонду.

Динаміка розміщення великих бігбордів кандидатами на посаду міського голови протягом 7 вересня -11 жовтня 2015 р.



Таким чином, агітаційна кампанія в Дніпропетровську кандидатами на посаду міського голови: М. Курячим, О. Вілкул, Б. Філатовим та З. Красновим, розпочалась задовго до офіційної реєстрації їх як кандидатів. Об'єктивно, що передвиборчих фондів ще не було створено, отже всі претенденти порушили вимогу ст. 54 ч. 6 Закону України «Про місцеві вибори», відповідно до якої: «Передвиборна агітація здійснюється за рахунок і в межах коштів власних виборчих фондів кандидатів у депутати в одномандатному виборчому окрузі, кандидатів на посаду сільського, селищного, міського голови, старости, місцевих організацій партій, кандидати у депутати від яких зареєстровані в багатомандатному виборчому окрузі. Використання для передвиборної агітації коштів з інших джерел забороняється». Тобто **фінансування передвиборних кампаній** вищевказаних кандидатів має тіньовий характер та здійснюється поза межами виборчого фонду.

Основним трендом передвиборних кампаній кандидатів стали **зустрічі із виборцями**. Б. Філатов та З. Краснов переважно проводили зустрічі із мешканцями у дворах. У той же час О. Вілкул переважно проводив зустрічі із трудовими колективами, які потім потужно висвітлювалися на телебаченні.

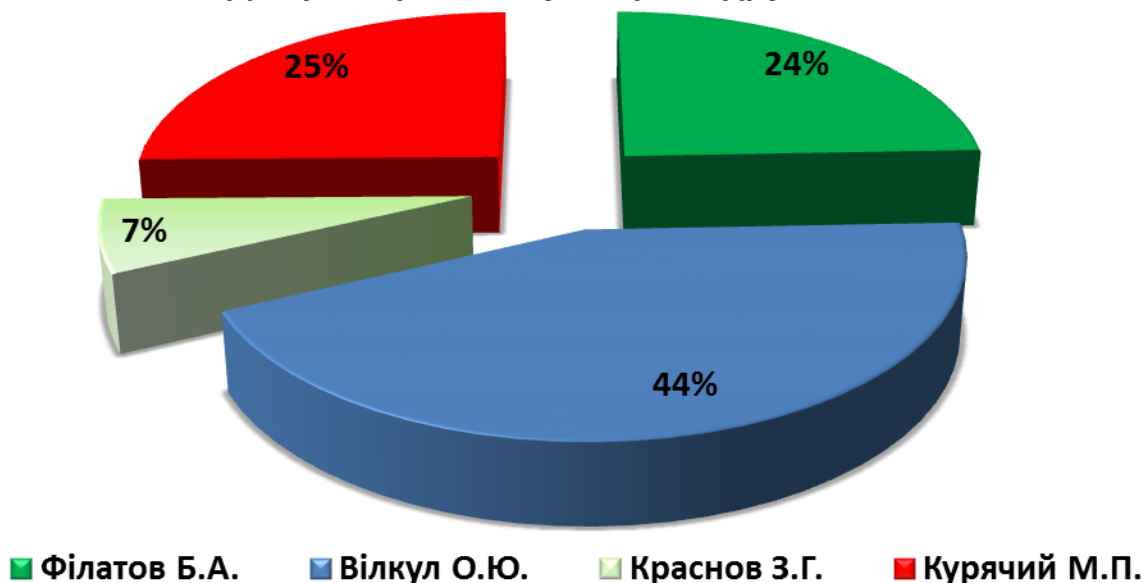
Ці виборчі перегони також мали значну кількість прикладів **використання адміністративного ресурсу**. Переважно це порушення було притаманне передвиборним кампаніям М. Курячого та О. Вілкула.

