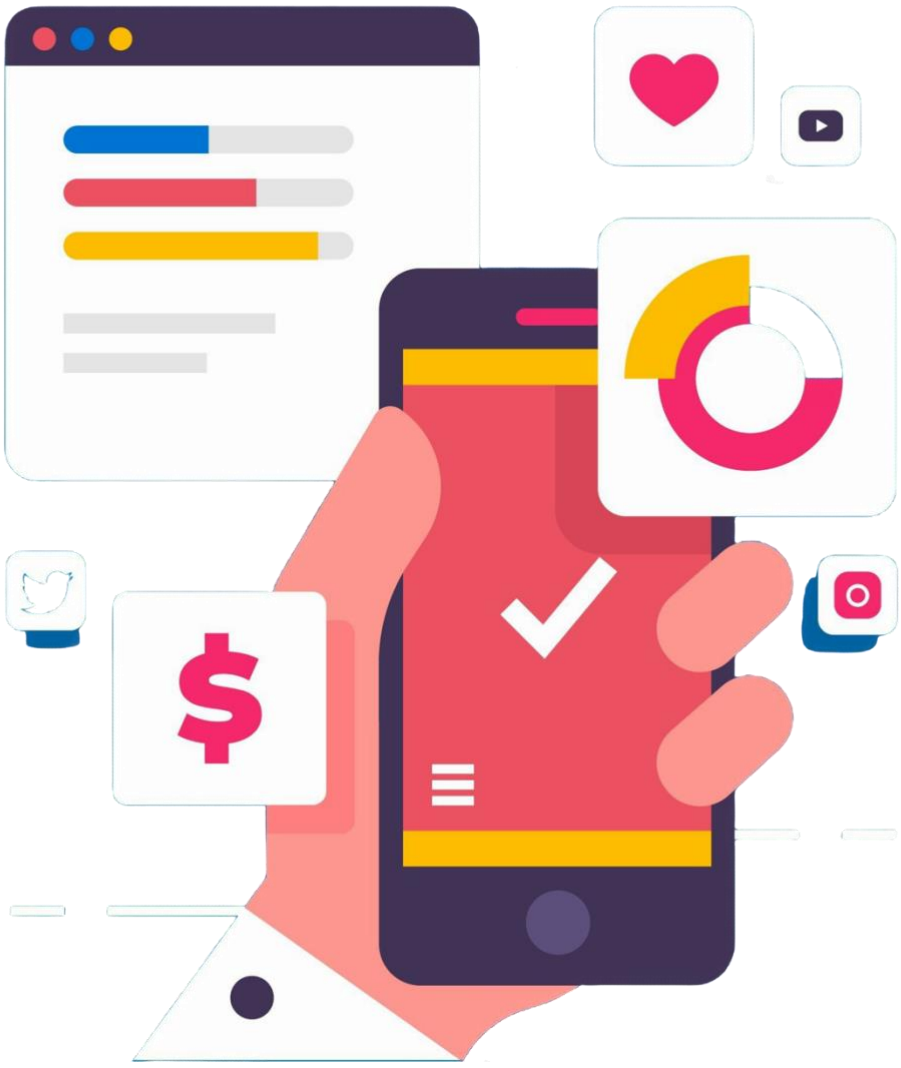


Finanțarea politică înaintea alegerilor parlamentare și prezidențiale (I)

Policy brief EFOR #185, 14 octombrie 2024
Disponibil pe www.expertforum.ro și www.banipartide.ro

Autor: Septimius Pârvu, Coordonator program electoral, EFOR

I. Reguli generale 4
II. Social media 4
Facebook 4
Google 11
III. Subvențiile partidelor în luna august 15
Destinația subvențiilor 16
Presă și propagandă 18

I. Reguli generale[1]

Finanțarea campaniilor electorale pentru alegerile din noiembrie și decembrie 2024 se desfășoară separat pentru fiecare dintre cele 2 tipuri de scrutine și este reglementată de Legea 334/2006, HG 10/2016, precum și de ghidurile publicate de AEP pentru alegerile din iarnă[2].

Până la începerea campaniilor electorale (cu 30 de zile înainte de date alegerilor) pentru cele două runde de alegeri, legislația este mult mai permisivă, fără a impune condiții de marcare a materialelor electorale sau de declarare a cheltuielilor în rapoartele de venituri și cheltuieli ale competitorilor electorali, care se depun la AEP în termen de 15 zile după alegeri. Cheltuielile trebuie să se reflecte în rapoartele anuale care se depun în 2025, precum și în raportările lunare legate de subvenții, care se publică pe pagina web AEP. Potențialii candidați independenți nu au nicio obligație de raportare în afara perioadei de campanie, deci cheltuielile din lunile august sau septembrie nu se regăsesc în rapoarte.

