



Program Przeciw Korupcji

*Koło Naukowe Politologów
Akademii Pedagogicznej
w Krakowie*

Monitoring finansowania kampanii wyborczej kandydatów na burmistrza Nowego Targu

Raport końcowy

Nowy Targ, 20 czerwca 2007 r.

Wstęp	3
Założenia projektu	3
Struktura raportu	3
Metodologia monitoringu	4
1 Główne wnioski i rekomendacje	6
1.1 Wprowadzenie	6
1.2 Główne nieprawidłowości	6
1.3 Problemy z dostępem do sprawozdań wyborczych	8
1.4 Rekomendacje	9
2 Dochody komitetów wyborczych	12
2.1 Wprowadzenie	12
2.2 Źródła i zasady pozyskiwania środków przez komitety wyborcze w wyborach samorządowych	12
2.3 Analiza dochodów i omówienie zauważonych nieprawidłowości	14
2.3.1 Nielegalne finansowanie kampanii.	14
2.3.2 Niedopełnienie obowiązku zawarcia w umowie zastrzeżenia o dopuszczalnym źródle pozyskiwania środków oraz terminie dokonywania wpłat.	15
2.3.3 Przyjęcie nieprawidłowej wpłaty	15
2.3.4 Finansowanie przez osoby fizyczne	16
2.3.5 Darowizny rzeczowe i w postaci usług	17
2.3.6 Potencjalne finansowanie kampanii ze środków publicznych	19
2.4 Inne spostrzeżenia	20
2.5 Wnioski	22
3 Analiza wydatków	23
3.1 Wprowadzenie	23
3.2 Zasady wydatkowania środków na kampanię	23
3.3 Omówienie zauważonych nieprawidłowości	23
3.3.1 Rozpoczęcie kampanii wyborczej przed terminem	24
3.3.2 Przekazanie środków finansowych na cele inne niż związane z wyborami	26
3.3.3 Brak oznaczenia materiałów wyborczych	27
3.3.4 Limit wydatków wyborczych	29
3.4 Szczegółowa analiza wydatków	30
3.4.1 Kampania outdoor	32
3.4.2 Wydatki na reklamę w internecie	34
3.4.3 Koszt produkcji i emisji reklam telewizyjnych	35
3.4.4 Reklama w prasie	35
3.4.5 Spotkania wyborcze	36
3.4.6 Koszt produkcji i dystrybucji plakatów i ulotek wyborczych	37
3.4.7 Transport i telefony, czynsz	40
3.4.8 Pozostałe wydatki	40
3.5 Inne spostrzeżenia	40

Wstęp

Założenia projektu

W przepisach regulujących zasady prowadzenia kampanii wyborczej zawarta jest zasada jawności finansowania kampanii wyborczej. Daje ona wyborcom pełne prawo do informacji o tym, kto i na jakich zasadach finansuje politykę. Przepisy powinny zapewniać równe prawa wszystkim kandydatom w walce wyborczej ale również mają zabezpieczyć interes społeczności przed nieuczciwymi praktykami, które mogą być skutkiem podjętych przez polityków zobowiązań na rzecz wąskich grup interesu. Prowadzony przez organizacje pozarządowe monitoring stanowi uzupełnienie kontroli przestrzegania prawa sprawowanej przez PKW oraz media.

Monitoring finansowania samorządowej kampanii wyborczej prowadzony jest w Nowym Targu przez **Koło Naukowe Politologów Akademii Pedagogicznej w Krakowie** w ramach ogólnopolskiego projektu, koordynowanego przez Program Przeciw Korupcji Fundacji im. Stefana Batorego. Projekt ma na celu poddanie społecznej kontroli źródeł finansowania oraz sposobu wydatkowania środków przez komitety wyborcze wystawiające kandydatów na wójtów/ burmistrzów/ prezydentów w obecnych wyborach samorządowych.

W projekcie uczestniczy kilkanaście lokalnych, niezaangażowanych politycznie organizacji pozarządowych i studenckich kół naukowych. Wykorzystują zasadę jawności finansowania kampanii, prowadzą działania dostępne dla każdego wyborcy ale w sposób usystematyzowany i skoordynowany.

Program Przeciw Korupcji Fundacji im. Stefana Batorego zapewnił uczestnikom projektu bezpłatne szkolenie przygotowujące organizacje do prowadzenia akcji monitoringu lokalnej kampanii samorządowej, opracowania raportu podsumowującego wyniki obserwacji i przedstawienia go opinii publicznej. Fundacja zapewniła również bieżącą pomoc merytoryczną, promocję programu w mediach, funkcjonowanie strony www.samorząd2006.org.pl i listy dyskusyjnej.

Struktura raportu

Niniejszy raport, przedstawiający analizę sprawozdań wyborczych oraz materiałów zebranych w trakcie trwania samorządowej kampanii wyborczej, zawiera trzy rozdziały tematyczne. W pierwszy, opisano najważniejsze **wnioski** z monitoringu oraz **rekomendacje** zmian przepisów. Drugi dotyczy **dochodów** komitetów wyborczych. W ramach prowadzonego monitoringu skontrolowano rzetelność sprawozdań wyborczych złożonych przez komitety Komisarzowi Wyborczemu w Nowym Sączu. Zweryfikowano dokumenty wpłat poszczególnych donatorów pod kątem poprawności wpłat oraz źródeł pochodzenia. Informacje na temat dochodów stanowiły materiał do weryfikacji wydatków. Nadwyżka wydatków nad środkami komitetów oznacza, że

komitety wyborcze ukrywały faktyczne przychody lub nie rejestrowały ich rzetelnie. W drugim rozdziale omówiono przypadki potencjalnego wykorzystywania przez komitety środków publicznych do oraz darowizn do prowadzenia kampanii wyborczej.

Kolejny rozdział poświęcono analizie **wydatków** wyborczych. Obserwacje głównych form reklamy prowadzonej przez komitety wyborcze dostarczyły danych, które pozwoliły ocenić rzetelność analizowanych sprawozdań wyborczych oraz oszacować przypuszczalne koszty zaobserwowane w trakcie monitoringu, a które nie zostały wykazane przez komitety.

Do sprawozdania dołączono dwa załączniki w których szczegółowo opisano wyniki obserwacji billboardów (załącznik nr 1) oraz zauważone wydatki, które nie są udokumentowane w sprawozdaniu- lub dotyczą ich inne wątpliwości (załącznik nr 2).

Metodologia monitoringu

Dla potrzeb monitoringu finanse kampanii wyborczej zdefiniowano jako środki pozyskane i wydane przez komitety wyborcze, partie polityczne i inne podmioty na potrzeby kampanii wyborczej. Uznano, że do finansów kampanii należy dodać środki publiczne, które kandydaci i komitety czerpią z budżetów instytucji publicznych na reklamę polityczną i udział w wyborach a także wkład innych podmiotów w postaci darowizn rzeczy i usług za wyjątkiem nieodpłatnych usług polegających na rozpowszechnianiu plakatów i ulotek wyborczych przez osoby fizyczne.

Monitoring finansowania kampanii samorządowej został przeprowadzony w Polsce po raz pierwszy. Metodologia projektu przygotowała Fundacja im. Stefana Batorego w oparciu o doświadczenia z realizacji projektu monitoringu finansowania prezydenckiej kampanii wyborczej w 2005r i dostosowaniu do regulacji prawnych oraz specyfiki wyborów samorządowych.

Koło Naukowe Politologów będąc jedną z kilkunastu niezaangażowanych politycznie organizacji uczestniczących w monitoringu, prowadziło działania w Nowym Targu oraz w Krakowie. Uczestnicy korzystali z pomocy osób nie związanych z Kołem, które przekazywały informacje z terenu miasta, gromadziły prasę, monitorowały internet, zbierały ulotki. Przez cały okres trwania akcji korzystaliśmy ze wsparcia merytorycznego Fundacji, a wymiana informacji pomiędzy poszczególnymi organizacjami uczestniczącymi w projekcie spowodowała uwrażliwienie na zjawiska występujące również w innych miastach i gminach naszego kraju. Działania uczestników można podzielić na dwa etapy:

1. Obserwacja kampanii wyborczej w trakcie której uczestnicy:

- przeprowadzili wywiady z pełnomocnikami finansowymi komitetów wyborczych,
- uczestniczyli w spotkaniach wyborczych (imprezach) kandydatów na burmistrzów, dokonując obserwacji związanych z nimi kosztów,
- monitorowali pojawiające się billboardy, ulotki i inne materiały wyborcze,
- sprawdzali, czy nie są wykorzystywane środki publiczne,
- korzystali z dostępnych informacji prasowych, telewizyjnych, internetowych, informacji

publicznych UM oraz miejskich jednostek organizacyjnych,

- korzystali z informacji uzyskanych na podstawie ustawy o ochronie danych osobowych.

2. **Analiza sprawozdań wyborczych** pod kątem dochodów, ew. przekroczenia limitów wydatków, wykorzystania środków publicznych na cele kampanii, a przede wszystkim **weryfikacja** danych zawartych w sprawozdaniach z informacjami uzyskanymi w pierwszym etapie. Do weryfikacji niektórych danych wykorzystano informacje uzyskane anonimowo (podając się za potencjalnych klientów) od podmiotów zaangażowanych w wybory lub świadczących taką samą usługę.

Etap drugi ograniczono do komitetów lokalnych. Pozostałe komitety składają sprawozdania do PKW w Warszawie. Wydatki są w nich rozliczane w ramach całego przysługującego im limitu i nie są ograniczone przy ponoszeniu wydatków na kampanie koniecznością powiązania tych wydatków z limitami. Weryfikacja sprawozdań komitetów partyjnych pod kątem wydatków dla jednego małego okręgu nie jest możliwa. Kampania lokalna partii jest ponadto wspierana przez kampanię ogólnopolską, a część towarów i usług jest zamawiana i opłacana łącznie dla wszystkich okręgów np. spoty reklamowe, projekty bilbordów, plakatów, zatrudnianie specjalistów. W przypadku komitetów partyjnych ograniczono monitoring tylko do obserwacji pod kątem naruszeń przepisów w trakcie kampanii oraz określenia szacunkowych kosztów kampanii w monitorowanym okręgu.

Ponadto przez cały czas trwania akcji sprawdzano skuteczność i przydatność **przepisów** regulujących kwestie związane z wyborami, zwłaszcza dotyczących:

- finansowania wyborów,
- przestrzegania ciszy wyborczej,
- stosowania zasady jawności,

Przy obliczaniu szacunkowych kosztów brutto towarów i usług wymienionych w załączniku nr 2 korzystano z następującej zasady:

- za podstawę obliczenia przejęto najniższą wartość takich samych – jeżeli nie było to podobnych- towarów i usług na podstawie danych zawartych w dokumentacji dołączonej do sprawozdania danego komitetu, jeżeli nie było takich danych to:
- podstawą obliczenia są najniższe wartości takich samych – jeżeli nie było to podobnych- towarów i usług ze sprawozdania innego komitetu, jeżeli nie było takich danych w żadnym sprawozdaniu to:
- podstawą obliczenia stanowiły najniższe ceny ustalone na podstawie informacji z internetu, z ofert handlowych lub informacji telefonicznych od podmiotów zajmujących się dostarczaniem takich samych lub podobnych towarów i usług.

1 Główne wnioski i rekomendacje

1.1 Wprowadzenie

Zasady prowadzenia i finansowania kampanii wyborczej regulują przede wszystkim:

- ustawa z dnia 16 lipca 1998 r. – Ordynacja wyborcza do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw zwana dalej „Ordynacją wyborczą”;
- ustawa z dnia 20 czerwca 2002 r. o bezpośrednim wyborze wójta, burmistrza i prezydenta miasta;
- ustawa z dnia 27 czerwca 1997 r. o partiach politycznych;
- rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 23 sierpnia 2002 r. w sprawie sprawozdań finansowych o przychodach, wydatkach i zobowiązaniach finansowych komitetów wyborczych uczestniczących w wyborach do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw;
- rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 23 sierpnia 2002 r. w sprawie sprawozdań finansowych komitetów wyborczych o źródłach pozyskania funduszy oraz poniesionych wydatkach na cele wyborcze związane z wyborami wójtów, burmistrzów i prezydentów miast;
- rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 23 sierpnia 2002 r. w sprawie zasad rachunkowości komitetów wyborczych.

Monitoringiem objęto aktywność wszystkich kandydatów ubiegających się o fotel burmistrza tj.:

1. Stanisława Adamowskiego, zgłoszonego przez Komitet Wyborczy Samoobrona Rzeczypospolitej Polskiej,
2. Marka Fryźlewicza, zgłoszonego przez Komitet Wyborczy Podhalańska Wspólnota Samorządowa,
3. Mariusza Jelonka, zgłoszonego przez Komitet Wyborczy Prawo i Sprawiedliwość
4. Andrzeja Rajskiego, zgłoszonego przez Komitet Wyborczy Wyborców Ruch Obywatelski Nowotarżanie.

Prowadzenie monitoringu nie było zadaniem łatwym, ale spotkaliśmy się ze zrozumieniem, i dużym zainteresowaniem. Pełnomocnicy dwóch komitetów wyborczych w czasie wizyty w sztabie udzielili nam wyczerpujących informacji o finansowaniu kampanii, a w miarę potrzeb mogliśmy liczyć na bieżące wyjaśnianie wątpliwości.

1.2 Główne nieprawidłowości

Monitoring miał pokazać, między innymi jak regulacje prawne są stosowane w praktyce, czy są łamane i w jaki sposób. Stwierdzono, że w trakcie kampanii wyborczej w Nowym Targu prawdopodobnie miały miejsce **następujące naruszenia:**

1. rozpoczęcie kampanii wyborczej przed oficjalnym zarejestrowaniem komitetu wyborczego,

2. przyjęcie nieprawidłowej wpłaty;
3. przekazanie środków finansowych na cele inne niż związane z wyborami,
4. wykorzystywanie środków publicznych na potrzeby kampanii wyborczej,
5. brak oznaczenia materiałów wyborczych,
6. finansowanie kampanii przez podmioty inne niż komitet wyborczy,
7. przekroczenie limitu wydatków przez jeden z komitetów,
8. zaniżanie lub ukrywanie wydatków wyborczych,
9. przyjęcie przez komitety darowizn rzeczowych lub w postaci usług.

Ponadto należy zwrócić uwagę za zastosowaną praktykę pozyskiwania środków, która może mieć negatywny wpływ na sposób sprawowania władzy, np. zobowiązania wobec głównych, znaczących sponsorów kampanii. Darowizny od osób fizycznych są dopuszczalne bez względu na miejsce zamieszkania. Zastanawia jednak motywacja tych darczyńców, którzy nie są mieszkańcami Nowego Targu, nie mieli prawa głosu podczas wyborów ale możliwe, że to ich wkład finansowy (ponad 60% zadeklarowanych funduszy) miał wpływ na wynik wyborów. Jako osoby fizyczne nie są potencjalnie związani z miastem ale jako właściciele/ współwłaściciele podmiotów gospodarczych są adresatami decyzji władz, które mogą być dla nich bardziej lub mniej korzystne.

Kandydaci KW RO Nowotarżanie w zakresie finansowania kampanii byli całkowicie niezależni finansowo od swoich wyborców. Analiza listy darczyńców oraz faktur daje podstawę, by sądzić, że przynajmniej niektórzy kandydaci samodzielnie finansowali swoją kampanię- przy zachowaniu wymogów formalnych.

Żaden z komitetów nie oparł się na drobnych wpłatach sympatyków- albo sami pokrywali swoje wydatki albo robiło kilka zaprzyjaźnionych osób. Tymczasem jest to najbardziej pożądana forma pozyskiwania funduszy.

W toku monitoringu nie zaobserwowano przypadków łamania przepisów ordynacji dotyczących miejsc wyłączonych z prowadzenia kampanii wyborczej, zakazu organizowania zbiórek publicznych, loterii i konkursów, w których wygranymi byłyby nagrody o wysokiej wartości oraz podawania nieodpłatnie napojów alkoholowych.

Stwierdzono, że sprawozdania komitetów wyborczych nie są kompletnym odzwierciedlaniem podejmowanych działań, a tym samym nie stanowią wystarczającej przesłanki o stwierdzenia prawidłowości finansowania kampanii.