Інше масове порушення з боку кандидатів на посаду Дніпропетровського голови – **розповсюдження агітаційних матеріалів** без зазначення на них вихідних даних, що порушує ч. 2 ст. 56 Закону України «Про місцеві вибори»: «Друкований агітаційний матеріал повинен містити відомості про замовника та установу, що здійснила друк, його тираж, інформацію про осіб, відповідальних за випуск. Розповсюдження друкованих агітаційних матеріалів без зазначених відомостей забороняється». Лише агітаційні матеріали, які було розміщено у м. Дніпропетровську

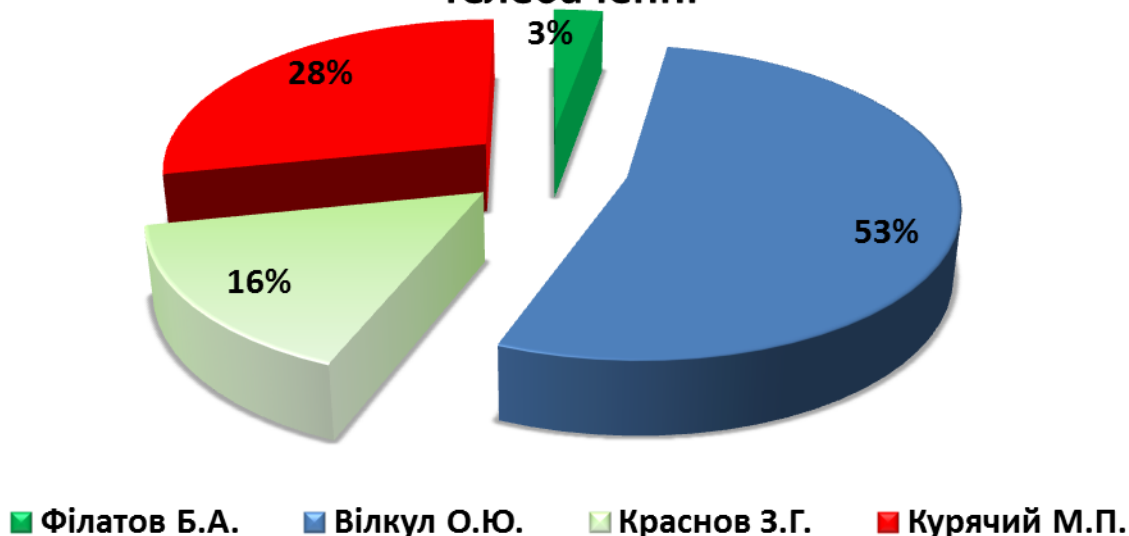
з 29 вересня 2015 р., мали необхідні вихідні данні. Проблема полягає у тому, що майже не можливо перевірити вірогідність зазначеної інформації щодо накладу агітаційних матеріалів.

Протягом всієї передвиборної кампанії спостерігалась велика кількість **реклами в друкованих ЗМІ**, яка була неналежно маркована та мала ознаки «джинси», на жаль законодавства з цього питання в Україні ще не розроблено. Протягом передвиборної кампанії поширеною була практика подання політичної агітації у новинних блоках, що має ознаки заможності. Нижче на двох графіках подано інформацію за результатами моніторингу щодо присутності агітації кандидатів у місцевих друкованих ЗМІ та на місцевому телебаченні. Згідно з даними нашого моніторингу О. Вілкул повністю компенсував майже повну відсутність агітації у зовнішній рекламі переважною часткою в рекламі у друкованих ЗМІ (44 %) та на телебаченні (53 %).

**Розподіл агітації кандидатів на посаду міського голови м. Дніпропетровська у місцевих друкованих ЗМІ**



**Розподіл агітації кандидатів на посаду міського голови м. Дніпропетровська на місцевому телебаченні**



Ураховуючи те, що 3 з 4 кандидатів на посаду міського голови, що потрапили під наш моніторинг, є чинними народними депутатами України, у рамках агітаційної кампанії вони

надавали публічні звіти про свою діяльність як депутати. Це також є порушенням ч. 4 ст. 55 Закону України «Про місцеві вибори»: «Офіційні повідомлення в період виборчого процесу про дії кандидатів, пов'язані з виконанням ними посадових (службових) повноважень, передбачених Конституцією та законами України, підготовлені у порядку, визначеному Законом України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», не є передвиборною агітацією. Такі офіційні повідомлення не повинні містити коментарів агітаційного характеру, а також відео-, аудіозаписів, кінозйомок, фотоілюстрацій про дії зазначених осіб як кандидатів». Найбільше цим зловживали М. Курячий та О. Вілкул.