II. Social media

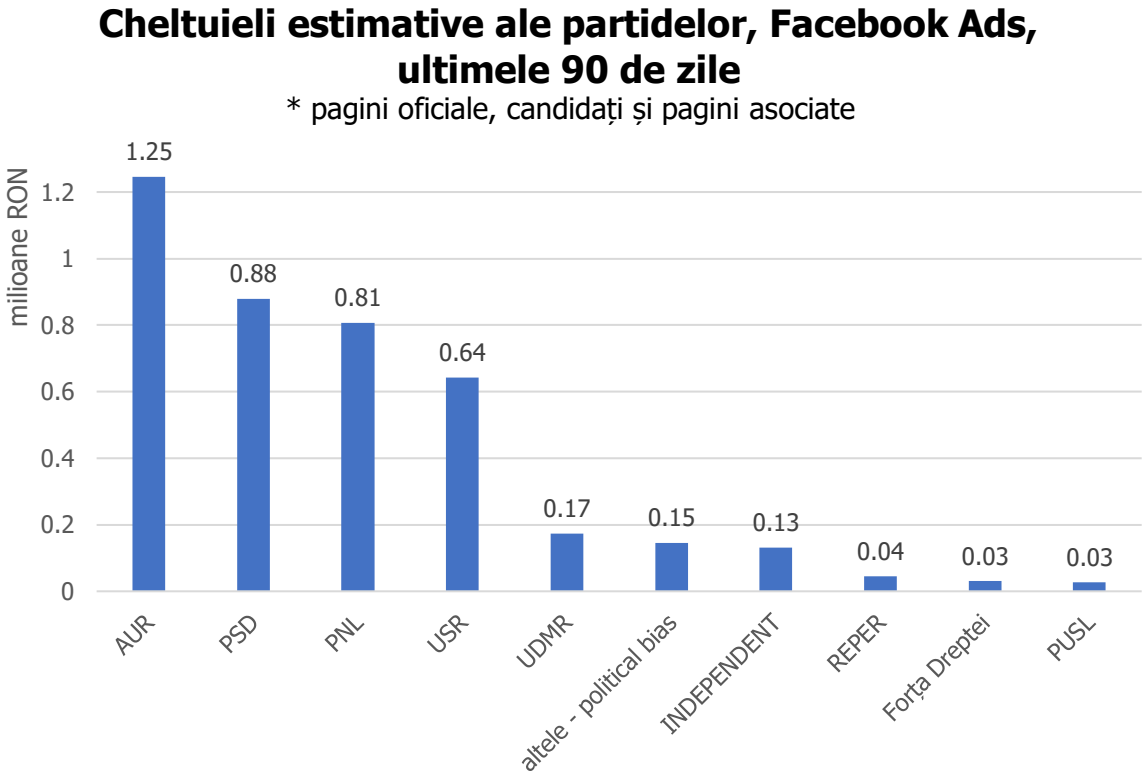
EFOR a analizat și cheltuielile realizate de partidele politice și persoanele afiliate acestora prin reclame plătite pe Facebook și Google. EFOR analizează nu doar paginile evident legate de un partid, ci și cele care deținute de persoane care sprijină partidul respectiv chiar dacă nu sunt membri sau candidați[3]. De notat că datele publice nu ne permit să facem o legătură directă între sumele declarate la AEP și cele din platformele de transparență, întrucât nu știm exact ce conțin contractele de promovare semnate de partide (de exemplu, pentru ce pagini, ce perioade etc). Reamintim faptul că în rapoartele trecute am arătat că anumite pagini FB care se prezintă ca publicații servesc de fapt direct ca instrumente de promovare pentru unele partide politice – nu vom relua descrierea detaliată a acestora în acest raport de monitorizare[4].