W wyniku analizy wybranych przepisów wyborczych i ich konfrontacji z rzeczywistością kampanii wydaje się, że **możliwości skutecznego ukrywania** nielegalnych finansów jest w praktyce niezliczona np.:

- Oplacanie części usług i materiałów bez pośrednictwa konta komitetu. Oficjalnie wystawiona jest faktura na część materiałów, a pozostała część opłacona z innych źródeł. Sprawdzenie na jaką ilość materiału wystawiono fakturę będzie niemożliwe jeżeli dotyczy to takich materiałów,

które trudno policzyć lub na fakturze opisano niedokładnie rodzaj oraz ilość towaru/usługi (np. wpis materiały reklamowe 3 kpl, materiały reklamowe 1 kg, lub wynajem powierzchni reklamowej bez wskazania okresu wynajmu i ilości powierzchni). Nawet szczegółowy monitoring kampanii niewiele ujawni, gdyż bez dodatkowych informacji nie można zweryfikować danych. Od dobrej woli komitetów oraz sprzedawców zależy, czy uda się uzyskać uzupełniające informacje. Jeżeli faktycznie będzie miało miejsce naruszenie to trudno oczekiwać od tych podmiotów wiarygodnych danych.

- Dokonywanie wpłat przez członków rodziny czy znajomych pozwala na ominięcie limitów lub ukrycie faktycznego donatora.
- Spłacanie zobowiązań po złożeniu sprawozdania bez pośrednictwa konta komitetu daje możliwość obejścia limitów i terminów wpłat oraz zakazów pozyskiwania środków z określonych źródeł - poza kontrolą pozostaje wówczas, kto i w jakiej wysokości spłacił zadłużenie.

Prawo wyborcze podlega ciągłym zmianom, które mają ograniczać możliwości nadużyć. Jednakże najbardziej restrykcyjne przepisy nie powinny stwarzać złudzeń, iż wszystkie oficjalne regulacje są skuteczne. Jedną z metod pozwalających wyborcom dostrzec niezdrowe powiązania między biznesem a politykami jest **zasada jawności**. Opisane wyżej przykładowe możliwości obchodzenia limitów lub ukrywania tożsamości donatora staną się trudniejsze, jeżeli mieszkańcy będą mogli łatwo zidentyfikować, że środki finansowe pewnego komitetu pochodzą od siostry, szwagra i kuzynów jakiejś niepożądaney osoby lub członków lokalnej grupy przestępczej. Żadna z instytucji sprawniej nie wyegzekwuje prawa. Pełna wiedza na temat dochodów i wydatków powinna być dostępna jeszcze przed wyborami, aby decyzja wyborcy mogła być bardziej świadoma, oparta na konkretnych informacjach.

1.3 Problemy z dostępem do sprawozdań wyborczych

Monitoring ujawnił, iż w praktyce stosowanie zasady jawności w odniesieniu do finansowania kampanii samorządowej jest fikcją. Monitorujący zdobyli wszystkie informacje, o jakie zwracaliśmy się do poszczególnych instytucji. Jednak np. uzyskanie pełnego dostępu do załączników sprawozdania finansowego złożonego u komisarza wyborczego przez komitet wyborczy było możliwe dopiero po przedstawieniu odpowiednich dokumentów świadczących o współpracy ze stowarzyszeniem, które posiada zapis w statucie o kontroli finansów partii i kampanii wyborczych.. Osoba prywatna nie ma więc szans na uzyskanie takich informacji, a bez wglądu do listy darczyńców oraz faktur samo sprawozdanie nie stanowi rzetelnego materiału do analizy finansów komitetów.

Zasada jawności finansowania partii politycznych oraz prawo do dostępu do informacji publicznej należą do zasad konstytucyjnych. Zasada jawności finansowania kampanii wyborczej zawarta jest również w Ordynacji wyborczej. W praktyce okazało się, że była ograniczana ze

względem na prywatność osoby fizycznej lub tajemnice przedsiębiorcy. W opinii PKW (ZPOW-066-34/06) informację publiczną stanowi treść samego sprawozdania. Uzyskanie dostępu do informacji z wykazu osób fizycznych, które przekazały komitetowi darowizny wymagało złożenia umotywowanego wniosku o udostępnienie danych osobowych. Podmiotami uprawnionymi do dostępu do sprawozdań finansowych oraz załączonych do nich dokumentów w opinii PKW mają partie polityczne, organizacje i komitety wyborcze wyborców, biorące udział w wyborach, albo stowarzyszenia i fundacje, które w swoich statutach przewidują działania związane z analizą finansowania kampanii wyborczych. Podmioty te mogą uzyskać dostęp do dokumentów na wniosek uzasadniony zamiarem skorzystania z uprawnienia do złożenia zastrzeżenia do sprawozdania.

1.4 Rekomendacje

W wyniku oceny zaobserwowanych nieprawidłowości, wydaje nam się konieczna zmiana lub uszczelnienie przepisów dotyczących:

- tego, czym jest, a czym nie jest kampania wyborcza – obecne zapisy jest bardzo łatwo ominąć (rozpoczynając wcześniej bądź wydając materiały o charakterze wyborczym, za środki inne niż pochodzące z Komitetu Wyborczego danego kandydata);
- wykorzystywania limitów wydatków. Przepisy są zdecydowanie niekorzystne dla komitetów lokalnych. Partie mogą gromadzić limity z różnych okręgów by przystąpić w niektórych do zmasowanej akcji wyborczej. Prawdopodobnie jest to jeden z powodów zgłaszania przez komitety partyjne kandydatów w okręgach, w których następnie nie jest prowadzona kampania;
- limitów wpłat- limit wpłat na cele wyborcze powinien być zależny od limitu wydatków komitetu. Obecnie w mniejszych miejscowościach wpłata od jednej osoby może decydować o wyniku wyborów;
- źródeł finansowania kampanii- prawo finansowania kampanii powinno być zależne od czynnego prawa wyborczego- w obecnym stanie prawnym wyborcy obywatele państw unii mający bierne i czynne prawo wyborcze mogą utworzyć komitet ale nie mogą go wspierać finansowo;
- ograniczenia możliwości pozyskiwania środków po I turze wyłącznie na cele związane z kampanią prowadzoną w okręgach, w których wynik wyborów nie został rozstrzygnięty w pierwszej turze głosowania. Rozwiązanie zabraniające pozyskiwania środków finansowych po dniu wyborów jest przepisem martwym dla wszystkich komitetów, których chociaż jeden kandydat przeszedł do drugiej tury. Takie komitety mogą zbierać fundusze również w okręgach, w których zwycięzca wyborów jest znany. To kolejne rozwiązanie niekorzystne dla lokalnych komitetów;
- spłat zobowiązań komitetu – obecnie przepisy dają możliwość obejścia limitów wpłat i zakazów finansowania komitetu np. przez spłatę zobowiązań komitetu po złożeniu sprawozdania finansowego.

Ponadto:

- uregulowanie kwestii związanych z prowadzeniem kampanii w internecie;
- wprowadzenie przepisów nakazujących upublicznienie sprawozdań wraz ze wszystkimi załącznikami (łącznie z listą darczyńców) w internecie- informacja taka powinna być dostępna jeszcze przed wyborami;
- uregulowanie kwestii łączenia roli kandydata na prezydenta, wójta czy burmistrza ze sprawowanym urzędem;
- zmiana rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 23 sierpnia 2002 r. w sprawie zasad rachunkowości komitetów wyborczych- jest niespójne z ustawą;
- konieczne jest organizowanie profesjonalnych szkoleń dla osób zaangażowanych w prowadzenie kampanii.

Należy zauważyć, że wiele z wskazanych na wstępie naruszeń jest wynikiem nieprecyzyjnego prawa lub braku wystarczającej wiedzy. Wielokrotnie monitorujący otrzymywali ze sztabów wyborczych zapytania dot. różnych niejasności w stosowaniu przepisów. Wiele pytań związanych z wyborami zadawali mieszkańcy. Pojawiły się sugestie, iż tego typu akcja powinna być przeprowadzona również w innych miejscowościach.

Kampania w Nowym Targu uważana była za mało intensywną, a mimo to wydatki komitetów są znaczne, oscylują wokół limitu lub go przekraczają. Analizując ogłoszenia prasowe trudno nie zauważyć znacznych dysproporcji między rozmachem kampanii kandydatów z Nowego Targu (1 ogłoszenie pełnostronicowe w TP) a kandydatami z okolicznych gmin. Dwa komitety w Zakopanem zamieściły tylko w Tygodniku Podhalańskim aż 22 strony ogłoszeń, w tym 10 stron (30 500 zł) dotyczyło komitetu dysponującego limitem w wysokości 35 143 zł. Podane ilości nie obejmują mniejszych ogłoszeń zamieszczonych w każdym wydaniu TP oraz ogłoszeń w innych gazetach. Już samo to porównanie może świadczyć o prawdopodobnej skali nieprawidłowości (w powyższym przypadku przekroczenie limitu wydatków) finansowania kampanii poddanej wyłącznie kontroli instytucjonalnej. PKW oraz Komisarze Wyborczy, tzn. organy powołane do kontroli finansowania kampanii nie posiadają możliwości ujawnienia takich nieprawidłowości. Kontrola PKW oraz Komisarzy Wyborczych ograniczona jest do analizy sprawozdań pod kątem formalno-prawnym, w szczególności pod kątem ich zgodności z przepisami ustawy, bez kompetencji i instrumentów kontrolnych do weryfikacji ich prawdziwości. Poza kontrolą PKW i komisarzy pozostają środki pozyskiwane i wydatkowane poza obrotem bankowym i nie ujęte w sprawozdaniach.

Limity wpłat ustalone są na takim poziomie, że w mniejszych miastach jedna lub dwie osoby mogą decydować o wyniku wyborów. Trudno sobie wyobrazić sytuację, aby odpowiednio bogata osoba mogła finansować w całości kampanię np. w Krakowie czy Warszawie. Limity wpłat powinny być powiązane z limitami wydatków komitetów i ustalone na odpowiednio niskim poziomie, aby komitety wyborców (i nie tylko) faktycznie reprezentowały wyborców danego okręgu i nie były to

twory zawiązane na okoliczność wyborów w celu zdobycia władzy i załatwienia własnych interesów. Należy się zastanowić, czy możliwość finansowania kampanii nie powinna być ograniczona wyłącznie do wyborców z danego okręgu oraz ewentualnie osób fizycznych, które na terenie danej jednostki samorządu posiadają nieruchomości lub tam pracują. Obecnie obywatele polscy poprzez finansowanie kampanii mają możliwość wpływania na politykę dowolnej jednostki administracyjnej, a jednocześnie osoby, które nie są obywatelami polskimi, mają czynne i bierne prawo wyborcze i mogą założyć komitet wyborczy ale nie mogą sfinansować jego działalności. Tej grupie wyborców pozostaje wykorzystanie luki w przepisach tzn. komitet przeprowadzi kampanię całkowicie na kredyt, a wierzytelności zostaną spłacone z dowolnego źródła. Wydaje się, że taka sytuacja nie jest normalna, ponieważ formy i źródła spłat kredytów powinny być regulowane przez prawo w takim samym zakresie jak pozyskiwanie środków tzn. ograniczenie sposobu spłaty, źródeł wpłat oraz ustanowienie kontroli nad tą częścią finansów. W przeciwnym wypadku nadzór nad finansami wyborczymi będzie fikcją.

2 Dochody komitetów wyborczych

2.1 Wprowadzenie

Podstawą do analizy dochodów są sprawozdania wyborcze oraz dołączone do sprawozdań wykazy darczyńców. Art. 84 ordynacji wyborczej stanowi, iż finansowanie wyborów jest jawne. Pełnomocnicy finansowi KWW RO Nowotarżanie oraz KW PWS byli zobowiązani do przedstawienia w terminie do 12 lutego 2006r Komisarzowi Wyborczemu w Nowym Sączu sprawozdania finansowego komitetu o przychodach, wydatkach i zobowiązaniach komitetu. Sprawozdanie powinno zawierać m. in. informacje o uzyskanych kredytach bankowych i warunkach ich uzyskania oraz imienny wykaz wpłat od osób fizycznych. Sprawozdanie jest udostępniane na wniosek zainteresowanych podmiotów (art.84.6). W sprawach dotyczących sprawozdania w/w komitetów wszelkich informacji w imieniu Komisarza Wyborczego udzielał Dyrektor Delegatury Krajowego Biura Wyborczego w Nowym Sączu, który powołując się na przepisy ustawy o ochronie informacji niejawnych oraz ustawy o ochronie danych osobowych odmówił udostępnienia wykazu darczyńców. Dopiero po przedstawieniu dokumentów potwierdzających współpracę uczestnika projektu ze Stowarzyszeniem Liderów Lokalnych Grup Obywatelskich, które w statucie posiada zapis przewidujący analizę sprawozdań wyborczych, złożeniu wniosku o udostępnienie informacji publicznej oraz wniosku o udostępnienie danych osobowych na podst. art. 84b uzyskano dostęp do sprawozdań komitetów oraz załączników. Uzyskanie pełnej dokumentacji było niezbędne dla pełnej analizy sprawozdań. Dopiero konfrontacja obserwacji z danymi ze sprawozdania dała pełny materiał do analiz.

2.2 Źródła i zasady pozyskiwania środków przez komitety wyborcze w wyborach samorządowych

Komitet może pozyskiwać środki wyłącznie na cele związane z wyborami. Pozyskiwanie i wydatkowanie środków finansowych na prowadzenie kampanii jest dozwolone od dnia wydania przez Państwową Komisję Wyborczą postanowienia o zarejestrowaniu komitetu wyborczego do dnia wyborów. Zdaniem PKW po dniu wyborów dopuszczalne jest jedynie wnoszenie opłat bankowych za prowadzenie i likwidację rachunku. W związku z obowiązkiem gromadzenia środków finansowych komitetu na rachunku bankowym pozyskiwanie środków finansowych w praktyce jest możliwe dopiero od dnia otwarcia takiego rachunku przez komitet.

Środki finansowe komitetu wyborczego **partii** politycznej lub **koalicyjnego komitetu** wyborczego mogą pochodzić wyłącznie z Funduszu Wyborczego tej partii / partii wchodzących w skład koalicji, tworzonego na podstawie przepisów ustawy z dnia 27 czerwca 1997 r. o partiach politycznych (art. 83c ust. 1 Ordynacji wyborczej). Komitet wyborczy może pozyskiwać środki finansowe tylko

z przelewów dokonywanych z rachunku bankowego Funduszu Wyborczego na rachunek komitetu wyborczego.

Środki finansowe komitetów **organizacji** oraz komitetów **wyborców** mogą pochodzić z:

- **wpłat od osób fizycznych** (art. 83c ust. 3 Ordynacji wyborczej). z wyjątkiem:
 - osób fizycznych niemających miejsca zamieszkania w Rzeczypospolitej Polskiej; nie dotyczy to obywateli polskich zamieszkałych za granicą,
 - cudzoziemców, mających miejsce zamieszkania w Rzeczypospolitej Polskiej.
- **kredytów bankowych.**

Ustawa zawiera zamknięty katalog źródeł finansowania komitetów, mimo to w Rozporządzeniu określającym zasady rachunkowości Minister Finansów (§6) wśród wpływów komitetów wyborczych uzyskanych zgodnie z przepisami Ordynacji wyborczej wymienia również **odsetki** bankowe. W ocenie monitorujących Minister Finansów nie miał prawa do takiego rozszerzenia katalogu źródeł finansowania. Podobne zdanie prezentuje Kierownik Krajowego Biura Wyborczego Kazimierz W. Czaplicki w komentarzu do ordynacji ("Samorządowe prawo wyborcze", Dom Wydawniczy ABC 2006). Jego zdaniem: "źródła pozyskiwania środków finansowych zostały enumeratywnie wymienione w ustawie, a zatem żadne inne źródło (jak np. pożyczka) nie jest dopuszczalne." Kwota uzyskanego dochodu z odsetek bankowych jest niewielka, jednak co do zasady będzie to złamanie przepisów ustawy.

Wpłaty na rzecz komitetu wyborczego organizacji oraz komitetu wyborczego wyborców nie mogą dokonywać obywatele państw Unii Europejskiej, nie będący obywatelami polskimi, którzy na podstawie art. 6a i 7 Ordynacji wyborczej, posiadają czynne i bierne prawo wyborcze w wyborach do rad gmin i w wyborach wójtów (burmistrzów, prezydentów miast).

Osoby fizyczne obowiązują **limit wpłat** na rzecz jednego komitetu, który w 2006r wynosił **13 486,50 zł**¹ - łączna suma wpłat nie mogła przekroczyć tej kwoty. Wszystkie darowizny pieniężne na rzecz komitetu wyborczego, niezależnie od wysokości winny być wpłacone na konto bankowe. Wpłaty można było dokonać jedynie **przelewem, czekiem lub kartą płatniczą** (art. 84d ust. 3 Ordynacji wyborczej). Jako przelew należy rozumieć udzieloną bankowi dyspozycję dłużnika obciążenia **jego** rachunku bankowego określoną kwotą i uznania tą kwotą wierzyciela. **Niedozwolone** są wpłaty **gotówkowe** w kasie banku, a także w formie **przekazów** pocztowych.