Ще одним порушенням з початку офіційного старту виборчого процесу було **розміщення на громадському та приватному транспорті** політичної реклами, що є порушенням ст. 60 ч. 9 п. 6 Закону України «Про місцеві вибори». Найбільше цим зловживали Б. Філатов та З. Краснов.

Зафіксовані під час нашого моніторингу порушення є свідченням не зовсім прозорого використання фінансів кандидатами на посаду міського голови Дніпропетровська, а також ганебними прикладами використання адміністративного ресурсу. Наступним кроком нашого моніторингу стане фінальний підрахунок витрат кандидатів та їх порівняння із інформацією у проміжних та остаточних звітах про надходження та використання коштів виборчих фондів кандидатів на посаду міського голови.

Наша громадська організація розпочала реалізацію 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. Метою даного проекту є визначення реальних витрат кандидатів на посаду міського голови м. Дніпропетровська та їх порівняння із офіційними звітами, які будуть надані до територіальної виборчої комісії. Одним із результатів моніторингу стало те, що після нашої прес-конференції 21 вересня 2015 р. один з кандидатів на посаду міського голови Дніпропетровська практично зняв усю передвиборчу агітацію. Таким чином це єдиний випадок, коли кандидат з числа фаворитів виборчих перегонів спробував виконати вимоги законодавства, зокрема, ст. 5 Закону України «Про місцеві вибори», в якій сказано: «Передвиборна агітація здійснюється за рахунок і в межах коштів власних виборчих фондів кандидатів у депутати в одномандатному виборчому окрузі, кандидатів на посаду сільського, селищного, міського голови, старости, місцевих організацій партій, кандидати у депутати від яких зареєстровані в багатомандатному виборчому окрузі. Використання для передвиборної агітації коштів з інших джерел забороняється». Однак, ще в серпні саме цей кандидат першим розпочав розміщення агітації у зовнішній рекламі. Таким чином, він мав можливість зняти на кілька днів майже всю свою агітацію (зовнішня реклама) без суттєвих «інформаційних» втрат для своєї передвиборної кампанії.

*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.*

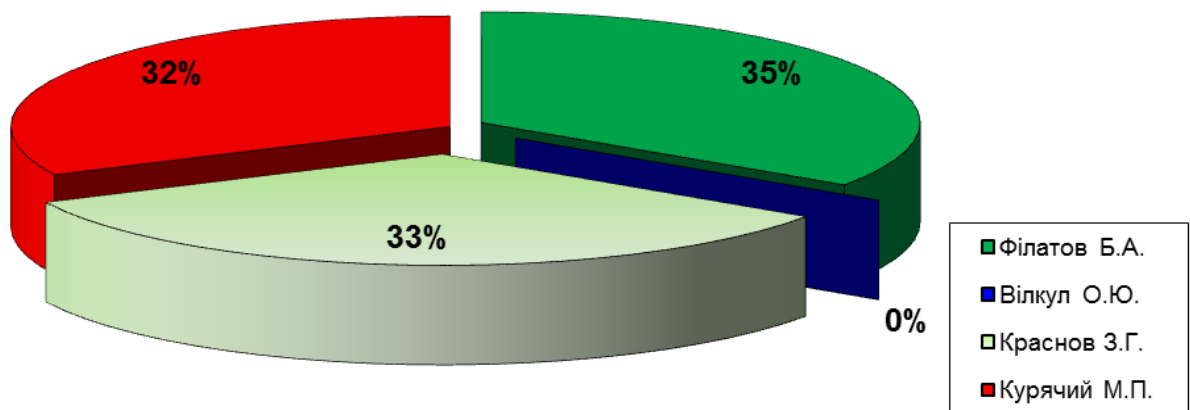
*Більш детальна інформація про хід реалізації проекту та його результати буде розміщена на сайті [www.dcecrp.ho.ua](http://www.dcecrp.ho.ua) та сторінці у соціальній мережі Facebook <https://www.facebook.com/NGO.DCECRP>.*