Facebook

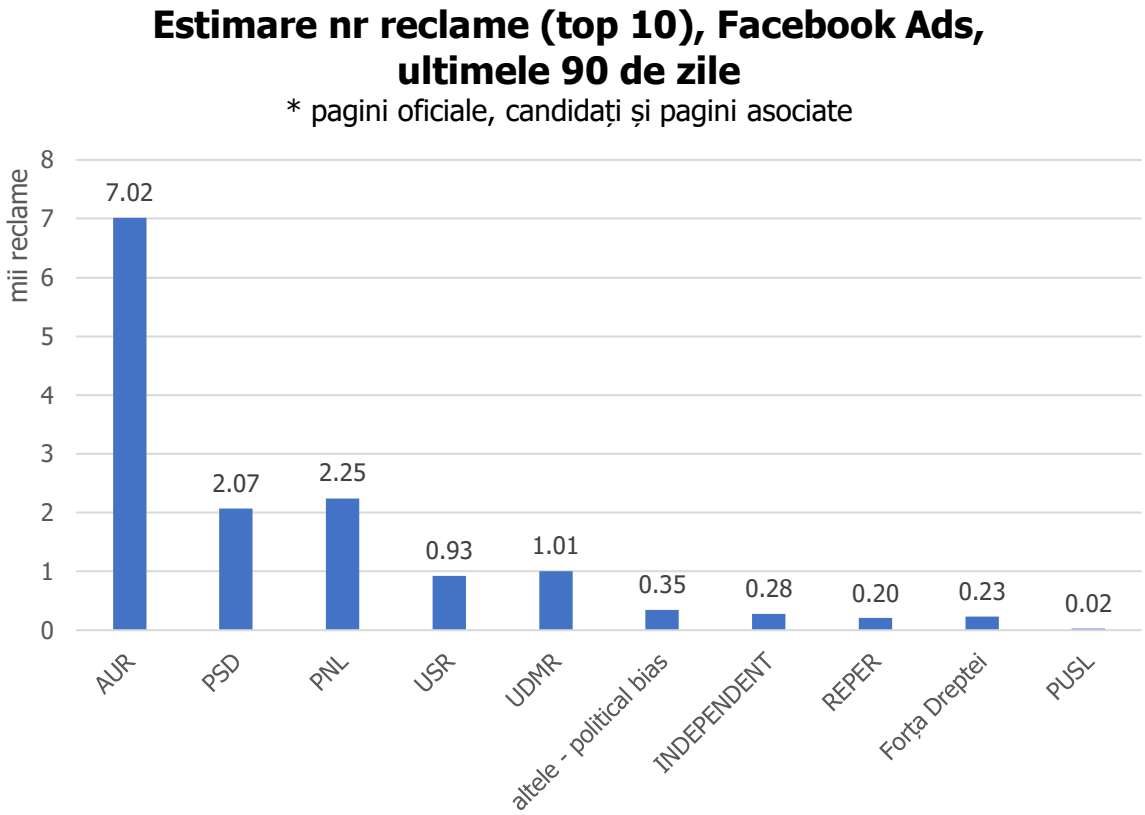
Datele legate de Facebook acoperă ultimele 3 luni, până în data de 5 octombrie. Valoarea totală a cheltuielilor a reclamelor marcate ca *issues/elections/politics* e de **5 milioane de le**i. Din acestea, cheltuielile care pot fi asociate unui partid politic sunt aproape de **4,2 milioane de lei**. Cheltuielile mai mici de 100 de lei și marcate cu <100 au fost echivalate cu 50 de lei. Comparativ, partidele cheltuiseră pe Facebook

[1] Secțiunile metodologice au fost preluate de la rapoartele de monitorizare a alegerilor locale și europarlamentare, pentru a asigura prezentarea regulilor principale privind finanțarea campaniei și metodele folosite.
[2] https://finantarepartide.ro/wp-content/uploads/2024/10/Ghidul_finan_camp_elect_PREZ_2024.rtf, https://finantarepartide.ro/wp-content/uploads/2024/10/Ghidul_finan_camp_elect_SCD_2024.rtf
[3] Mai multe despre metodologie în https://expertforum.ro/wp-content/uploads/2024/01/PB-163-pubpolonline.pdf, p 6.
[4] https://expertforum.ro/cheltuieli-partide-socialmedia-2024/ și https://expertforum.ro/raport-teme-politice-2023/

Ads 21 de milioane de lei în campania electorală pentru alegerile din iunie, din care cele mai mari cheltuieli (trei sferturi) au fost realizate de PNL (5 mil), PSD (4,6 mil), AUR (3,1 mil) și USR (2.7 mil).[5] Așadar, se observă o scădere semnificativă a fondurilor cheltuite în social media, după cum era și de așteptat.