Kredyty mogą być poręczane przez osoby fizyczne do wysokości limitu tj. 13486,50 zł. Ograniczenie nie dotyczy wysokości zobowiązania poręczycieli wchodzących w skład komitetu wyborczego wyborców. Ograniczenie nie dotyczy sposobów spłat kredytu- spłacającymi mogą być inne osoby niż poręczyciele komitetu.

¹ 15-krotności minimalnego wynagrodzenia za pracę, obowiązującego w dniu poprzedzającym dzień ogłoszenia rozporządzenia o zarządzeniu wyborów (art. 83d ust. 2 Ordynacji wyborczej). Według rozporządzenia Rady Ministrów z 10 października 2005 r. (Dz. U. Nr 177 poz. 1469) minimalne wynagrodzenie za pracę w 2006 r. wynosiło 899,10 zł.

Komitety **nie** mogą przyjmować **darowizn** niepieniężnych z wyjątkiem nieodpłatnych usług polegających na rozpowszechnianiu plakatów i ulotek wyborczych przez osoby fizyczne.

Data graniczną na wydatkowanie środków jest dzień złożenia sprawozdania finansowego. Jeżeli pozostają nieuregulowane zobowiązania finansowe komitetu, na zaspokojenie których nie wystarczało środków finansowych zgromadzonych na rachunku bankowym, powinny być one uregulowane bezpośrednio na rzecz wierzyciela (art. 64k Ordynacji wyborczej)- bez pośrednictwa rachunku komitetu wyborczego. Ordynacja nie zawiera ograniczeń w zakresie spłat takich zobowiązań.

Zabronione jest przekazywanie środków finansowych przez jeden komitet wyborczy na rzecz innego komitetu wyborczego (art. 83b ust. 1 Ordynacji wyborczej).

Zabronione jest przeprowadzanie przez komitet wyborczy zbiórek publicznych (art. 83b ust. 2 Ordynacji wyborczej), dotyczy to również partii politycznej (art. 24 ust. 6 ustawy o partiach).

Ordynacja wyborcza **zabrania** finansowania komitetów wyborczych przez:

- osoby prawne,
- stowarzyszenia,
- państwowe i samorządowe jednostki organizacyjne,
- fundacje itd.

W przypadku stwierdzenia wpłaty pochodzącej z nieuprawnionego źródła lub dokonanej z naruszeniem przepisów ustawy, komitet wyborczy powinien odmówić przyjęcia darowizny i zwrócić ją darczyńcy w terminie 30 dni od dnia jej przekazania (art. 84d ust. 2 Ordynacji wyborczej). Wpłaty takie nie są wliczane do przychodów ale powinny zostać wykazane w odpowiedniej części sprawozdania wyborczego.

2.3 Analiza dochodów i omówienie zauważonych nieprawidłowości

Dochody finansowe komitetów wyborczych, których sprawozdania poddano analizie pochodziły w całości z wpłat osób fizycznych. Należy jednak mieć na względzie niezaewidencjonowane przychody z tytułu pozyskanych w różnej formie i z różnych źródeł materiałów i usług wykorzystywanych w toku kampanii, a także niezbyt precyzyjne rozdzielenie działalności burmistrza od działalności kandydata na burmistrza.

2.3.1 Nielegalne finansowanie kampanii.

Z dużym prawdopodobieństwem można przyjąć, że w czasie samorządowej kampanii w Nowym Targu doszło do **niezgodnego** z ordynacją wyborczą finansowania kampanii wyborczej przez podmioty **inne niż komitet wyborczy**, w tym również **przed terminem** rozpoczęcia kampanii wyborczej. Bardzo prawdopodobne, że niektórzy kandydaci na radnych płacili za usługi bez

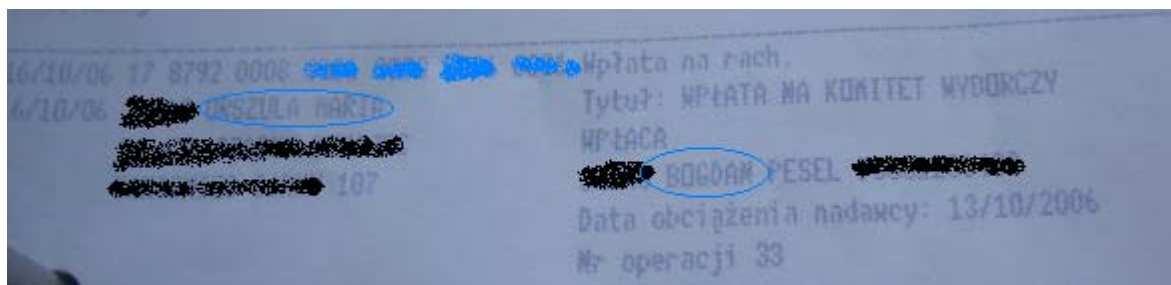
pośrednictwa komitetu wyborczego. Taka praktyka pozwoliła jednemu z komitetów zmieścić się w limicie.

2.3.2 Niedopełnienie obowiązku zawarcia w umowie zastrzeżenia o dopuszczalnym źródle pozyskiwania środków oraz terminie dokonywania wpłat.

Ordynacja wyborcza nakłada na komitety obowiązek, aby w umowie o prowadzenie konta zawarto **zastrzeżenie** o wymaganym ustawą **sposobie** dokonywania na rzecz komitetu wyborczego, dopuszczalnym **źródle** pozyskiwania środków oraz dopuszczalnym **terminie** pozyskiwania wpłat. W umowie KW PWS **brak zastrzeżenia** o dopuszczalnym **źródle oraz terminie** pozyskiwania wpłat. Brak zastrzeżenia wynika prawdopodobnie z odmowy banku BPH, który w przypadku innego komitetu nie wyraził zgody na zawarcie takiego zastrzeżenia. Komitet odstąpił od zawarcia umowy z bankiem BPH. Jak zaznaczają pracownicy banków, przestrzeganie przez bank zastrzeżenia pozwalającego na przyjmowanie wpłat w określonym terminie, z określonego źródła i tylko w formie przelewu jest bardzo trudne, a czasami niemożliwe- jeżeli wpłaty dokonano w innym banku. Takie same spostrzeżenia zgłaszają organizację prowadzące monitoring w pozostałych miastach.

2.3.3 Przyjęcie nieprawidłowej wpłaty

W jednym przypadku stwierdzono zwrot wpłaty uznanej za nieprawidłową – brak pełnych danych na dokumencie przelewu był powodem zwrotu przelewu darczyńcy; również w jednym przypadku dokonano wpłaty gotówkowej na konto komitetu- wpłata została wycofana przez bank przed zaksięgowaniem i zwrócona wpłacającemu. Wśród wpłat KW PWS znajduje się przynajmniej jedna wpłata, która **może być nieprawidłowa**- właściciel konta nie jest wpłacającym (operacja nr 33). W wyjaśnieniach (ZKF-703-3/06) wśród niedozwolonych wpłat PKW nie wymienia wpłaty z rachunku innej to osoby, jednak w tych samych wyjaśnieniach znajdujemy czytamy, iż zgodnie z ustawą Prawo Bankowe przelew może być dokonany tylko z rachunku darczyńcy.



Wyciąg z konta KW PWS operacja nr 33.

Wpłacanie pieniędzy za pośrednictwem cudzego konta, mimo, że jest przelewem, nie spełnia tej przesłanki. Na tej zasadzie można byłoby wpłacić na KW z jednego konta dowolną kwotę pieniędzy

zmieniając tylko tytuły kolejnych przelewów na "wpłata od Jana Kowalskiego", "wpłata od Piotra Nowaka" itd..

2.3.4 Finansowanie przez osoby fizyczne

Z wykazu wpłat od osób fizycznych wynika, że środki komitetu pochodzą w całości z wpłat od osób fizycznych. Komitety nie zaciągały kredytów bankowych. Nie zauważono, aby komitety prowadziły (zabronione przez prawo) zbiórki publiczne lub organizowały loterie fantowe.

KWW RO Nowotarżanie pozyskał **28 691,34** zł. Są to środki uzyskane z wpłat od 31 osób (na 31 kandydatów do rady). Kwoty wpłat są zróżnicowane i wynoszą od 90 zł do 13 400. Największa kwota wpłat pochodzi od kandydata na burmistrza, który wpłacił 13 400 zł, a łącznie z członkami rodziny - 15 900 zł. Wydaje się, że w przypadku tego komitetu każdy kandydat promował się za własne środki przy zachowaniu wymogów formalnych.

Nieco inaczej przedstawia się obraz finansowania działań **KW PWS-** organizacji, do której w kadencji 2002-2006 należał burmistrz oraz większość radnych. Całkowita kwota wpłaty wynosi **37 700** złotych. Komitet wystawił 42 kandydatów na radnych oraz kandydata na burmistrza. 14 osób (jednocześnie kandydatów na radnych) wpłaciło na rzecz komitetu kwoty po 500 zł, pozostali donatorzy wpłacili kwoty: 1 300 zł, 2 x 8 000zł oraz 13 400zł. Spośród kandydatów 28 osób nie dokonywało wpłat na rzecz komitetu. Kwota **30 700** zł pochodzi od innych osób, w tym aż 22 700zł od mieszkańców innych gmin. Spośród donatorów jeden jest prezesem firmy z większościowym udziałem miasta, a pozostali to właściciele lub współwłaściciele firm prowadzących działalność gospodarczą na terenie miasta. W dniu 21 lutego 2007 na stronie www.podhale24.pl ukazał się materiał na temat podmiotów², którym umorzono podatki w 2006r ze wskazaniem formy pomocy. Według artykułu (potwierdzonego pismem z UM) pomocy w wysokości ponad 10 000 zł udzielono następującym podmiotom:

F.H.P Janas	22119 zł	uchwała Rady Miasta - pomoc na tworzenie nowych miejsc pracy
Piekamio- Cukiernia-Delikatesy - Ryszard Steskał sp.j.	21500 zł	forma pomocy: jak wyżej
Spółdzielnia Inwalidów Hamaś	33796 zł	forma pomocy: jak wyżej
IB ³ sp.zoo	86169 zł	forma pomocy: jak wyżej (ZPCh)

Tabela 1 Dane o podmiotach, którym udzielono pomocy publicznej w 2006r w kwocie ponad 10 tys. zł. Źródło UM.

² Dział „Rozmaitości” tytuł materiału „Burmistrz i Rada umarza podatki przedsiębiorcom”

³ Firma IB Sp. z o.o. (do 2002 roku jako Italbike) powstała w 1995 roku w Białym Dunajcu. Jej założycielem jest Ryszard Lasyk. W 1997 roku nastąpiło przeniesienie zakładu produkcyjnego do Nowego Targu. <http://ib.biz.pl/index.php?iframe=onas&lang=pl>

Z trzema w/w firmami tj. F.P.H Janas, Piekarnia -Cukiernia-Delikatesy - Ryszard Steskal sp.j. oraz IB sp z o.o. związani są główni darczyńcy KW PWS. Zauważono też, że wysokość wpłaty jest wyższa im wyższa jest kwota udzielonej pomocy. Z informacji uzyskanej w Urzędzie Miasta wynika, że w 2006r tylko dwa (w/w) podmioty złożyły podania o umorzenie podatków od nieruchomości i zostały one uwzględnione. Pozostałe dwa podmioty otrzymały pomoc ustawową niezależną od decyzji władz miasta. Uchwała Rady Miasta, na podstawie której dokonano umorzeń podatków (pomoc na tworzenie nowych miejsc pracy) była dostępna na stronie UM, trudno ocenić dlaczego inni przedsiębiorcy nie ubiegali się o taką pomoc.

2.3.5 Darowizny rzeczowe i w postaci usług

Ustalono, że komitety **nie uwzględniły** w sprawozdaniach wszystkich wydatków na towary i usługi związane z kampanią wyborczą. Poniżej przedstawione są te wydatki, których nie ujęto w sprawozdaniach. Szczegółową specyfikację zawiera załącznik nr 2. Dodatkowo, ze względu na zastosowanie w fakturach różnych jednostek miary nie można stwierdzić, iż któraś z faktur jest wystawiona na mniejszą ilość towaru niż faktycznie sprzedano- taka sytuacja dotyczy zwłaszcza plakatów oraz ulotek. Według deklaracji przedstawicieli komitetów przygotowanie wszystkich materiałów wyborczych oraz rozklejenie/rozwieszenie plakatów wielkoformatowych zlecano- we własnym zakresie rozprawdzano jedynie część ulotek i plakatów. Tylko KWW RO Nowotarżanie zatrudniał osobę do prowadzenia bezpośredniej obsługi kampanii oraz zapłacił za usługę adwokata. Według danych ze sprawozdania KW PWS wszystkie osoby pracujące przy kampanii - również adwokat, świadczyły usługę bezpłatnie. W opinii Kierownika Krajowego Biura Wyborczego P. Kazimierza W. Czaplickiego „*nieodpłatne świadczenie usługi prowadzenia rachunkowości komitetu wyborczego jest zabronione, chyba, że usługę tę świadczy osobiście i bez pomocy innych podmiotów osoba wchodząca w skład komitetu wyborczego*” ("Samorządowe prawo wyborcze", Dom Wydawniczy ABC 2006).

W sprawozdaniu tego samego komitetu tj. PWS brakuje rachunków potwierdzających dokonanie zapłaty przynajmniej za następujące przedmioty/ usługi:

- wykonanie 4 szt banerów/bilbordów. (Wg wyjaśnień komitetu są to tablice okręgowe kandydatów na radnych opłacone w/g faktury 125/11/2006. Nie określono, do których bilbordów odnosi się określenie tablice okręgowe i na czym polega różnica.)
- usługę rozwieszenia oraz wynajęcia powierzchni pod dwa bilbordy na ścianie domu przy ul. Kościelnej;
- udostępnienie obiektów do umocowania banerów;
- projekt bilbordów/ plakatów;
- udostępnienie projektora multimedialnego ora laptopa;
- wyjazdu na rozprawę do Nowego Sącza;
- wynajęcie powierzchni lub terenu pod ekspozycje pięciu „tablic okręgowych”;

- wykonanie ulotek –A4 oraz plakatów w formacie A2 kandydata na burmistrza (w/g wyjaśnień komitetu są to plakaty oraz ulotki kandydata na radnego, ujęte na fakturze nr 118/10/206 jako 1 kpl. o wartości 207zł)
- dystrybucję ulotek w dniu 24 i 25 października 2006r do domów i mieszkań przy ul. Podtatrzańskiej, Podhalańskiej, Szaflarskiej oraz oś. Topolowe,
- napojów, naczyń jednorazowych oraz obsługi kelnerskiej;
- ekspozycji plakatów w autobusach MZK.

Ponadto nie zakupiono żadnych materiałów biurowych, co oznacza, że **nie korzystano** z papieru, segregatorów, tuszu, długopisów, nie drukowano żadnych dokumentów- mimo, iż przynajmniej sprawozdanie jest sporządzone w formie papierowej a dodatkowo na spotkaniu przedwyborczym rozdawano wydruki ze strony kontrkandydata sporządzone na papierze A4. Każda dołączona do sprawozdania faktura jest opisana długopisem, którego nie kupiono i opieczętowana pieczętkami, za które Komitet również nie zapłacił (dot. pieczętek imiennych). Kampanię przeprowadzono korzystając tylko z jednego numeru telefonu, a koszty rozmów nie przekroczyły kwoty 50 zł - taką kwotę zakupiono 1 kartę prepaidową. Nikt nie podróżował w celach związanych z kampanią dalej niż poza granice administracyjne miasta.

W sprawozdaniu **KWW RO Nowotarżanie** nie wykazano kosztów:

- przejazdu- z wyjaśnień pełnomocnika finansowego komitetu wynika, że wszystkie czynności były zlecone podmiotom, a koszty rozplakatowania ponosili głównie kandydaci, którzy we własnym zakresie rozprawdzali plakaty;
- udostępnienia terenu pod konstrukcję z billboardem kandydata na burmistrza,
- wykonania banera, który reklamował kandydata jeszcze przed oficjalnych rozpoczęciem kampanii, a w trakcie kampanii był rozwieszony na scenie podczas festynu w dniu 22.10.2006r.
- części kosztów strony www,
- powierzchni reklamowej przy ul. Waksmundzkiej;
- zdjęć, montażu oraz realizacji spotu filmowego,

Wśród kosztów komitetu brak potwierdzenia na wykonanie projektu plakatów oraz ulotek. Z oferty handlowej firmy, która drukowała materiały reklamowe dla tego komitetu wynika, że firma wykonuje projekt bezpłatnie.