**ІНФОРМАЦІЯ**  
**ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ МОНІТОРИНГУ ФІНАНСУВАННЯ ВИБОРЧИХ КАМПАНІЙ**

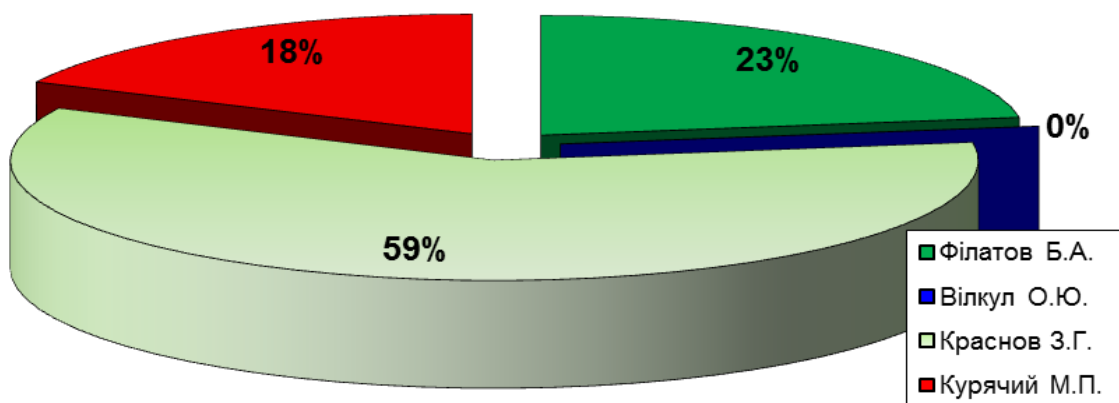
Центральна виборча комісія своєю постановою «Про форми фінансових звітів про надходження та використання коштів виборчих фондів місцевих організацій політичних партій, кандидати в депутати від яких зареєстровані в багатомандатному виборчому окрузі, кандидатів у депутати в одномандатному виборчому окрузі, кандидатів на посаду сільського, селищного, міського голови, старости села, селища, порядок їх складання та проведення аналізу» від 1 вересня 2015 р. № 210 затвердила форми фінансових звітів про надходження та використання коштів виборчих фондів кандидатів на посаду міського голови, порядок їх складання та проведення аналізу.

У проміжних та остаточних фінансових звітах в обов'язковому порядку відображається інформація про всі надходження на рахунок виборчого фонду, здійснені витрати та залишки коштів на відповідному рахунку, у тому числі інформація про дату надходження кожного внеску до виборчого фонду, його розмір, особу, яка здійснила внесок на відповідний рахунок виборчого фонду (із зазначенням її прізвища, імені, по батькові), назву місцевої організації партії (у разі здійснення внеску місцевою організацією партії), призначення, дату здійснення і суму кожного платежу з рахунку виборчого фонду, повну назву отримувача кожного платежу.

