**Kritéria dobré praxe – centrály politických stran a hnutí v krajských a senátních volbách 2016**

**Soubor osmi kritérií, jež budou vodítkem pro monitoring kampaní před krajskými a senátními volbami**

**1)    Plánované náklady na kampaň**

Jaká je celková suma plánovaných nákladů vaší strany na tuto kampaň? Kde je tato částka zveřejněna?

- Na krajské volby jsme si vzali úvěr 10 mil. Kč + dary kandidátů a příznivců

- Na senátní volby jsme v rozpočtu na rok 2016 schválili 5 mil. Kč + dary kandidátů a příznivců

**2)    Zřízení transparentního účtu**

– Máte pro tuto kampaň transparentní účet? Kde je účet dohledatelný? Transparentní účet máme a je dohledatelný na webu KDU-ČSL (záložka, o nás - financování)

– Jsou jednotlivé položky účtu srozumitelně popsány? Ano

– Plynou všechny prostředky přes tento účet? Pokud ne, prosím, vysvětlete. Všechny finanční prostředky vynakládané na volební kampaň jdou přes TÚ

**3)    Transparentní finance v rámci strany**

Jakou částkou přispíváte z centrální úrovně na kampaň jednotlivým kandidátům na senátory a na krajské volby? Viz odpověď na otázku č.1

**4)    Přijímání darů v rámci strany**

– Jakým způsobem evidujete dary (a darovací smlouvy) jednotlivým kandidátům vaší strany na jiné než centrální úrovni? Prostřednictvím krajských kanceláří jsou veškeré dary evidovány na centrální úrovni.

– Máte přehled o získaných darech svých regionálních organizací v době konání kampaně? Pokud ano, jakou formou získáváte o těchto darech přehled? Máme pravidelný přehled o darech, protože krajské kanceláře jsou povinny předkládat každý měsíc své účetnictví centrále.

– Je přijímání darů v kompetenci krajských organizací, nebo je schvaluje centrála (existuje průběžný systém evidence)? V kompetenci krajských organizací je přijímání jednotlivých darů do výše 100 000,-Kč. Dary na tuto částku schvaluje centrála. Systém průběžné evidence existuje – viz předchozí odpověď.

**5)    Transparentní spolupráce v rámci strany**

– Jak je krajská i senátní kampaň jednotlivých kandidátů koordinována z centrální úrovně? Jakou podporu v kampani z centrály poskytujete kandidátům *(podporu finanční, poskytnutí služeb, personální – např. centrální volební manažer, zajištění jednotného vizuálního stylu, manuály, billboardy, zaplacená reklamní kampaň, služby agentur, personální pomoc apod.)*? Na ústřední kanceláři se zaměřujeme na ekonomickou efektivitu vynakládaných prostředků na kampaň. V nějaké míře poskytujeme podporu ve výše vypsaném.

– Dostáváte od kandidátů či místních sdružení vyúčtování jejich kampaní dříve než pro účely zpracování finanční výroční zprávy? Ano je součástí pravidelného měsíčního účtování – viz předchozí odpověď.

**6)    Transparentní výdaje na celostátní kampaň (tuto odpověď TI nebude před volbami zveřejňovat!)**

– Zveřejňujete, jaké jsou vaše výdaje na celostátní kampaň na centrální úrovni (nejen koordinace a podpora kandidátů, ale i samostatná celostátní image kampaně) – *např. náklady na administrativní zázemí, billboardy, inzerci v tištěných a on-line médiích, náklady na vytvoření spotů/klipů, případně reklamních předmětů, zajištění meetingů, služby PR/konzultačních firem apod.*?

– Kde jsou tyto informace dostupné? Veškeré náklady na volební kampaň je možné dohledat na transparentním účtu. Platy zaměstnanců KDU-ČSL, kteří na kampani pracují, jsou věcí osobních údajů a ty zveřejňovat nebudeme.

**7)    Volební tým a dobrovolníci v kampani**

– Kdo je hlavním koordinátorem vašich volebních kampaní?

Petr Pachta, volební manažer

– Jaké je složení vašeho volebního týmu (*s uvedením rolí jednotlivých členů v kampani včetně poradců*) a kolik dobrovolníků je zapojených ve vaší kampani?

Volební manažer, analytické oddělení KDU-ČSL (3 osoby), zbytek volební štáby v jednotlivých krajích. Počet dobrovolníků je těžko odhadnout, ale jedná se o desítky až stovky lidí.

– Kde jsou tyto informace dohledatelné?

Vyplývají z vnitřního operativního řízení krajské kampaně uvnitř KDU-ČSL.

– Spolupracujete na kampani s některou agenturou (PR, reklamní)? Pokud ano, se kterou?

Částečně je zapojeno několik agentur, které mají ale spíše roli při nákupu mediálního prostoru.

**8)    Seznam komunikačních kanálů, které využívá vaše strana/hnutí na centrální úrovni v těchto volbách**

– Uveďte odkazy na weby, sociální sítě, YouTube kanály (*jiné*).

Používáme všechny relevantní internetové prostředky pro náš marketing. Na soc. sítích je důraz na FB a Twitter, dále máme kanál Youtube, náš centrální web a ostatní weby (lídři, krajské organizace).