[5] https://expertforum.ro/raport-final-observare-9-iunie/



Cei mai mulți bani au fost cheltuiți de AUR și paginile afiliate – aproape 1,2 mil lei, PSD – 880 mii lei, PNL – 810 mii lei și USR 640 mii lei. Și la numărul de reclame AUR este pe primul loc, cu peste 7 mii, urmat de PSD cu aproape 2 mii și PNL cu 2,2 mii de reclame.

Analiza include 164 de pagini afiliate PSD, 124 AUR 157 PNL și 93 USR. Chiar dacă nu sunt toate paginile care au făcut cheltuieli, reprezintă cu siguranță cea mai mare parte a cheltuielilor.

Observăm că numeroase pagini sunt legate de AUR, fie direct prin membri, fie prin pagini afiliate care sunt înființate sau sprijinite de membri sau simpatizanți ai partidului. Unele dintre acestea sunt pagini legate de campanii sau au forma unor publicații. Pagina Caravana Medicală AUR a promovat constant în ultimele luni campania de consultații oftalmologice gratuite, la care se adaugă conform anunțurilor și ochelari distribuiți gratuit. Potrivit legii, partidul nu poate achiziționa astfel de produse, care sunt cel mai probabil plătite de partenerul din această campanie, Asociația Medici pentru Satele României, care este fondată de Sorin-Titus Muncaciu, deputat AUR.

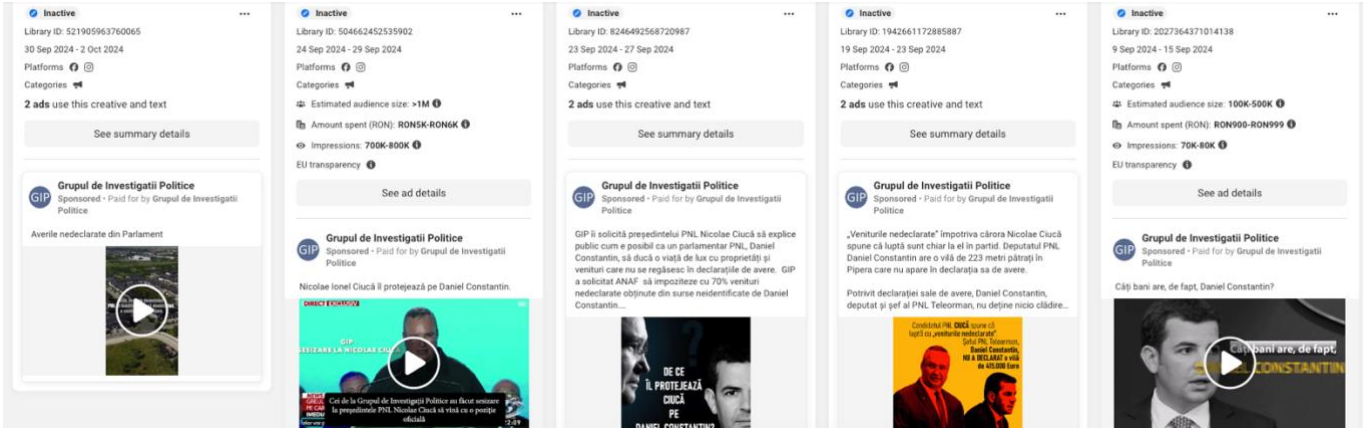
La cele mai multe dintre partidele analizate mai jos (cu excepții precum Forța Dreptei sau REPER), în pagina președintelui, care este și candidatul la prezidențiale, precum și pagina principală a partidului s-a investit cel mai mult.

Pe lângă paginile care pot fi legate direct de un partid, am identificat și pagini care par a avea un *bias politic* și care sunt fie publicații, fie anumite grupuri de interese. În unele cazuri aceste comportament nu pare a fi constant și nu toate paginile promovează materiale exclusiv pentru sau împotriva unui candidat. Alte pagini au un ton conspiraționist sau sunt doar agregatoare de știri, care pare a se îndrepta mai mult împotriva unor politicieni decât a altora.

Unele dintre aceste pagini sunt:

- Grupul de Investigatii Politice (45 de mii de lei cheltuiți), condus de Mugur Ciuvică, a desfășurat o campanie activă împotriva lui Daniel Constantin, actual parlamentar PNL, fost președinte al Partidului Conservator. Acesta a intrat în conflict cu Dan Voiculescu în 2015 și a acuzat presiuni de partea grupului Intact, condus de acesta[6]. De asemenea, pagina Băsism (13 mii de lei cheltuiți), ale cărei campanii sunt plătite tot de GIP, promovează informații legate de persoane implicate în anchetarea și condamnarea lui Dan Voiculescu.