Oznaczałoby to, że bądź przyjęto niezgodne z ordynacją darowizny i/lub wykorzystano środki publiczne na potrzeby kampanii wyborczej.

2.3.6 Potencjalne finansowanie kampanii ze środków publicznych

Kandydowanie w wyborach urzędującego wójta, burmistrza czy prezydenta miasta stawia go zawsze w uprzywilejowanej sytuacji. Opisywane przez prasę i obserwowane przez naszą grupę monitorującą decyzje wielu włodarzy miast, służąc co prawda interesowi publicznemu, wydawały się być jednocześnie elementem kampanii wyborczej. Zjawiskiem powszechnym jest nadzwyczajna aktywność starających się o reelekcję burmistrzów (wójtów, prezydentów) w uroczystościach okolicznościowych oraz wydarzeniach lokalnych. W Nowym Targu były to np. Dzień Nauczyciela, uroczystość OSP, finał konkursu literackiego, promocja książki, zmiany kadrowe w Policji, uruchomienie nowego ujęcia wody. O wszystkich tych spotkaniach obszernie informowała mieszkańców lokalna telewizja. Nadrzędnym problemem wydaje się być w tym wypadku **nie wzięcie urlopu na czas kampanii** wyborczej i nie skorzystanie z możliwości delegowania pracy zastępcom. Chociaż są oczywiście sytuacje wyjątkowe jak w przypadku obchodów jubileuszu 50-lecia nowotaraskiego koła Związku Niewidomych gdzie nieobecność urzędującego burmistrza mogła być uznana za nietakt.

Deklarowane **rozdzielenie kampanii od sprawowania urzędu** było niemożliwe. Po pierwsze oczywiste jest, że czas pracy osoby pełniącej obowiązki burmistrza jest nienormowany. Powstało wiele sytuacji, gdzie czasem trudno było rozróżnić czy Marek Fryźlewicz występuje jako urzędujący burmistrz czy kandydat. Jak widać problem ten miał także kandydat, który na stronie internetowej traktującej o wyborach umieszczał informacje dot. jego aktywności jako kandydata i jako burmistrza.

Występuje również prawdopodobieństwo **wykorzystania lokalnej telewizji NTVK do promocji kandydata**, w której 80% udziałów należy do miasta. Telewizja ta emituje w każdą środę (powtarzany w piątki) godzinny program „Przegląd Tygodniowy”.

W kilku analizowanych wydaniach Przeglądu Tygodniowego obecność burmistrza jest wyraźna – licznie relacjonowane były wydarzenia z udziałem burmistrza:

- w dniu 11 października 2006 r. na 9 tematów w 6. materiałach Burmistrz był widoczny (nie zawsze zabierał głos), jeden z tematów poświęcono konferencji prasowej kontrkandydata, jeden poświęcono spędzaniu owiec z wypasu, jedna informacja była zapowiedzią.
- w kolejnym wydaniu Burmistrz był obecny w sześciu na jedenaście tematów, za to jeden z materiałów to obszerna rozmowa Burmistrza z nowymi zastępcami komendanta Powiatowego Policji.
- w kolejnym wydaniu natomiast brakowało relacji, z festynu wyborczego w dniu 22 października zorganizowanego przez KWW RO Nowotarżanie (konkurencyjny wobec komitetu burmistrza) – a była to najliczniejsza tego typu impreza wyborcza.

W programach wyemitowanych już po wyborach (np. 22 listopada) obecność burmistrza w kolejnych relacjach jest zdecydowanie mniejsza, prawie niezauważalna. Należy zauważyć, iż w żadnym z tych programów **nie było pośredniej ani bezpośredniej** agitacji na rzecz kandydata, lecz

raczej budowa wizerunku oraz przedstawienie dokonań kończącej się kadencji.

Prawdopodobieństwo wykorzystania środków publicznych przez urzędującego burmistrza występuje w związku z jego **wyjazdem służbowym samochodem** na rozprawę sądową do Nowego Sącza, gdzie występował w charakterze pozwanego przez kontrkandydata, który domagał się „zakazu rozpowszechniania nieprawidłowych informacji i nakazu ich sprostowania”. Rozprawa odbywała się w trybie przewidzianym ordynacją wyborczą. Z przejazdu samochodem służbowym skorzystali jeszcze zastępca burmistrza oraz kierownik jednego z referatów, którzy towarzyszyli burmistrzowi w sądzie. Sprawą zainteresowała się prasa. Z opublikowanych 4 listopada na łamach Gazety Krakowskiej Na Podhalu wyjaśnien wynika, iż w/w grupa osób skorzystała z wyjazdu służbowego innych urzędników, którzy udali się w tym dniu do Nowego Sącza w celach służbowych. W dniu rozprawy burmistrz skorzystał z urlopu.

Rozprawa sądowa była konsekwencją działań radnego, który na ostatniej sesji złożył interpelację w sprawie nieprawidłowości w funkcjonowaniu garbarni Andrzeja Rajskiego. Jej efektem były liczne publikacje a także **działania podległych burmistrzowi służb**. Ze względu na brak pełnej informacji na temat faktów związanych z tymi działaniami oraz znacznego skomplikowania sprawy obiektywne przedstawienie roli kandydatów przekracza możliwości monitoringu- sprawą zajmuje się prokuratura. W niniejszym raporcie jedynie sygnalizujemy, iż takie zdarzenia miały miejsce.

2.4 Inne spostrzeżenia

Ustalono, iż za wszystkie powierzchnie reklamowe UM, na których umieszczono materiały wyborcze kandydata na burmistrza, zostały uiszczone należności według stawek oficjalnych. Nie zastosowano ulg ani rabatów. W sprawozdaniu znajduje się również potwierdzenie opłacenia usługi rozwieszenia plakatów przez pracowników ZGZiR oraz Zakładu Gospodarki Mieszkaniowej.

Przynajmniej w trzech lokalizacjach bilbordy kandydata KW PWS wisiały na masztach postawionych przez ZGZiR tuż przed wyborami. Jak wynika z informacji otrzymanej z ZGZiR koszty postawienia masztów przy ul. Sikorskiego i na Pl. Evry wyniosły 600 zł. Maszty przy ul. Kopernika zostały przejęte przez ZGZiR nieodpłatnie w zamian za dzierżawę gruntu miejskiego, na którym są postawione. Dochód z wynajmu w/w masztów wyniósł **1.781,56 zł** + przychody z usługi zawieszania nośników reklamowych 200 zł.

Niejasności pojawiły się przy udostępnieniu obiektu miejskiego tj. masztu lampy do



Ilustracja 1 Nowy Targ ul. Krzywa, 06 listopada 2006.
Przejazd samochodu pod nieprawidłowo
rozwieszonym banerem.

rozwieszenia banera nad ul. Krzywą. Od pracowników UM uzyskano informację, iż lampy nie są udostępniane do takich celów, ponieważ są zbyt słabe i zbyt niskie. Komitet uzyskał decyzję UM pozwalającą na zajęcie pasa drogowego i rozwieszenie banerów. Decyzja nie dot. udostępnienia obiektu. Baner nad ul. Krzywą rozwiesili pracownicy ZGZiR (w pobliżu UM oraz Straży Miejskiej) niezgodnie z postanowieniem decyzji tj. bez zachowania minimalnej odległości między dolną krawędzią reklamy a nawierzchnią jezdni. Komitet zapłacił za zajęcie pasa drogowego oraz usługę rozwieszenia, natomiast brak kosztów **udostępnienia obiektów** do umocowania reklamy. Oto oficjalne wyjaśnienie Sekretarz Miasta dot. rozwieszenia reklamy: *„Wysokość masztu lampy oświetlenia ulicznego istotnie uniemożliwia, na całej długości reklamy, zachowanie odległości dolnej krawędzi od nawierzchni jezdni minimum 5 metrów. Pragnę jednak zwrócić uwagę, że zgodnie z warunkami określonymi w cytowanej wyżej decyzji (ust. 1 pkt 3) „Reklama powinna być umieszczona w sposób nie powodujący utrudnień w ruchu drogowym – odległość dolnej krawędzi reklamy od nawierzchni jezdni powinna wynosić minimum 5 metrów.” Czyli warunek zachowania odległości 5 metrów nie jest obligatoryjny, można dopuścić odstępstwo od niego pod warunkiem zachowania bezpieczeństwa i nie powodowania utrudnień w ruchu. Pragnę dodatkowo zauważyć, że komitety wyborcze w okresie prowadzenia kampanii wyborczych traktowane są jako ciała obdarzone zaufaniem społecznym. Dlatego kierując się tą zasadą oraz z uwagi na krótki czas ekspozycji, nie prowadzono kontroli zgodności wszystkich parametrów z wymogami zapisanymi w decyzji. Rzeczywistość wykazała, że mogą jednak występować odstępstwa od tej zasady, dlatego następne kampanie wyborcze poddane zostaną bardziej szczegółowej kontroli w tym zakresie.”*

W celu sprawdzenia, czy w okresie kampanii były wykorzystywane środki publiczne do celów kampanii wyborczej, zwrócono się do UM z wnioskiem o udostępnienie informacji publicznej w zakresie eksploatacji telefonów oraz samochodów służbowych.

UM przekazał następujące informacje:

- dane na temat zużycia paliwa oraz przejechanych kilometrów przez samochody służbowe tj.

	Wrzesień	październik	listopad	grudzień
droga (km)	4160	1799	1379	1778
Paliwo (l)	380	199,9	187,2	189,7

Tabela 2 Zestawienie kilometrów oraz zużycia paliwa. Źródło - UM.

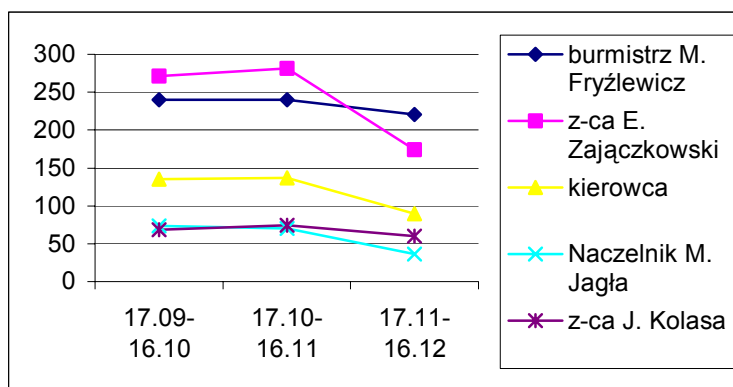
Porównując dane za październik (okres kampanii) oraz grudzień (okres po wyborach) ilość przejechanych kilometrów oraz zużytego paliwa kształtuje się na podobnym poziomie.

Z informacji nie wynika, aby samochody służbowe UM były wykorzystywane do celów kampanii wyborczej.

- wykaz ilości impulsów rozmów stacjonarnych telefonów stacjonarnych za wrzesień, październik, listopad. Z wykazu nie wynika zależność między wysokością wykorzystanych impulsów a okresem kampanii.
- wykaz czasu połączeń z telefonów komórkowych tj:

Użytkownik	17.09 – 16.10	17.10 – 16.11.	17.11 – 16.12.
Burmistrz Marek Fryźlewicz	240 min	240 min	220 min 57 s
kierowca	135 min 45 s	137 min 15 s	89 min 45s
I Z-ca E. Zajączkowski	271 min 17 s	281 min 33 s	174 min 31 s
II Z-ca J.Kolasa	68 min 31 s	74 min 6 s	60 min 19 s
p. o. Naczelnika WISiP Marcin Jagła	73 min 47 s	70 min 45 s	36 min 21 s
p. Sekretarz St. Szołtysek	Większość połączeń mieści się w abonamencie, nie ma możliwości porównania		

Tabela 3 Zestawienie połączeń z telefonów komórkowych UM. Źródło- pismo UM.



Wykres 1 Graficzne przedstawienie czasu połączeń z telefonów komórkowych UM.

Dwa pierwsze okresy rozliczeniowe to w zasadzie okres kampanii wyborczej, ostatni – już po wyborach. Czas połączeń z telefonu burmistrza oraz jednego z zastępców jest nieznacznie krótszy w okresie powyborczym, z pozostałych telefonów służbowych wyraźnie dłużej rozmawiano w okresie kampanii.

2.5 Wnioski

Prawdopodobnie jedna wpłata nie jest prawidłowa, w pozostałych przypadkach nie zauważono nieprawidłowości. Należy jednak zwrócić uwagę na źródła funduszy. Nie zauważono, aby któryś z komitetów podjął starania by pozyskać środki finansowe w postaci drobnych wpłat od sympatyków. Żaden z komitetów nie zwrócił się do wyborców z prośbą o dokonywanie wpłat na cele kampanii a konta bankowe komitetów nie były dostępne dla potencjalnych donatorów. Pod względem finansowym komitety wyborcze były niezależne od wyborców, a kampania wyborcza była bardziej kosztowna dla tych, którzy dopiero walczyli o władzę.

3 Analiza wydatków

3.1 Wprowadzenie

W procesie monitorowania kampanii wyborczej analiza wydatków jest jednym z ważniejszych elementów, gdyż pozwala na ocenę rzetelności sprawozdań wyborczych- poprzez porównanie kosztów deklarowanych z wydatkami obserwowanymi w czasie działań monitoringowych. Tylko w wyniku takiego porównania można ujawnić przypadki:

- **pośredniego finansowania** kampanii przez nieuprawnione podmioty, kupujące niektóre usługi i materiały;
- **przekroczenia limitu wydatków.**

Organy ustawowo zajmujące się kontrolą sprawozdań wyborczych mogą ograniczyć swoje działania praktycznie do kontroli poprawności i rzetelności sporządzenia sprawozdania. Są w stanie sprawdzić tylko to, co zostanie ujawnione przez komitet, monitoringiem jest natomiast objęty o wiele większy zakres danych.

Monitoringiem objęto te elementy kampanii, które związane były z promocją kandydatów na burmistrza i to one były dokumentowane w postaci opisów lub fotografii. Nie dokumentowano kampanii kandydatów na radnych.

3.2 Zasady wydatkowania środków na kampanię

Prawo do prowadzenia kampanii wyborczej na rzecz kandydatów przysługuje, na zasadzie wyłączności, komitetowi wyborczemu (art. 64b Ordynacji wyborczej). Oznacza to, że w okresie kampanii wyborczej wszelkie czynności związane z pozyskiwaniem środków finansowych, dokonywaniem wydatków na organizowanie spotkań przedwyborczych kandydatów promocję poszczególnych kandydatów w formie plakatów, ulotek itd. mogą być prowadzone tylko przez komitety wyborcze. Nie mogą takich działań prowadzić sami kandydaci, a także partie polityczne, stowarzyszenia i inne organizacje, których członkiem jest dany kandydat lub jest przez te podmioty popierany. Komitet wyborczy może wydatkować środki finansowe jedynie na cele związane z wyborami.

3.3 Omówienie zauważonych nieprawidłowości

Monitoring miał pokazać, czy powyższe regulacje są łamane i w jaki sposób. Przeprowadzona w tym rozdziale analiza przedstawia wydatki uwzględnione w sprawozdaniach komitetów oraz zauważone w wyniku monitoringu i nie ujęte w rozliczeniach.

W wyniku monitoringu stwierdzono, że istnieje prawdopodobieństwo, iż w trakcie samorządowej kampanii wyborczej w Nowym Targu dopuszczono się naruszeń ordynacji polegających na:

- rozpoczęciu kampanii wyborczej przed terminem,
- przekazaniu środków finansowych na cele inne niż związane z wyborami,
- prowadzeniu kampanii wyborczej przez inne podmioty niż komitet wyborczy,
- zaniżaniu i ukrywaniu wydatków wyborczych,
- braku oznaczenia materiałów wyborczych,
- wspieraniu kampanii wyborczej ze środków publicznych,
- korzystaniu z darowizn rzeczowych lub w formie usług,
- przekroczeniu limitu wydatków.