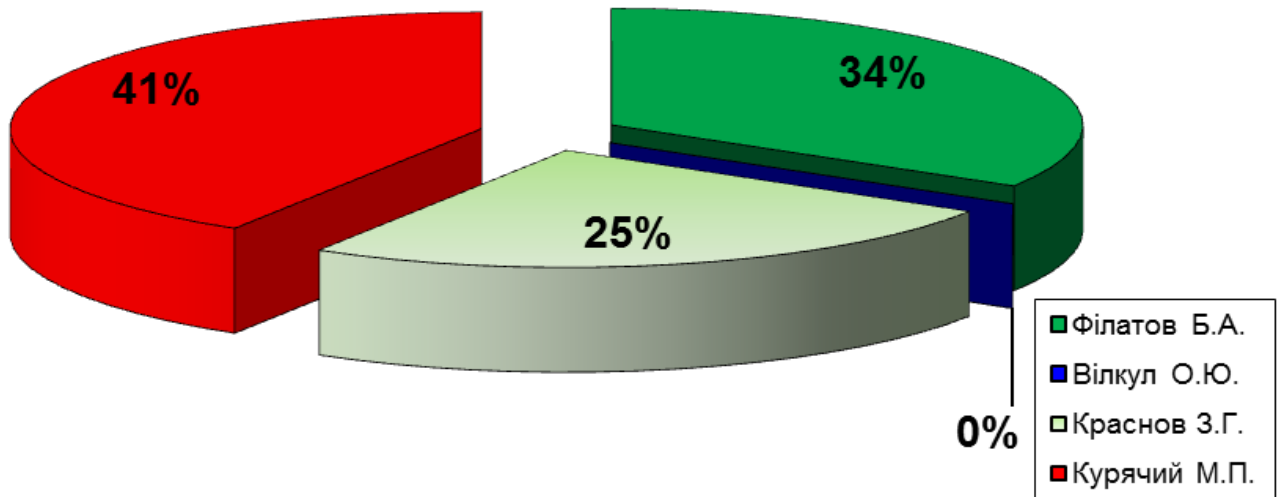
**Загальний розподіл часток агітації кандидатів на великих бігбордах**



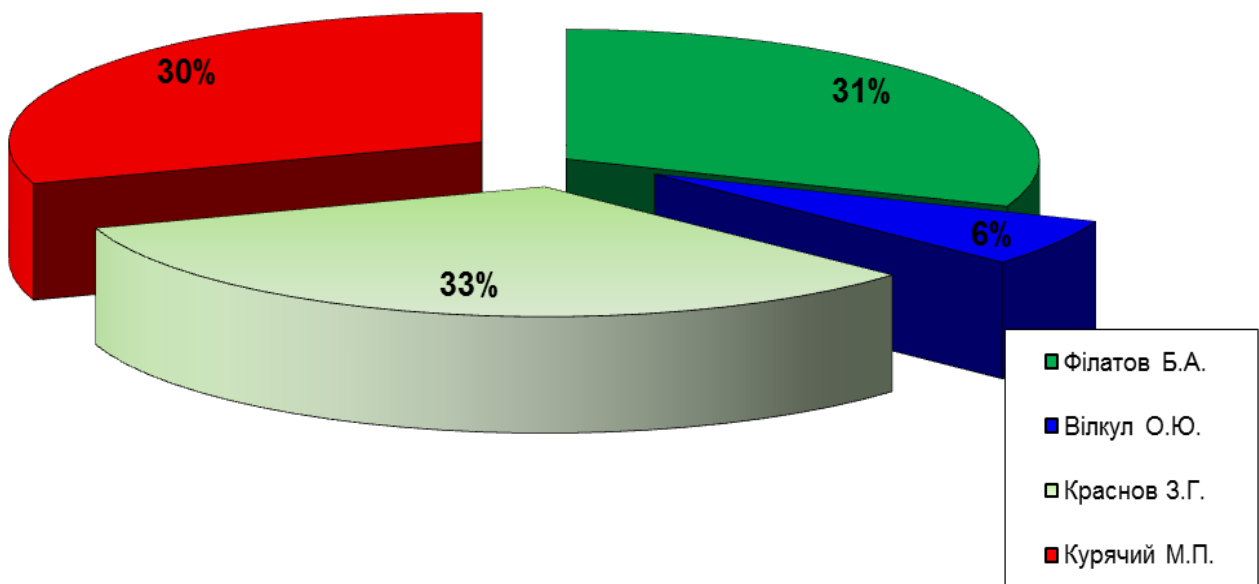
**Загальний розподіл часток агітації кандидатів на середніх бігбордах**



### Загальний розподіл часток агітації кандидатів на малих бігбордах



### Загальний розподіл часток агітації кандидатів у зовнішній рекламі



Моніторинг проведено 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. Дана інформація 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](http://www.dcecrp.ho.ua) та сторінці у соціальній мережі Facebook <https://www.facebook.com/NGO.DCECRP>.