[6] https://www.aktual24.ro/ultimul-de-pe-lista-neagra-a-lui-dan-voiculescu-ii-cer-sa-inceteze-cu-santajul-de-tip-securistic-cu-delatiunile-amenintarile-si-presiunile/



- Diaspora Trădătoare este o pagină pe care s-au cheltuit 15 mii de lei pentru 2 reclame care par a fi îndreptate împotriva Elenei Lasconi, care a făcut anumite declarații legate de diaspora, criticate în public.
- Un poștaș în slujba țării este o pagină care a desfășurat o campanie împotriva lui Nicolae Ciucă. A cheltuit 5.863 lei. Pagina a fost înființată în iulie 2024.
- Râsu Plânsu e o pagină lansată în 2018, care a promovat în ultima vreme mai multe campanii anti Mircea Geoană, acuzând lipsa sa de independență politică. A cheltuit 9.533 de lei.

Top 20 pagini ca sume cheltuite

Partid	Partid (inclusiv posibilă afiliere ideologică)	Valoare RON	Nr reclame
George Simion	AUR	671.368	500
Marcel Ciolacu	PSD	510.604	416
Elena Lasconi	USR	441.433	116
Nicolae Ionel Ciucă	PNL	371.729	140
Alianța pentru Unirea Românilor - AUR	AUR	88.991	220
Mircea Geoana	INDEPENDENT	83.733	87
Lulea Marius Dorin	AUR	69.338	293
Kelemen Hunor	UDMR	68.367	199
Partidul Social Democrat	PSD	66.734	19
Partidul Naţional Liberal	PNL	61.302	33
USR	USR	56.286	25
RMDSZ	UDMR	55.127	199
Caravana Medicală AUR	AUR	50.512	124
5news.RO	AUR	47.495	1094
Grupul de Investigatii Politice		45.867	17
60m.RO	AUR	41.460	708
4media.INFO	AUR	41.217	544
Valeriu Iftime	PNL	37.051	60

Alfred Simonis	PSD	34.055	35
Sebastian Burduja	PNL	29.431	52

Topul paginilor care au investit cei mai mulți bani / partid

Pagina	RON	Reclame
Marcel Ciolacu	510.604	416
Partidul Social Democrat	66.734	19
Alfred Simonis	34.055	35
Aurel Mohan	25.875	146
Sorin Grindeanu	24.450	24
Mihai Alexandru Ghigiu	20.375	32
Gheorghe Șoldan	12.143	20
Raul Ambrus	10.830	28
Simona Bucura Oprescu	10.665	24
Doina Federovici	9.947	59

Pagina	RON	Reclame
Nicolae Ionel Ciucă	371.729	140
Partidul Naţional Liberal	61.302	33
Valeriu Iftime	37.051	60
Sebastian Burduja	29.431	52
Alina Gorghiu	29.280	41
Căuș Vasile-Aurel	18.437	47
Jitaru Ovidiu	15.070	31
Şerban Todorică-Constantin	14.352	54
Eduard Mititelu	14.282	43
Ion Iordache	14.176	113

Pagina	RON	Reclame
George Simion	671.368	500
Alianța pentru Unirea Românilor - AUR	88.991	220
Lulea Marius Dorin	69.338	293

Caravana Medicală AUR	50.512	124
5news.RO	47.495	1094
60m.RO	41.460	708
4media.INFO	41.217	544
Sergiu Mihalcea	16.878	20
Eduard Koler	12.185	96
Comentatorii.RO	12.137	418

USR.

Pagina	RON	Reclame
Elena Lasconi	441.433	116
USR	56.286	25
Irineu Darău	15.690	46
Oana Murariu	12.000	29
Radu Miruță	8.153	51
Andrei Miftode	8.014	40
USR Bistrița-Năsăud	7.171	56
Teodor Lazăr	5.930	22
Radu Panait	5.326	6
Cristian Bordei	5.034	11

Independent

Pagina	RON	Reclame
Mircea Geoana	83.733	87
Mihai Polițeanu	8.345	35
Ana Birchall	6.272	15
Sabin Sărmaș	5.972	42
Mircea Geoană Președinte	5.536	6
Zetea Silviu - Președinte	4.775	6
Florin Gioga pentru Sinaia	3.479	17
Felicia Ovanesian	3.213	38
România Renaște	2.861	3
România Renaște Bacău	2.201	2

reper

Pagina	RON	Reclame
Cătălin Teniță	11.163	7
Alin Mituța	9.630	2
Nicu Ghergu	6.143	31
Ramona Strugariu	2.703	22
REPER Olt	2.694	14
Burta Florin	2.339	8
REPER Youth	1.922	23
Cosmin Poteraș	1.227	2