3.3.1 Rozpoczęcie kampanii wyborczej przed terminem

Początkowym terminem rozpoczęcia kampanii wyborczej był 12 września 2006r. Jednak długo przed tą datą zaobserwowano pierwsze działania o cechach kampanii wyborczej. Wprawdzie w opinii PKW akcje tzw. promocji partii, stowarzyszeń lub osób prywatnych nie zostały uznane za przedwczesne rozpoczęcie kampanii, jednak w odczuciu społecznym nasilone akcje promocyjne w okresie przedwyborczym stanowiły element kampanii wyborczej. Podobne sytuacje miały miejsce w całym kraju, a w naszym mieście przykładem rozpoczęcia kampanii wyborczej przed dopuszczonym terminem były działania związane z promocją Andrzeja Rajskiego.

KWW RO Nowotarżanie, z którego startował Andrzej Rajski, został zarejestrowany 21 września 2006 r. i dopiero od tego dnia Komitet mógł pozyskiwać i wydatkować środki na cele związane z wyborami.

Za pierwsze działanie promujące tego kandydata można uznać **artykuł** w Gazecie Krakowskiej z dnia 28 kwietnia 2006 r. pt. „Mam inną wizję miasta”. Jest to rozmowa „...z *Andrzejem Rajskim pierwszym **kandydatem na burmistrza Nowego Targu***”, która zawiera prezentację kandydata oraz jego wizję przyszłości.

Kolejnym działaniem promocyjnym kandydata było umieszczenie w trakcie Jarmarku Podhalańskiego (sierpień 2006) na jednym z balkonów w nowotarskim rynku **banera** z wizerunkiem Andrzeja Rajskiego, podpisem „*Andrzej Rajski Nowotarżanin*” oraz znakiem graficznym KWW RO Nowotarżanie. Taki sam baner został wykorzystany do promocji kandydata podczas pikniku wyborczego (zdjęcia poniżej).



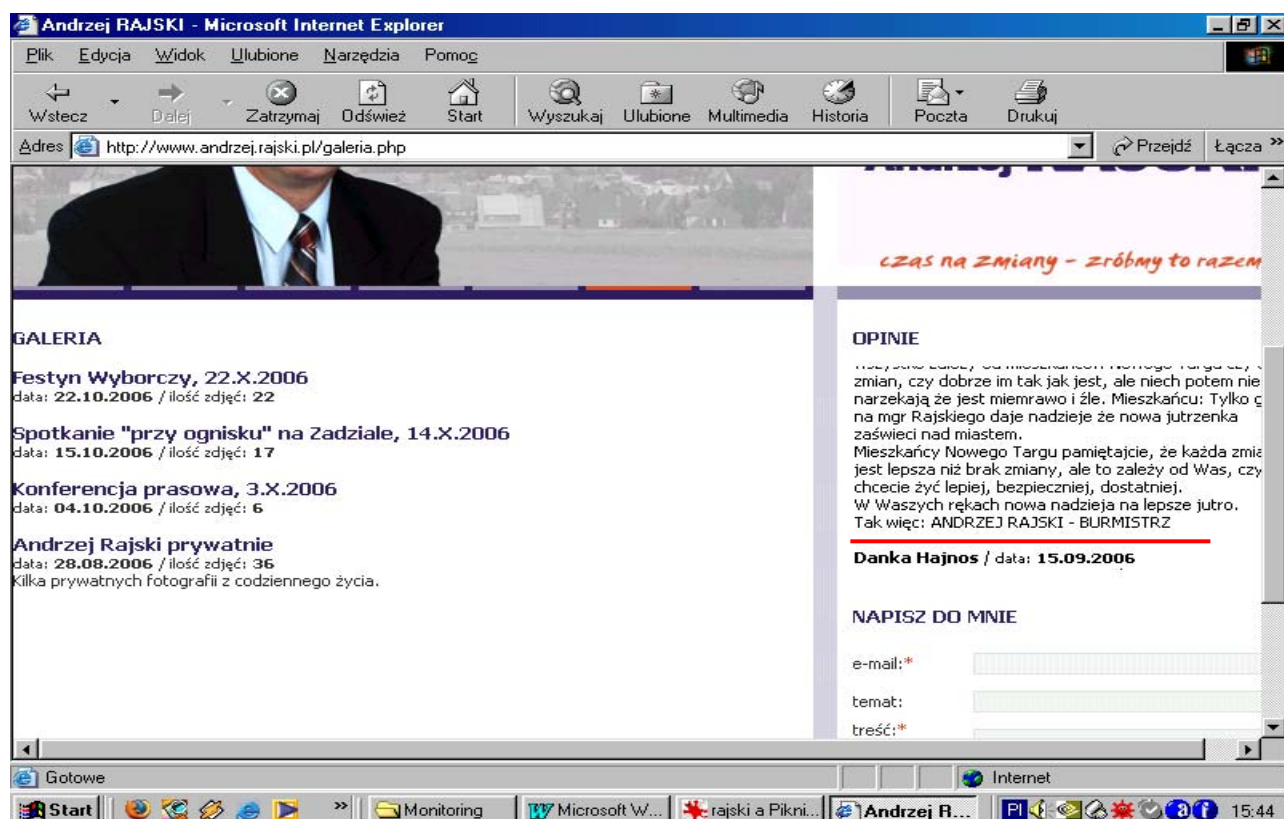
Ilustracja 2 Nowy Targ, 24.08.2006



Nowy Targ, 22.10.2006- piknik wyborczy

W związku z wcześniejszą prezentacją „pierwszego kandydata na burmistrza Nowego Targu” w Gazecie Krakowskiej z dnia 28 kwietnia 2006 oraz wykorzystaniem znaku graficznego komitetu wyborczego nie można uznać tego działania wyłącznie w charakterze promocji osoby prywatnej.

Innym przejawem falstartu wyborczego może być **przedwczesne uruchomienie strony internetowej** www.andrzejrajski.pl. Pierwsze publikowane tam wiadomości oznaczono datą publikacji 28 sierpnia 2006 r. „Andrzej Rajski prywatnie”, kolejne dwie datowano na 16 września 2006 r. i są to opinie wyraźnie nawiązujące do wyborów: *„W obecnym czasie nie ma lepszej osoby na powalenie starych układow, a jeżeli chcemy by Nowy Targ zaczął błyszczeć na nowo jako stolica Podhala to w Nim nadzieja ... Teraz albo nigdy, ale to wszystko zależy od mieszkańców Nowego Targu czy chcą zmian, czy dobrze im tak jak jest, ... Mieszkańcu: Tylko głos na mgr Rajskiego daje nadzieję że nowa jutrzienka zaświeci nad miastem.... W waszych rękach nowa nadzieja na lepsze jutro. Tak więc: ANDRZEJ RAJSKI -burmistrz”*.



Ilustracja 3 Strona www Andrzeja Rajskiego

3.3.2 Przekazanie środków finansowych na cele inne niż związane z wyborami

W dniu 22 października 2006 r. KWW Ruch Obywatelski Nowotarżanie zorganizował piknik wyborczy, na którym zaprezentowano kandydatów na radnych, kandydata na burmistrza oraz jego plany na przyszłość. Piknik połączono z konkursem plastycznym dla dzieci „Nowy Targ moje miasto”. Obecne na pikniku dzieci malowały rysunki, które w przerwie między



Ilustracja 4 Nowy Targ, 22.10.2006- licytacja podczas festynu.

kolejnymi prezentacjami były **licytowane**.

Dochód z licytacji przeznaczono dla jednego z nowotarskich stowarzyszeń na działalność

charytatywną – opiekę nad niepełnosprawnymi dziećmi. W licytacji udział brali głównie kandydaci do rady oraz kandydat na burmistrza. Zgodnie z art. 83 ust. 1 Ordynacji wyborczej Komitet wyborczy może wydatkować środki finansowe jedynie na cele związane z wyborami. W związku z tym przepisem PKW w wyjaśnieniach z dnia 13 września 2006r dotyczących finansowania

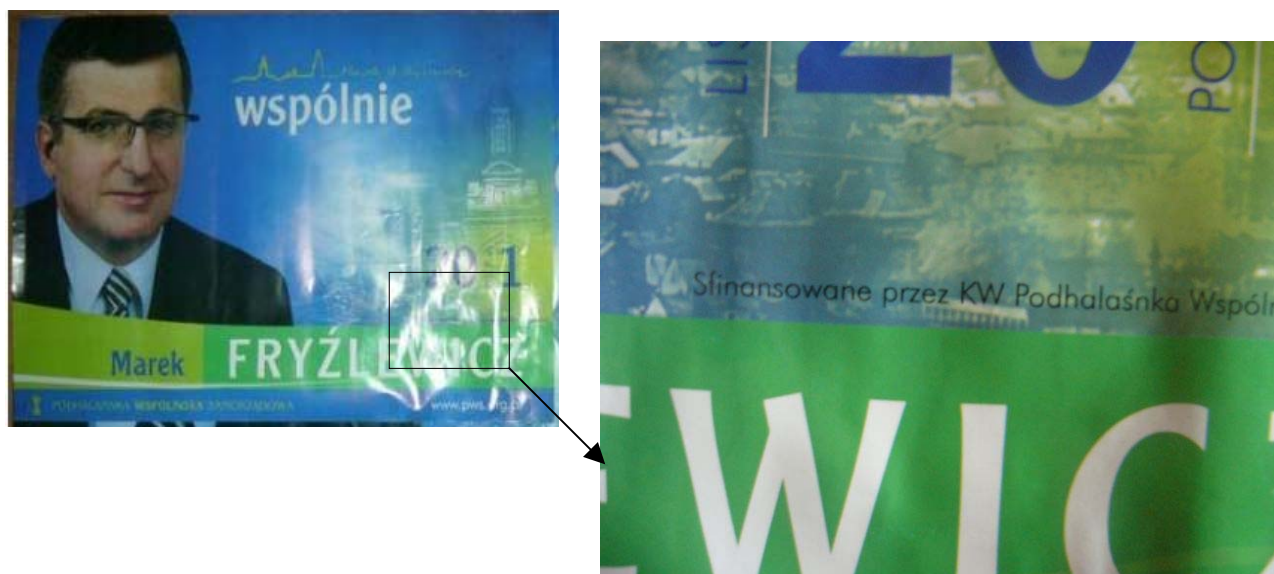
kampanii wyborczej pisze, że „komitet nie może przekazywać środków na cele charytatywne oraz inne cele społecznie użyteczne. Wydatków takich nie mogą też dokonywać samodzielnie kandydaci na radnych oraz kandydaci na wójtów (burmistrzów, prezydentów miast)”. Według interpretacji PKW kandydat może dokonać wpłaty na konto organizacji charytatywnej, może też przyjść na aukcję charytatywną i licytować, ale tylko jako osoba prywatna. Natomiast zakazane są wpłaty dla organizacji dokonywane przez kandydatów w celach wyborczych (np. wzbudzenie sympatii, uznania), a więc nie powinno mieć miejsca łączenie aukcji charytatywnej ze spotkaniem wyborczym organizowanym przez Komitet Wyborczy.

3.3.3 Brak oznaczenia materiałów wyborczych

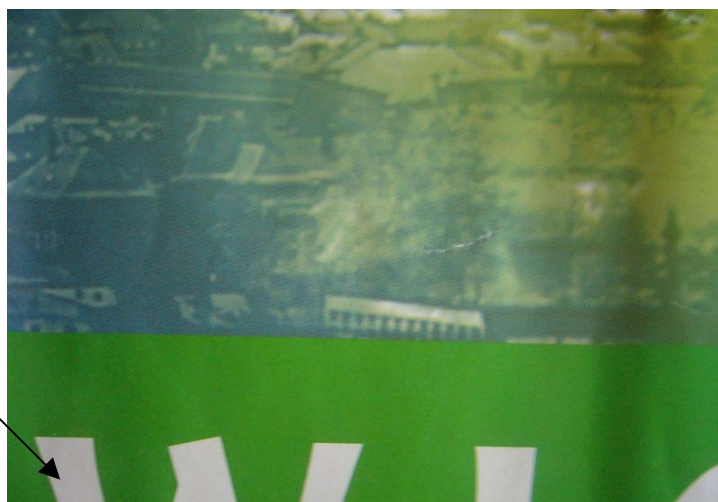
Zgodnie z ordynacją wyborczą materiały wyborcze powinny zawierać wyraźne oznaczenie, od kogo pochodzą (art. 70 ust. 1). Według stanowiska PKW z dnia 1 sierpnia 2005r. „wylącznie na prowadzenie kampanii posiadają właściwe dla danych wyborów komitety wyborcze. Oznacza to, że każdy materiał wyborczy, niezależnie od formy, sposobu i miejsca prezentacji, musi być oznaczony nazwą komitetu wyborczego, utworzonego w celu udziału w danych wyborach. Niedopuszczalne jest więc, jak się zdarza, umieszczanie na materiale wyborczym (ogłoszeniu prasowym, plakacie, bilbordzie, itp.) jedynie np. nazwy partii politycznej promującej danego kandydata”.

KW PWS

Stwierdzono brak oznaczeń na bilbordach, plakatach A2 oraz ulotkach. Prawidłowo oznaczone były tylko plakaty formatu A3 (zdecydowana mniejszość). Plakaty z prawidłowym oznaczeniem pojawiły się pod koniec kampanii, jednak do końca rozprowadzane były również te bez oznaczeń. Strona internetowa kandydata zawiera prawidłowe oznaczenie -jednak 04 listopada takiego oznaczenia jeszcze nie było.



Ilustracja 5 Plakat kandydata na radnego z oznaczeniem



Ilustracja 6 Plakat kandydata na burmistrza bez oznaczeń.

KWW Ruch Obywatelski Nowotarżanie

Brak oznaczenia na plakatach oraz na stronie internetowej. Na pozostałych materiałach tj. bilbordach oraz ulotkach podano informację, iż zostały one sfinansowane przez KWW RO Nowotarżanie.

KW PIS

Za wyjątkiem strony internetowej wszystkie materiały były właściwie oznaczone.

KW Samoobrona RP

Nie stwierdzono materiałów reklamowych.

Reklama prasowa.

Informacje, komunikaty, apele i hasła wyborcze, ogłaszane **w prasie drukowanej lub telewizji bądź radiu** muszą zawierać wskazanie, przez kogo są opłacane i od kogo pochodzą. Za umieszczenie takiego wskazania odpowiada **redaktor**. Jak wynika z analizy ogłoszeń prasowych z obowiązku tego redaktorzy raczej się nie wywiązali. Najwięcej ogłoszeń ze wskazaniem źródeł finansowania zamieszczono w Tygodniku Podhalańskim i to dopiero w wydaniach od numeru 44. z 2 listopada- tego samego, w którym ukazała się informacja o monitoringu. Ogłoszenia wyborcze opublikowane w lokalnych dodatkach do Gazety Krakowskiej oraz Dziennika Polskiego nie posiadały prawidłowego opisu.

Należy zauważyć iż niedopełnienie obowiązku oznaczenia materiałów wyborczych stanowi wykroczenie określone w art. 199b Ordynacji wyborczej.

Brak prawidłowego oznaczenia na materiałach wyborczych może oznaczać, iż nie został on sfinansowany ze środków komitetu wyborczego. Materiał taki nie podlega ochronie prawnej.

3.3.4 Limit wydatków wyborczych

Ustawa z dnia 16 lipca 1998 r. Ordynacja wyborcza do rad gmin, rad powiatów i sejmików Województw stanowi, iż limity wydatków na kampanie są ograniczone limitami. W wyborach do rad gmin, rad powiatów i sejmików województw limit wydatków oblicza się mnożąc kwotę przypadającą na jeden mandat radnego przez liczbę radnych wybieranych w okręgu, w których komitet wyborczy zarejestrował kandydatów. Kwota przypadająca na jeden mandat radnego wynosi:

- 1) w wyborach do rady gminy w gminach do 20 000 mieszkańców - 750 zł;
- 2) w wyborach do rady gminy w gminach powyżej 20 000 mieszkańców (...) - 1 000 zł;
- 3) w wyborach do rady powiatu - 2 000 zł;
- 5) w wyborach do sejmiku województwa - 5 000 zł.

Limit wydatków na prowadzenie kampanii wyborczej kandydata na wójta/ burmistrza/ prezydenta miasta uzależniony jest od ilości mieszkańców gminy. Limit ustala się w następujący sposób:

- 1) w gminach do 500 tys. mieszkańców: liczba mieszkańców danej gminy przez x 0,5 zł;
- 2) w gminach pow. 500 tys. mieszkańców: $500\,000 \times 0,50\text{zł} + \text{nadwyżka ponad } 500\,000 \times 0,25\text{zł}$.

W Nowym Targu limity poszczególnych komitetów kształtowały się następująco:

KW PWS	37 758,00 zł;	Komitety zarejestrowały kandydatów do rady oraz kandydata na burmistrza w jednym okręgu. 1 000x 21 mandatów tj. 21 000 oraz 33 516 (liczba mieszkańców) x 0,5 zł tj- 16 758
KWW RO Nowotarżanie	37 758,00 zł;	
KW PIS	41 702 082,50 zł	Limit obliczony dla wszystkich okręgów
KW Samoobrona RP	32 156 371,75 zł	Limit obliczony dla wszystkich okręgów

Tabela 4Limity wydatków komitetów. Źródło: dane PKW oraz obliczenia własne.

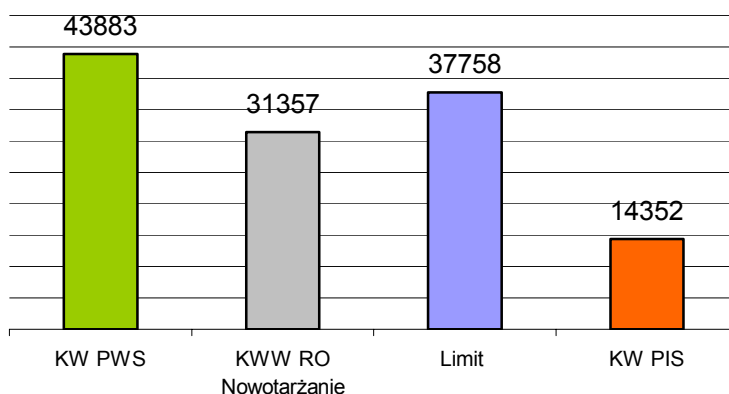
Limit dotyczy całości wydatków komitetu wyborczego. Limity podlegają zsumowaniu, a komitet może wydatkować na kampanie wyborczą w danej jednostce samorządu terytorialnego i w danym okręgu kwotę niezależną od kwot przypadających w tym okręgu na jeden mandat oraz limitów wydatków na kampanię burmistrza. Jak widać w tabeli komitety utworzone przez partie mogą dysponować środkami nieporównywalnymi z możliwościami komitetów lokalnych. Komitety te składają sprawozdanie łączne z całości wydatków, w dodatku w Państwowej Komisji Wyborczej w Warszawie a nie u Komisarza Wyborczego w Nowym Sączu. Odnalezienie w takim rozliczeniu kosztów kampanii z jednego niewielkiego okręgu jest niemożliwe. Z tego powodu szczegółowym monitoringiem objęto wyłącznie kampanie komitetów lokalnych.

W wyniku oszacowania większości kosztów nieujętych w sprawozdaniach uzyskano przybliżone koszty kampanii- szczegółowy wykaz wydatków oraz sposób wyceny zawiera

załącznik nr 2. W przypadku komitetów lokalnych stwierdzono dodatkowe wydatki, jednak tylko jeden z komitetów rozliczył z sprawozdaniu cały limit- tym samym wydatki ujawnione w wyniku monitoringu stanowią przekroczenie limitu.

Nazwa komitetu	Limit wydatków	Wydatki wykazane przez komitety	Pozostałe	Łączny koszt kampanii	Przekroczenie
KW PWS	37 758	37 700	6183	43 883	6 125
KWW RO Nowotarżanie	37 758	28 391	2966	31 357	0
KW PIS-	41 702 082,50	Brak danych	Brak danych	14 352 ⁴	Brak danych

Tabela 5 Przybliżone całkowite koszty kampanii.



Wykres 2 Graficzne przedstawienie szacunkowych łącznych kosztów kampanii.

Koszt kampanii KW PIS jest oszacowany na podstawie obserwacji a także informacji uzyskanych z MZK oraz ZGZiR. Komitet nie posiadał w Nowym Targu sztabu wyborczego, nie organizował spotkań z wyborcami. Podstawową formą reklamy były bilbordy oraz plakaty. W porównaniu z kosztami kampanii pozostałych komitetów jest dużo niższy ale należy pamiętać, że kampania tego komitetu była wspierana przez reklamę w ogólnopolskich mediach. W powyższych zestawieniach nie ujęto kosztów kampanii Komitetu Wyborczego Samoobrona RP, ponieważ nie stwierdzono żadnych przejawów działań promujących kandydata na burmistrza Stanisława Adamowskiego.

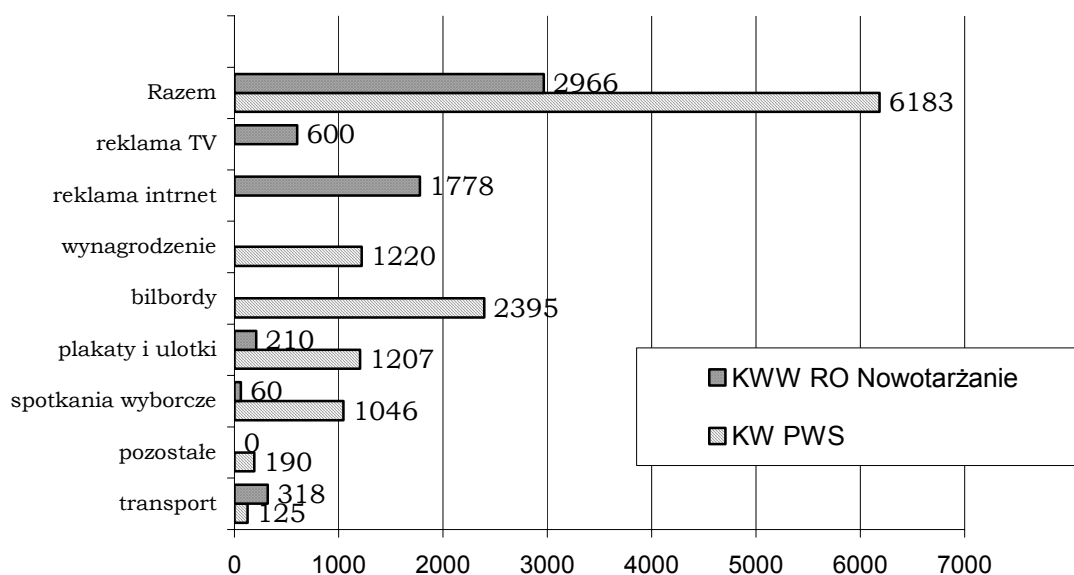
3.4 Szczegółowa analiza wydatków

Tabela nr 6 przedstawia zbiorcze zestawienie wydatków uwzględnionych w sprawozdaniach oraz szacunkowe wartości wydatków zaobserwowanych przez monitorujących. Szczegółowy opis obserwacji i sposób oszacowania wydatków znajduje się w załącznikach nr 1 i 2.

⁴ Wartość szacunkowa

Nazwa komitetu rodzaj wydatków	KW PWS			KWW Nowotarżanie			KW PIS
	W/g faktur	Nie wykazano	Łącznie	Wg faktur	Nie wykazano	Łącznie	Wart. szacunkowa
plakaty i ulotki	11370	1207	12577	11756	210	11966	6804
bilbordy	9877	2395	12272	7166		7166	6910
reklama prasowa	6871		6871	854		854	
reklama TV	3697		3697	720	600	1320	
reklama internet	2757		2757	882	1778	2660	
oprawa muzyczna	850		850	700		700	
czynsz	600		600	476		476	
transport	387	125	512	0	318	318	
spotkania wyborcze	299	1046	1345	578	60	638	
catering	161		161	1068		1068	
wynagrodzenie	0	1220	1220	3370		3370	
kolportaż	390		390	105		105	
nośniki CD, DVD, opakowania	118		118	0		0	0
pieczątki	90		90	75		75	
telefon	50		50	97		97	100
materiały biurowe, ksero	0	190	190	381		381	
pozostałe	183		183	164		164	
Razem	37700	6183	43883	28391	2966	31357	14 352

Tabela 6 Struktura wydatków. Opracowanie własne.



Wykres 3 Wydatki nie ujęte w sprawozdaniach

3.4.1 Kampania outdoor

Reklama wielkoformatowa ma niewielki udział w dyskusji merytorycznej to stanowiła jedną z głównych form komunikowania się kandydatów z wyborcami, a wydatki na tą formę reklamy są znaczne. Za wyjątkiem KW Samoobrona RP pozostałe komitety korzystały z tego medium. Bilbordy i banery zlokalizowane były w wielu newralgicznych punktach miasta. Załącznik nr 1 stanowi wykaz bilbordów/banerów objętych monitoringiem. Monitoring bilbordów wsparli swoimi obserwacjami internauci, którzy na forum internetowym wskazywali lokalizacje pojawiających się reklam.

1. KW PIS – przeważały bilbordy wielkoformatowe umieszczone na głównych szlakach komunikacyjnych oraz w bezpośrednim sąsiedztwie supermarketów. Łącznie stwierdzono 7 obiektów o różnym kształcie i różnej wielkości;
2. KWW RO Nowotarżanie- bilbordy wielkoformatowe prezentowały kandydata na



Nowy Targ -Alma, 11.11.2006- bilbord M. Jelonka



Nowy Targ- ul. Ludźmierska, 18.10.2006r

burmistrza na głównych szlakach komunikacyjnych. Obserwacji poddano 4 bilbordy;

3. KW PWS – stwierdzono 14 obiektów w tym 2 banery rozwieszone nad ulicami.

Najwięcej reklam umieścił KW PWS. Wszystkie faktury za wynajem powierzchni wielkoformatowej są wystawione przez ZGZiR i dotyczą powierzchni będącej w dyspozycji miasta. Za udostępnienie wszystkich obiektów ZGZiR należności uregulował komitet. Należy jednak zauważyć, że w kilku przypadkach początkowy termin udostępnienia wg faktur jest późniejszy niż faktycznie. Łącznie kandydatów KW PWS reklamowało 14 szt. banerów/bilbordów. W/g faktur dołączonych do sprawozdania KW PWS zapłacił za wykonanie 10 banerów oraz 5 tablic okręgowych (brak



informacji uszczegóławiającej), wynajęcie powierzchni reklamowej oraz usługi zawieszenia 12 szt. Do faktur za wynajęcie powierzchni dołączono wykaz lokalizacji bilbordów.

W sprawozdaniu brak kosztów:

- wynajmu powierzchni pod dwie reklamy na ścianie budynku przy ul. Kościelnej;
- kosztów rozwieszenia 2 bilbordów;
- udostępnienia obiektów, do których przytwierdzono mocowania banerów nad ul. Krzywą oraz Kazimierza Wielkiego;
- kosztów projektu graficznego;
- wydruku 4 bilbordów. W/g informacji otrzymanej z komitetu są to tablice okręgowe opłacone fakturą nr 125/11/2006 z dnia 10.11.2006r.⁵
- wynajmu powierzchni pod ekspozycję pięciu „tablic okręgowych”, których wydrukowanie

Nowy Targ- Rynek, 14.10.2006r



Nowy Targ- ul. Kościelna, 05.11.2006

⁵ Jednak na terenie miasta były jeszcze eksponowane tablice kandydatów (np. na posesji przy ul. Szaflarskiej), których ilości i rozmieszczenia nie monitorowano. Jeżeli f-ra dotyczy monitorowanych obiektów to w sprawozdaniu brak kosztów tablic kandydatów.

kosztowało komitet 1744,60 zł.

W sprawozdaniu KWW RO Nowotarżanie znajdują się dokumenty za wynajem czterech tablic reklamowych (3 bilbordy + trójkąt)- ilość lokalizacji zgodna z wynikami obserwacji. Komitet jednak zapłacił za produkcję i wyklejenie 6 szt. bilbordów o wymiarach 5,04x 2,38m oraz wykonanie konstrukcji- bark kosztów udostępnienia terenu pod postawienie konstrukcji. Wg informacji uzyskanej od konkurentów bilbord komitetu wisiał jeszcze przy ul. Waksmundzkiej. Obiekt nie był monitorowany, nie jest znany okres ekspozycji.

3.4.2 Wydatki na reklamę w internecie

Intensywna kampania wyborcza odbywała się na forum dyskusyjnym www.forum.nowytarg.pl - dostępnym bezpłatnie dla wszystkich użytkowników. Na tym samym forum cyklicznie pojawiały się banery reklamowe (linki do stron) dwóch kandydatów. Komitety lokalne zapłaciły za reklamę na stronie www.foto.podhale.pl.

Ponadto trzech kandydatów posiadało swoje strony internetowe:

1. Andrzej Rajski- www.andrzej.rajski.pl
2. Marek Fryźlewicz- www.marek.fryzlewicz.pl dodatkowo strona PWS- www.pws.org.pl
3. Mariusz Jelonek- www.mariuszjelonek.org -strona pojawiła się tuż przed wyborami, zawierała niewiele informacji- wg kandydata została wykonana nieprawidłowo i z naruszeniem terminu w związku z czym nie uiszczono za nią należności.

Na stronach www.pws.org.pl oraz www.marek.fryzlewicz.pl zamieszczono informacje, iż strony te są finansowane przez KW PWS.

Wykazane przez komitety koszty reklamy z wykorzystaniem internetu kształtowały się następująco:

Rodzaj	KW PWS	KW RO Nowotarżanie
Projekt strony	1830,00 zł ⁶	
Rejestracja domen	195,20 zł	
Wykonanie strony	0,00 zł	150,00 zł
Baner www.foto.podhale.pl	732,00	732,00 zł
Baner www.forum.nowytarg.pl	0,00 zł	0,00 zł
Razem	2757,20 zł	882,00 zł

Tabela 7 Koszty reklamy w Internecie wg sprawozdań komitetów.

⁶ łącznie z wykonaniem i administrowaniem- uzupełnienie KW PWS

Z powyższego zestawienia wynika, iż KWW RO Nowotarżanie nie wykazał wszystkich kosztów związanych z funkcjonowaniem strony w sieci. Brakuje co najmniej kosztów rejestracji domeny, administrowania oraz projektu strony. Z treści faktur KW PWS wynika, że zapłacił za wykonanie oraz rejestrację jednej strony www.

3.4.3 Koszt produkcji i emisji reklam telewizyjnych

Komitety poniosły następujące koszty związane z reklamą w TV:

Rodzaj	3.4.3.1 KW PWS		KWW RO Nowotarżanie	
	ilość	Wartość	ilość	wartość
Emisja reklamy video	3	495,00 zł	12	720,00 zł
Emisja plansz	28	2591,50 zł		0,00 zł
Wykorzystanie zdjęć archiwalnych do spotu	1	244,00 zł		0,00 zł
Montaż i realizacja spotu przedwyborczego		366,00 zł		0,00 zł
Razem		3696,50 zł		720,00 zł

Tabela 8 Wydatki na reklamę telewizyjną w/g sprawozdań.

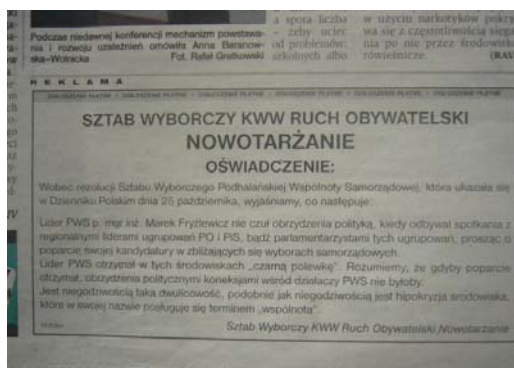
Kampania prowadzona była z wykorzystaniem Nowotarskiej Telewizji Kablowej, w której KW PWS wyemitował plansze z tekstem „Rezolucji”, plansze z wizerunkami kandydatów do rady oraz spot wideo. Kandydatów KW RO Nowotarżanie reklamowały plansze oraz spot video. KWW RO Nowotarżanie nie wykazał żadnych kosztów **produkcji** wyemitowanego spotu tj. wykonania zdjęć, montażu i realizacji spotu.

3.4.4 Reklama w prasie

Z reklamy prasowej komitety korzystały w ograniczonym zakresie. Monitoringiem objęto wszystkie lokalne wydania:

1. Tygodnika Podhalańskiego,
2. Gazety Krakowskiej Na Podhalu,
3. Dziennika Polskiego Podhalańskiego wraz wydaniem specjalnym Podhale- Wybory 2006.

We wszystkich monitorowanych czasopismach wydrukowano zaledwie **dwie** reklamy całostronicowe (obydwie dla KW PWS) – w Tygodniku Podhalańskim oraz w dodatku do Dziennika Polskiego- Podhale Wybory 2006. Ponadto KW PWS zamieścił w/w gazetach tekst rezolucji, na którą KWW RO Nowotarżanie



odpowiedział „Oświadczeniem” wydrukowanym w Dzienniku Polskim Podhalańskim. Za wydrukowanie w/w ogłoszeń komitetu zapłaciły z własnych środków: KW PWS – 6871 zł, KWW RO Nowotarżanie – 854 zł.