Alin Prunean	1.184	11
Oana Cambera	1.127	7

Pagina	RON	Reclame
Adrian Oros	6.007	18
Bogdan Bola	4.110	31
Ionel Dancă	3.787	30
Antonel Tanase	3.774	19
Forța Dreptei	2.608	26
Ludovic Orban	2.492	5
Forța Dreptei Constanța	2.177	18
Forța Dreptei - Cluj	1.987	10
Alexandru Kocsis	1.202	19
Gabriel Plăiașu	353	9

Pe lângă paginile care sunt asociate partidelor politice, mai sunt câteva pagini Facebook care au cheltuit sume mai mari de bani pe campanii și pe care le menționăm mai jos. Deși nu sunt pagini politice, sunt etichetate în categoria politic/social/electoral de rețeaua socială.

Pagina	RON	Reclame	
Timișoara 2023	295.676	11	Capitală Culturală
informat.ro	99.000	453	Agregator știri
e.on	91.153	61	Companie
European Commission	34.110	6	Instituție
Stirile Nationale	28.318	31	Agregator de pagini

Pagina informat.ro a fost creată pe 16 octombrie 2023 și promovează site-ul cu același nume, care este un agregator de știri. Pagina este înregistrată de Strategic Media Team S.R.L., deținută de Fundatia Dragic (80%) și Stefureac Remus-Ioan (20%). Fundația este înființată de Augusta Dragic, administrator One Properties și fondator al grupului Superbet.[7]

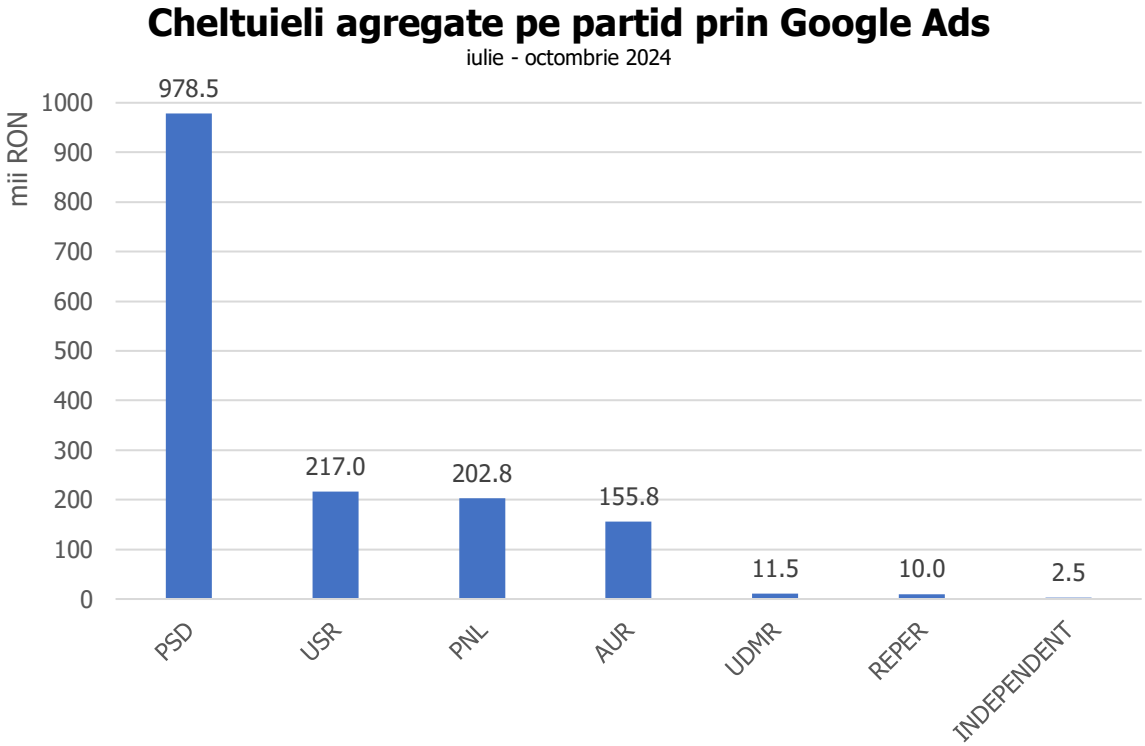
Pagina Stirile Nationale a fost creată 26 Apr 2020 și este legată de site-ul https://stirilenationale.ro/. Campaniile FB promovează în general știri politice de pe alte site-uri. Pagina web este deținută de Bmobile, o firmă din Corabia deținută de Andrei Buse.