3.4.5 Spotkania wyborcze

KW RO Nowotarżanie

Ta forma dialogu z wyborcami dominowała w strategii KWW RO Nowotarżanie. Kandydat umieszczał zapowiedzi swych spotkań na stronie internetowej. Jak wynika z informacji uzyskanej od pełnomocnika finansowego komitetu, na jednym z pierwszych spotkań w dniu 14.10.2006 – obecni byli głównie kandydaci z rodzinami. Komitet nie ponosił żadnych kosztów spotkania. Pozostałe zapowiadane spotkania to:

- spotkanie z młodzieżą w klubie muzycznym „6”- 08-10-2006,
- spotkanie z Cechu Rzemiosł Różnych - 20.10.2006,
- festyn wyborczy- 22.10.2006r.

Szczegółowym monitoringiem objęto festyn wyborczy. Program obejmował prezentację kandydata na burmistrza oraz kandydatów do Rady Miasta. Podczas festynu zorganizowano konkurs rysunkowy dla dzieci połączony z licytacją prac. Oprawę muzyczną zapewniła kapela „Górzanie”, goście mogli posilić się góralskim jadłem (za odpłatnością) oraz poczęstować ciastem własnego wypieku. Komitet wykazał następujące koszty organizacji spotkania:

- oprawa muzyczna zespołu Górzanie -700,00 zł,
- wynajęcie podium od ZGZiR -488,00 zł

Komitet nie zapłacił za:

- wynajem placu, na którym odbywał się festyn,
- wynajem stołów oraz ław. W/g wyjaśnienia P. Rajskiego wszystkie stoły rozłożone podczas festynu, były własnością firmy gastronomicznej "Winiarscy", która całkowicie na swój rachunek prowadziła podczas festynu gastronomię.
- zakupu mini maskotek- rozdawanych dzieciom na początku festynu.

Dla dzieci zapewniono dmuchaną zjeżdżalnię, która cieszyła się dużym powodzeniem. Opłata za korzystanie pobierana była w różnej wysokości, często dzieci mogły korzystać bezpłatnie.

Pozostałe spotkania nie były monitorowane. Komitet rozliczył koszty wynajmu sal na konferencję w dniu 03.10 oraz spotkanie w siedzibie Euroregionu - 90,00 zł, catering restauracji Ruczaj na spotkaniu przedwyborczym– 67,50 zł oraz catering firmy Art.-Style- 1 000,00 zł.



Maskotka z festynu.

KW PWS

Komitet zorganizował jedno spotkanie z wyborcami. Spotkanie pod hasłem „Spotkanie przy kawie” odbyło się w dniu 08.11.2006r w nastrojowej atmosferze w sali widowiskowej Osiedlowego Domu Kultury. Na sali rozmieszczono 13 stolików nakrytych serwetkami, ciasteczkami oraz udekorowanymi płonącymi świeczkami. Oprawę muzyczną zapewnił zespół Śwarni. Uczestnicy spotkania mogli do woli częstować się ciastkami, kawą, herbatą. Na spotkaniu wyświetlono obszerne fragmenty filmu z serii „Instynkt Tropiciela” oraz prezentację multimedialną. Komitet zapłacił za:

- wynajem sali od Nowotarskiej Spółdzielni Mieszkaniowej - 48,80 zł,
- wypożyczenie sprzętu nagłaśniającego od MOK-u - 100,00 zł,
- ciastka z cukierni Steskal - 160,54 zł.

Brak kosztów: kawy, herbaty, świeczek, serwetek, naczyń jednorazowych (tacki, kubki, łyżeczki), cukru, obsługi kelnerskiej oraz kosztów wypożyczenia laptopa, ekranu, projektora multimedialnego oraz kosztów licencji (ok. 1 000 zł) na publiczne odtwarzanie filmu.

3.4.6 Koszt produkcji i dystrybucji plakatów i ulotek wyborczych

Najwięcej środków komitety wydały na kampanię w formie plakatów oraz ulotek. Pierwsze plakaty zaobserwowano 14.10.2006. Plakaty kandydatów (A. Rajskiego oraz M. Fryźlewicza) wisiały w większości witryn sklepów i zakładów w centrum miasta. Na tablicach ogłoszeniowych pojawiły się dopiero pod koniec kampanii. Spośród kandydatów na burmistrza tylko plakaty Mariusza Jelonka wisiały na płatnych tablicach reklamowych. Ilość plakatów lokalnych komitetów była podobna, zdecydowanie mniej rozwieszono plakatów KW PIS. W tabeli 9 przedstawiono wszystkie wydatki

związane z produkcją oraz dystrybucją ulotek wykazane przez komitety w sprawozdaniu. W rozliczeniu KW PWS brakuje kosztów:

- ekspozycji plakatów kandydatów na radnych w autobusach MZK (179,34 zł) oraz na płatnych tablicach ZGZiR (97,6 zł). Za reklamę w autobusach zapłaciło stowarzyszenie PWS, wynajęcie tablic opłacili kandydaci do rady;

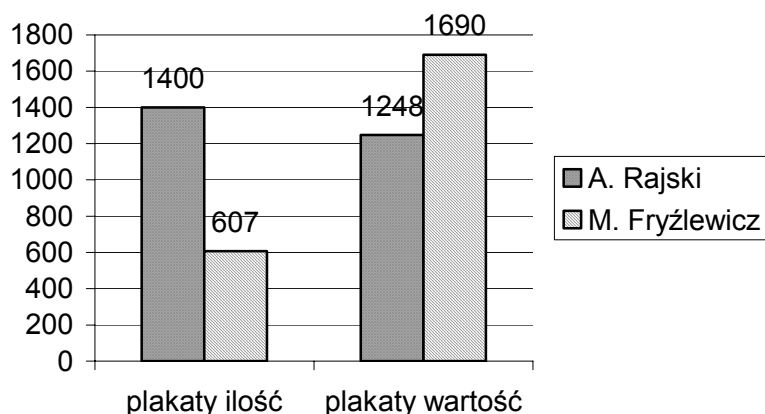


Ilustracja 7 Nowy Targ- ul. Kopernika, 11.11.2006r. Plakaty KW PWS na odpłatnej powierzchni reklamowej.



Ilustracja 8 Plakaty w formacie A2 oraz A3.

- wykonania listów programowych- na jednej z faktur wykazano koszty ich dystrybucji.
- plakatów A3 oraz ulotek A4 kandydata na burmistrza- wg wyjaśnień komitetu są to plakaty i ulotki kandydata na radnego ujęte na jednej z faktur jako 1 kpl. Brak danych do ustalenia, co zawiera komplet materiałów o wartości 207 zł. Porównując wartość jednego kompletu z wydatkami kontrkandydata na same tylko ulotki (6200 szt. o wartości 1285,88 zł) wydaje się, że albo komitet uzyskał znaczny rabat od firmy poligraficznej albo część materiałów opłacono bez pośrednictwa konta komitetu. Jeżeli przyjmujemy, iż połowa z kwoty 207 to wartość ulotek a pozostała plakatów, to w skład kompletu mogło wchodzić 57 szt. plakatów A3 oraz 345 szt. ulotek⁷ Ta ilość ulotek mogła być rozprowadzona w zaledwie ośmiu blokach (1 blok to trzy klatki po 15 mieszkań). Zaś łączna ilość plakatów kandydata na burmistrza to wg sprawozdania będzie nie więcej niż 607 szt.⁸ Poniższe wykresy przedstawiają zestawienie ilości plakatów i ulotek dwóch kandydatów oraz koszty zapłacone za ich wydrukowanie jakie komitety wykazały w sprawozdaniach.



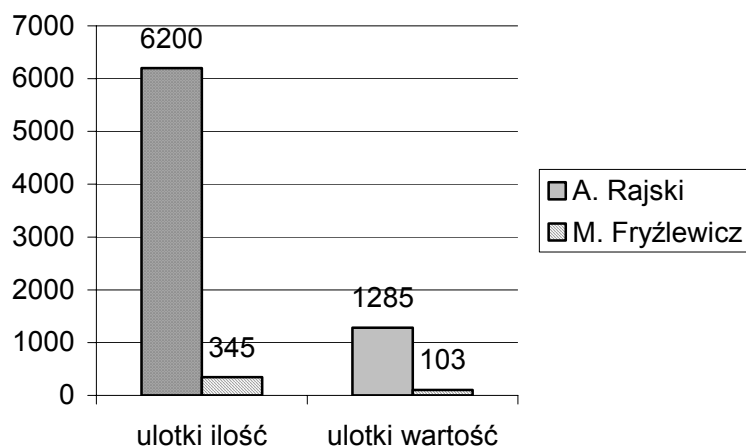
Wykres 4 Prawdopodobna ilość i wartość plakatów kandydatów na burmistrzów w/g faktur KWW RO Nowotarżanie oraz KW PWS

Szczególnie dane KW PWS dot. ulotek wydają się mało wiarygodne. Wykazane przez komitety koszty produkcji (bez dystrybucji) plakatów i ulotek są bardzo podobne (KW PWS- 11 370 zł, KWW RO Nowotarżanie – 11 756 zł). Trudno określić dokładne ilości plakatów rozwieszonych

⁷ Jako cenę plakatu A3 przyjęto połowę ceny plakatu A2 zapłaconą przez ten komitet. Wykonawca ulotek w obu formatach jest ta sama firma. Jako cenę ulotki A4 przyjęto 0,30 zł – podstawą obliczenia jest wartości ulotki KWW RO Nowotarżanie 0,20 zł plus 0,10- ponieważ ulotki tego komitetu były o 1/3 mniejsze od ulotek KW PWS.

⁸ 400 szt. wg f-ry 118/10/2006 opisane jako plakaty kandydata na burmistrza, 150 szt. wg f-ry 297/06/VAT nie opisano rodzaju plakatów oraz 57 szt.

przez komitety ale zdaniem monitorujących dominowały plakaty KW PWS. Ponadto komitet ten zgłosił i reklamował o 1/3 więcej kandydatów niż KWW RO Nowotarżanie.



Wykazane przez komitety łączne koszty reklamy w formie plakatów i ulotek kształtowały się następująco:

Komitet	Usługa/ sprzedawca	Ilość	Wartość brutto
KW PWS	Fotografie Foto-Studio	30	951,60 zł
	Kolportaż listów programowych- Studio AD		390,40 zł
	Plakat – Usługi Poligraficzne.	150 szt.	122,61 zł
	Wywieszenie plakatów- Zakład Gosp. Mieszkaniowej	10 dni	122,00 zł
	Skład graficzny o druk plakatów wyborczych A3 i ulotek dla kandydatów na radnych - studio AD	42 kpl.	8710,80 zł
	Skład graficzny i druk plakatów A2 kandydata na burmistrza- studio AD	400 szt.	1464,00 zł
	Razem:		11761,41zł
KWW RO Nowotarżanie	Zdjęcia cyfrowe Foto Express	30 kpl.	450,00 zł
	Plakaty i ulotki kandydatki na radną- FPH Steskal	40+100 szt.	162,26 zł
	Ulotki A. Rajski	6200 szt.	1285,88 zł
	Ulotki kandydata na radnego 20x 21 cm	500 szt.	244,00 zł
	Ulotki- FPH Steskal	600 szt.	183,00 zł
	Plakaty A2	400 szt.	549,00 zł
	Plakaty – festyn 60x30 cm+ naklejki- Symptom	15+ 14 szt	536,80 zł
	Kolportaż- Poczta Polska	1 450 szt.	105,00 zł
	Plakaty –FPH Steskal	2 000	2440,00 zł
	Ulotki 1/3 A4 -FPH Steskal	20 000	4148,00 zł
	Plakaty A3- Anna Ozorowska	50 szt	256,20 zł
	Ulotki a4/a5	500 szt.	201,30 zł
	Ulotki 1/3 A4- Architekt Wnętrz	1 300	250,00 zł
	Plakaty A3- Architekt Wnętrz	300	350,00 zł
	Plakaty- A. Rajski- FPH Steskal	1 000	699,06 zł
	Razem:		11 860,50 zł

Tabela 9 Wydatki na plakaty i ulotki.

3.4.7 Transport i telefony, czynsz

Według sprawozdań tylko KW PWS poniósł koszty transportu i to tylko w granicach administracyjnych miasta. Wyjazdy do Nowego Sącza na rozprawę w trybie wyborczym nie generowały żadnych kosztów dla komitetów.

Za wynajęcie lokali, w których znajdowały się siedziby komitetów został opłacony czynsz w wysokości 600 zł- KW PWS oraz 476 zł- KWW RO Nowotarżanie.

Koszty rozmów telefonicznych to wydatek dla KW PWS- 50 zł oraz 97 zł dla KW RO Nowotarżanie.

3.4.8 Pozostałe wydatki

Wydaje się, że nie sposób prowadzić kampanię wyborczą bez wykorzystania podstawowych chociaż materiałów biurowych. Ze sprawozdań wynika, że udało się to KW PWS, który nie ponosił na ten cel żadnych kosztów- nie korzystano z papieru, segregatorów, tuszu, długopisów, nie drukowano żadnych dokumentów pomimo, iż przynajmniej sprawozdanie jest sporządzone w formie papierowej a dodatkowo na spotkaniu przedwyborczym rozdawano wydruki ze strony www kontrkandydata sporządzone na papierze A4. Każda dołączona do sprawozdania faktura jest opisana długopisem, którego nie kupiono. Spośród pieczętek, którymi opieczetowano dokumenty tylko dwie są zakupione przez komitet (dwa wagrafy i dwie gumki po 4 linie) brak kosztów zakupu pieczętek imiennych pełnomocników.

Wśród kosztów KWW RO Nowotarżanie istotną pozycję stanowią wydatki na wynagrodzenie za usługę świadczoną na rzecz komitetu przez pełnomocnika finansowego oraz adwokata. KW PWS nie zapłacił za usługę adwokata ani prowadzenia księgowości. Jeżeli księgowość była prowadzona przez pełnomocnika komitetu nie jest to naruszenie Ordynacji wyborczej.

3.5 Inne spostrzeżenia

W wyniku analizy sprawozdań stwierdzono, że na pewne elementy kampanii całkowicie brakuje pokrycia w wydatkach tj. kosztów ekspozycji plakatów kandydatów na radnych na słupach energetycznych i w zamykanych gablotach Polskiego Związku Wędkarskiego.

W obu sprawozdaniach brak kosztów materiałów niezbędnych do umieszczenia plakatów na latarniach oraz tablicach (tektura, zszywki). Wydaje się, że niektórzy kandydaci na radnych działali na własną rękę i te wydatki nie znalazły się w sprawozdaniu. Kampania kandydatów na radnych nie była monitorowana i w związku z tym te elementy kampanii są udokumentowane w niewielkim zakresie.

Zjawisko tzw. „wojny plakatowej” wystąpiło w ograniczonym zakresie i dot. plakatów umieszczonych na tablicach bezpłatnych. Zdecydowaną większość plakatów kandydatów na burmistrza powieszono w witrynach sklepów i zakładów. Na tablicach ogłoszeniowych plakaty kandydatów na burmistrza pojawiły się dopiero w ostatnich dniach kampanii. Oczywiście komitety nie przestrzegały zakazu zaklejania plakatów. W tym zakresie panował spory chaos- zaklejano zarówno plakaty konkurentów jak i własne. W czasie ciszy wyborczej zauważono, że niektóre tablice zmieniły kolorystykę- wynik analizy fotografii ujawnił zjawisko odkrywania plakatów przez zrywanie odpowiedniej ilości warstw plakatów.

Kampania wyborcza ulega zakończeniu na 24 godziny przed dniem wyborów. W okresie od zakończenia kampanii, aż do zakończenia głosowania Ordynacja wyborcza zabrania prowadzenia agitacji na rzecz kandydatów. Tymczasem w dniu 11 listopada na stronie internetowej Urzędu Miasta oraz stronie www.foto.podhale.pl nadal **wyświetlano banery** reklamujące Andrzeja Rajskiego oraz Marka Fryźlewicza. Ze względu na brak jednoznacznej opinii jak należy traktować reklamę w internecie wysłano zapytanie do PKW. Z otrzymanej odpowiedzi wynika, że baner wykupiony przed ciszą wyborczą, może "wisieć" również w trakcie ciszy. Nie jest również zabronione pozostawienie na czas ciszy wyborczej strony [www.komitetu wyborczego](http://www.komitetuwyborczego.pl) z informacjami o kandydatach czy zachętami do głosowania. W związku z powyższym emisja reklam wyborczych w internecie w trakcie ciszy **nie jest zabroniona**, jednak w ocenie monitorujących powinna być niedozwolona. Taką samą opinię wyraził również przedstawiciel jednego z lokalnych komitetów.

W związku z prasowymi doniesieniami na temat manipulowania wynikami wyborów z wykorzystaniem „sztucznej migracji wyborców” sprawdzono w Wydziale Ewidencji Ludności zakres zmiany w wykazie spisów wyborców. W roku 2005 oraz 2006 spis wyborców zwiększył się o odpowiednio o 22 i 26 osób i jest to liczba wynikająca z naturalnej migracji ludności.

Więcej informacji udziela:

Maria Mrugała
Koło Naukowe Politologów Akademii Pedagogicznej w Krakowie
tel. kom.: 668 380 349
e-mail: nt2006@wp.pl

REKLAMA ZEWNĘTRZNAObserwator Maria Mrugała¹

Lp	Kandydat	Miejsce	Wielkość plakatu	Właściciel powierzchni reklamowej oraz jej numer	Okres ekspozycji- opłacony (dane z f-ry)	Okres ekspozycji obserwacja ²
1.	Marek Fryźlewicz	Rynek	8 m ²	ZGZiR- 2640811	16.10-13.11	14.10-13.11
2.	Marek Fryźlewicz	Rynek	8 m ²	ZGZiR- 2640811	15.10-13.11	Brak danych
3.	Marek Fryźlewicz	Kopernika	7 m ²	ZGZiR- 2640811	16.10-13.11	31.10-13.11
4.	Marek Fryźlewicz	Evry	8 m ²	ZGZiR- 2640811	16.10-13.11	18.10-13.11
5.	Marek Fryźlewicz	Evry	8 m ²	ZGZiR- 2640811	16.10-13.11	18.10-13.11
6.	Marek Fryźlewicz	Kotłownia- ul. Na Równi	8 m ²	ZGZiR- 2640811	23.10-13.11	31.10-13.11
7.	Marek Fryźlewicz	Kilińskiego	8 m ²	ZGZiR- 2640811	03.11-13.11	01.11-13.11
8.	Marek Fryźlewicz	Kilińskiego	8 m ²	ZGZiR- 2640811	03.11-13.11	01.11-13.11
9.	Marek Fryźlewicz	Krzywa	5 m ²	ZGZiR- 2640811	31.10-12.11	01.11-13.11
10.	Marek Fryźlewicz	Kazimierza Wielkiego	5 m ²	ZGZiR- 2640811	31.10-12.11	05.11-13.11
11.	Marek Fryźlewicz	Sikorskiego	8 m ²	ZGZiR- 2640811	23.10-12.11	05.11-13.11
12.	Marek Fryźlewicz	Sikorskiego	8 m ²	ZGZiR- 2640811	30.10-12.11	05.11-13.11
13.	Marek Fryźlewicz	Kościelna	8 m ²	018 2662114	brak	05.11-13.11
14.	Marek Fryźlewicz	Kościelna	8 m ²	018 2662114	brak	05.11-13.11

¹ Informacje z Forum Nowy Targ zostały zweryfikowane w terminie późniejszym niż wpis na forum² Od dnia zanotowania pojawienia się reklamy, pojawienia się informacji na forum, wykonania zdjęcia

REKLAMA ZEWNĘTRZNAObserwator Maria Mrugała³

Lp	Kandydat	Miejsce	Wielkość plakatu	Właściciel powierzchni reklamowej oraz jej numer	Okres ekspozycji obserwacja ⁴	Okres ekspozycji- opłacony (dane z f-ry)
1.	Andrzej Rajski	Dworzec PKS	ok. 12 m ²	A.A. Wyszynscy 18 26 484 06	18.10-13.11	Październik, listopad
2.	Andrzej Rajski	Królowej Jadwigi-trójkąt	ok. 9 m ²	A.A. Wyszynscy 18 26 484 06	29.10-13.11	Październik, listopad
3.	Andrzej Rajski	Ludźmierska	ok. 12 m ²	Symptom2 182640731	24.10-13.11	Na fakturze nie podano okresu wynajmu
4.	Andrzej Rajski	Kowaniec	ok. 12 m ²	Nie ustalono	01.10-13.11	Brak
5.	Andrzej Rajski	Waksmundzka przed mostem ⁵	ok. 12 m ²	Nie ustalono		brak
6.						

³ Informacje z Forum Nowy Targ zostały zweryfikowane w terenie,⁴ Od dnia zanotowania pojawienia się reklamy, pojawienia się informacji na forum, wykonania zdjęcia⁵ Na podstawie informacji KW PWS

REKLAMA ZEWNĘTRZNAObserwator Maria Mrugała⁶

Lp	Kandydat	Miejsce	Wielkość plakatu	Właściciel powierzchni reklamowej oraz jej numer	Okres ekspozycji obserwacja ⁷	Okres ekspozycji- opłacony (dane z f-ry)
1.	Mariusz Jelonek	Alma	ok. 12 m ²	Nie ustalono	29.10-13.11	Brak danych
2.	Mariusz Jelonek	Wjazd na Zakopiankę od strony ul. Ludźmierskiej	ok. 12 m ²	Nie ustalono	10.11-12.11	Brak danych
3.	Mariusz Jelonek	Droga do Gronkowa	ok. 12 m ²	Nie ustalono	05.11-13.11	Brak danych
4.	Mariusz Jelonek	Ul. Krakowska	ok. 12 m ²	Nie ustalono	31.10-13.11	Brak danych
5.	Mariusz Jelonek	Juta	ok. 8 m ²	Nie ustalono	05.11-13.11	Brak danych
6.	Mariusz Jelonek	Ul. Królowej Jadwigi	ok.. 8 m	Nie ustalono	31.10-13.11	Brak danych
7.	Mariusz Jelonek	Rynek	ok.. 8 m	ZGZiR	10.11-12.11	Brak danych
8.						
9.						

⁶ Informacje z Forum Nowy Targ zostały zweryfikowane w terminie późniejszym niż wpis na forum

⁷ Od dnia zanotowania pojawienia się reklamy, pojawienia się informacji na forum, wykonania zdjęcia

Wydatki komitetów, które nie znajdują pokrycia w sprawozdaniu.

Sprawozdania finansowe komitetów nie zawierają żadnych zapisów świadczących o otrzymaniu przez komitety darowizn w postaci rzeczy bądź usług. W wyniku konfrontacji danych z obserwacji z zapisami w sprawozdaniu ustalono, że niżej wymienione towary/ usługi nie zostały zapłacone przez komitet. Dotyczy to tych elementów kampanii, które nie znajdują odzwierciedlenia w wydatkach.

Ze względu na zastosowanie różnych jednostek miary w fakturach nie można stwierdzić, iż zostały zaniżone ilości zakupionych towarów- dotyczy zwłaszcza plakatów oraz ulotek.

Lp	Naruszenia	Ilość	Szacunkowa wartość brutto	Opis	Podstawa zastrzeżenia
Komitet Wyborczy Podhalańska Wspólnota Samorządowa					
1.	Wykorzystanie obiektów w celu umocowania banerów nad ul. Kazimierza Wielkiego oraz ul. Krzywą.	2		Brak danych do ustalenia wartości darowizny. Właścicielem jednego z obiektów jest Urząd Miasta. W wyniku rozmowy z pracownikami ustalono, iż dotychczas nie udostępniano lamp do celów przymocowania tego typu reklamy lecz tylko do powieszenia niewielkich plakatów.	W sprawozdaniu brak dokumentów zapłaty
2.	Wykonanie banerów/bilbordów	4	1708 zł	Wartość 1 szt. wg faktury nr 427nr 119/10/2006 dołączonej do sprawozdania KW PWS. W zestawieniu reklamy zewnętrznej przedstawiono poszczególne lokalizacje reklam. Łącznie kandydatów KW PWS reklamowało 14 szt. banerów/bilbordów. Wg faktur dołączonych do sprawozdania KW PWS zapłacił za wykonanie 10 banerów oraz 5 tablic okręgowych (brak informacji uszczegóławiającej), wynajęcie powierzchni reklamowej oraz usługi zawieszenia 12 szt.	j/w
3.	Wynajem powierzchni reklamowej na ścianie budynku przy ulicy Kościelnej w Nowym Targu	2	237 zł	8 m2 x min. 8 dni x 2 szt. x 1,85zł- tj. najniższa stawka wg faktury F475/06 ZGZiR dołączonej do sprawozdania komitetu. Okres ekspozycji od 05.11 do 13.11.	j/w
4.	Usługa rozwieszenia banerów j/w	2	100 zł	4 rob./godzx2x50 zł	j/w
5.	Wykonania projektu banerów	1	350 zł	Najniższa cena ustalona na podst. rozpoznania ofert w internecie, potwierdzona telefonicznie.	j/w
6.	Wykonanie ulotek kandydata na burmistrza A4	3100	930 zł	Za podstawę obliczeń przyjęto ilości i ceny ulotek kandydata na burmistrza KWW RO Nowotarżanie. Ilość- połowa ilości ulotek kontrkandydata. Wartość cena ulotki 2/3 A4= 0,20 zł. Format A4- 0,3 0 zł.	j/w
7.	Kolportaż ulotek		Brak danych.	Rozprowadzenie ulotek do domów i mieszkań ul. Podhalańska, Podtatrzańska, Szaflarska, oś. Topolowe w dniach 24 i 25 październik 2006r. Ulotki rozprowadzono łącznie z ulotkami supermarketu Steskał.	j/w

Załącznik nr 2

8.	Prawa do publicznego odtworzenia fragmentów filmu z serii „Instynkt Tropicielea”	Ok. 20 min	1000	Film oraz prezentację przedstawiono w dniu 08 listopada podczas spotkania z wyborcami w Młodzieżowym Domu Kultury. Wartość ustalono na podstawie informacji uzyskanej od przedstawiciela TV4 tel. Nr 22 715 92 33.	j/w
9.	Kawa, herbata, świece, cukier, serwetki, jednorazowe kubki, tacki i łyżeczki. Usługa kelnerska.		46 zł	Dot. spotkania j/w. Ilość uczestników ok. 50 osób. 1x kawa Prima 0,5 kg tj. 7,9 zł, + herbata Saga 100 szt-4,85 zł + po 100 szt. łyżeczek, tacek oraz kubków jednorazowych x 0,1 zł/ szt tj. 30 zł+ świece 30 szt. – 3,30 zł.	j/w
10.	Wypożyczenie laptopa, ekranu oraz projektora multimedialnego			Wykorzystany na spotkaniu j/w	j/w
11.	Przejazd poza granice administracyjne miasta.	200	125 zł	Wyjazd do Nowego Sącza w dniu 31.10.2006r tj. 2x 80 km, 160 kmx 0,7846 zł (stawka za 1 km. dla samochodu o pojemności skokowej pow. 900 cm ³ ustalona na podstawie Rozp. Ministra Infrastruktury z 25.03.2002r/DzU nr 27, poz. 271 z późniejszymi zmianami/	j/w
12.	Wynagrodzenia: usługa adwokata		1220 zł	Wg artykułu „kontrkandydat przed sądem” www.nowytarg.pl , Aktualności z dnia 02 listopada, w imieniu pozwanego przed Sądem Okręgowym występował adwokat Jan Ładoś. Wartość usług przyjęto w wysokości takiej samej jak w sprawozdaniu KWW RO Nowotarżanie.	j/w
13.	Zakup materiałów biurowych: papier, długopisy, tusz do pieczętek, pieczętka, kserokopie, tusz do drukarki		190 zł	Wartość 1/2 ceny zapłaconej przez KWW Nowotarżanie za materiały biurowe. Papier A4 został wykorzystany do sporządzenia dokumentacji z kampanii,, a ponadto na spotkaniu przedwyborczym w dniu 08.11.2007 rozdawano wydruki ze strony kontrkandydata sporządzone w formacie A4. Dokumenty są opieczetowane pieczęcią, za która komitet nie zapłacił, opisane długopisem. Korzystano z tuszu do drukarki, tuszu do pieczętek.	j/w
14.	Wynajem powierzchni reklamowej pod ekspozycje tablic okręgowych	5		Brak danych na temat powierzchni oraz okresu wynajmu. Dot. kandydatów na radnych.	j/w
15.	Wynajem tablicy ogłoszeniowej	1/2	98 zł	10 dni oraz 6 dni x 6,10 zł- wg informacji ZGZiR w Nowym Targu. Ekspozycja plakatów kandydatów do rady.	
16.	Ekspozycja plakatów w autobusach MZK		179 zł	Na podst. informacji z MZK w Nowym Targu	
17.	Wykonanie pieczętek	3		Dot. pieczętka „sprawdzono pod względem...”, oraz pieczętka imienne pełnomocników.	
	Razem KW PWS około:		6183 zł		

Załącznik nr 2

Komitet Wyborczy Wyborców Ruch Obywatelski Nowotarżanie					
19.	Transport na terenie miasta, wyjazd do Nowego Sącza oraz Zakopanego		318 zł	Wyjazd do Nowego Sącza w dniu 31.10.2006r tj. 2x 80 km, 160 kmx 0,7846 zł (stawka za 1 km. dla samochodu o pojemności skokowej pow. 900 cm3 ustalona na podstawie Rozp. Ministra Infrastruktury z 25.03.2002r/DzU nr 27, poz. 271 z późniejszymi zmianami/ oraz ½ kosztów przejazdu w granicach administracyjnych miasta wykazanych przez KW PWS tj. 193 (po zaokrągleniu do pełnych złotych)..	j/w
20.	Wykonanie banera	ok. 4 m ²	210 zł	Baner reklamujący przyszłego kandydata podczas Jarmarku Podhalańskiego jeszcze przed datą rozpoczęcia kampanii wyborczej oraz podczas festynu w dniu 22.10.2006. Podstawa wyceny: połowa ceny 1 szt. w/g f-ry 119/10/2006.	j/w
21.	Wynajem terenu pod postawienie konstrukcji z billboardem kandydata na burmistrza- wjazd na Kowaniec.			Brak danych	j/w
22.	Strona www.andrzejrajski.pl , projekt, administrowanie, rejestracja domeny	1	1778 zł	Cena za analogiczną usługę zapłacona przez KW PWS wg f-ry nr 2006/0066.	j/w
23.	Zakup maskotek.	Ok. 30	60 zł	Minimaskotki były rozdawane dzieciom na festynie w dniu 22.10.2006r	J/w
24.	Wypożyczenie stołów, ław oraz wynajęcie terenu na festyn w dniu 22.10.2006r			Wg wyjaśnienia P. Rajskiego wszystkie stoły jakie były rozłożone , w miejscu festynu, były własnością firmy gastronomicznej "Winiarscy", która całkowicie na swój rachunek prowadziła podczas festynu gastronomię.	J/w
25.	Wypieku ciasta			Uczestników festynu w dniu 22.10.2006 częstowano ciastem „własnego wypieku”	
26.	Wynajem powierzchni pod reklamę ul. Waksmundzka		bd	Informacja pochodzi od KW PWS. Obiekt nie był monitorowany. Brak informacji na temat okresu ekspozycji.	
27.	Zdjęcia, montaż i realizacja spotu TV		600 zł	Wykonanie spotu wideo emitowanego w NTVK. Wartość ustalono na podstawie faktur przedstawionych przez KW PWS za analogiczną usługę.	J/w
Razem KW Nowotarżanie			2966 zł		
Inne spostrzeżenia					
28.	Banery na stronie UM			W okresie kiedy odbywała się kampania ta forma reklamy udostępniana była dla wszystkich reklamodawców (nie tylko komitetów) bezpłatnie.	J/w

Wartości zaokrąglono do pełnych złotych.

Zestawienie szacunkowych kosztów kampanii wyborczej KW PIS

Lp	Rodzaj	Ilość		Uwagi
1	Druk i wyklejenie bilbordów	7 szt.	1786	Cena jak za analogiczną usługę wykazaną przez KW RO Nowotarżanie
2	Wynajem powierzchni	7szt.	5125	J/w
3	Wynajem tablic reklamowych	6 szt.	366	Informacja ZGZiR
4	Ekspozycja plakatów w autobusach MZK	B/d	538	Informacja MZK
5	Plakaty i ulotki	29 kpl	6003	1 kpl. x 29 (ilość kandydatów na radnych) x wartość kompletu w/g sprawozdania KW PWS
6	Zdjęcia kandydatów	29	435	29x15 zł- jak w sprawozdaniu KWW RO Nowotarżanie
7	Rozmowy telefoniczne	2	100	B/u
Razem			14 352	