Google

În perioada 1 iulie - 12 octombrie prin Google Ads s-au cheltuit **1,7 milioane de lei**[8]. Promovarea s-a făcut de către partide politice în cea mai mare parte, atât la nivel

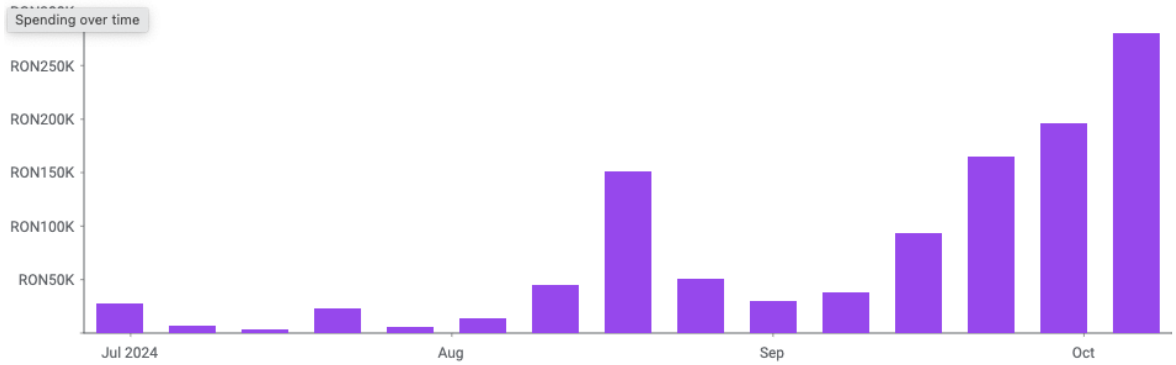
[7] https://superbetfoundation.com/ro/despre-noi/consiliu/augusta-dragic/
[8] https://adstransparency.google.com/political?authuser=0&region=RO&topic=political

central, cât și la nivel locale. Alocarea pe partid în cazul firmelor de consultanță este realizată de EFOR și se bazează pe analizarea fiecărui cont pentru a observa care ce competitor electoral promovează.

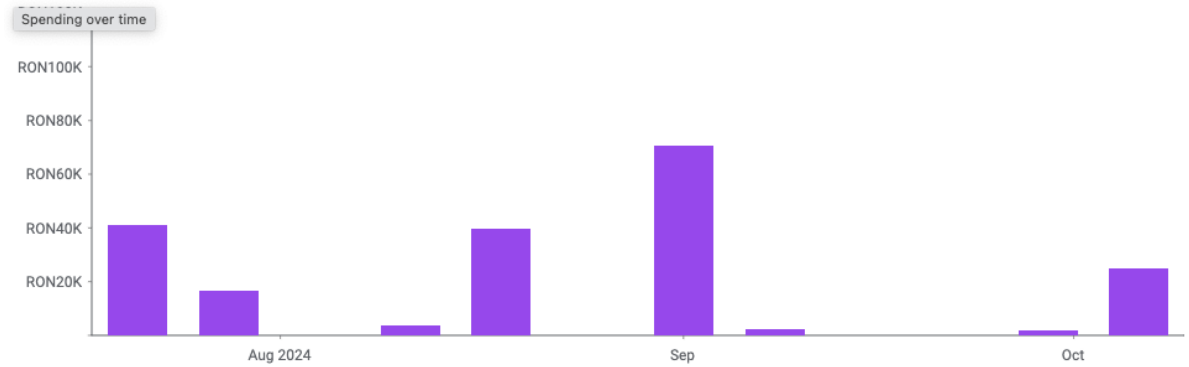


Google rămâne mult mai puțin folosit decât Facebook, iar peste jumătate din bani au fost investiți de către PSD. Social democrații[9] au cheltuit cel mai mult în luna octombrie, iar ca mediu de comunicare au folosit aproape în mod egal video și imagine. În perioada analizată au înregistrat 893 de reclame. Campaniile sunt legate de candidatul la prezidențiale Marcel Ciolacu și despre politicile de reindustrializare a României.

9 https://adstransparency.google.com/advertiser/AR01861182914755035137?authuser=0&region=RO&topic=political&start-date=2024-07-01&end-date=2024-10-12



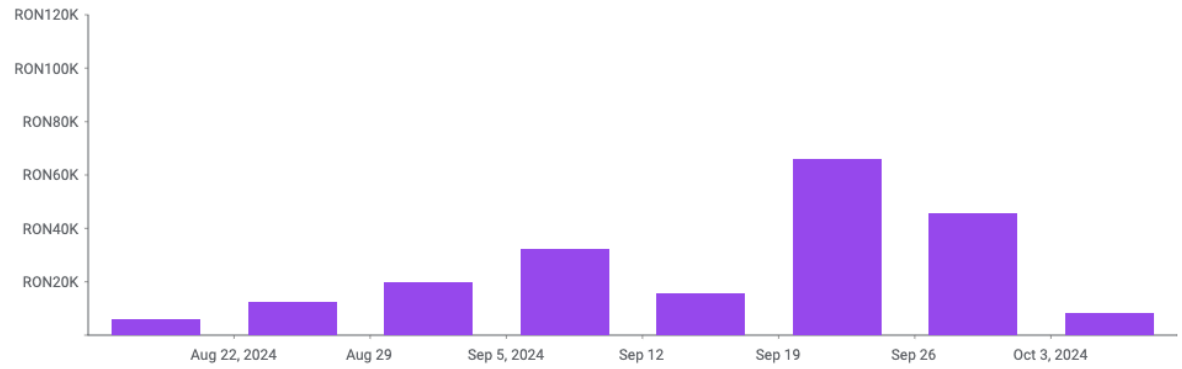
Liberalii[10] au cheltuit relativ constant, cu o valoare ușor mai crescută în septembrie, pentru 132 de reclame. PNL a livrat mai multe campanii, toate cu ton pozitiv: Nicolae Ciucă candidat la președinție, politici sociale și fiscale promovate de PNL, digitalizarea justiției sau legate de raportul privind statul de drept al Comisiei Europene. Liberalii au folosit imagini și video în proporții relativ egale.



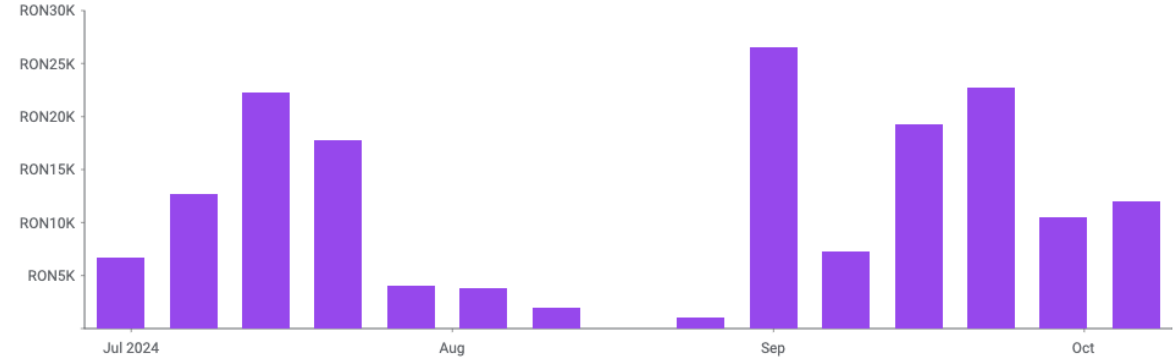
USR[11] a cheltuit bani pentru promovarea Elenei Lasconi. Toate campaniile sunt pozitive, cu mici excepții în care critică PSD și PNL. Aproape trei sferturi din bani au fost cheltuiți pe campanii bazate pe imagini.

10 https://adstransparency.google.com/advertiser/AR17075749830896123905?authuser=0&region=RO&topic=political&start-date=2024-07-01&end-date=2024-10-12

11 https://adstransparency.google.com/advertiser/AR03381007051504222209?authuser=0&region=RO&topic=political&start-date=2024-07-01&end-date=2024-10-12



AUR[12] a lansat aproape 270 de reclame, care combină o diversitate de teme. Printre acestea se numără politicile promovate de partid, susținerea celor afectați de inundații, fotografii ale liderului George Simion alături de diverse personaje (cum ar fi Ghiță Ciobanul, un pensionar, un tinichigiu etc), dar și campania legată de casele de 35 mii de euro pe care partidul le promite. Aproape 75% din reclame sunt în format imagine.



Top 10 promotori

Promotor	**RON**	**Partid**
Partidul Social Democrat - P.S.D.	977.250	PSD
Partidul Uniunea Salvați România	204.500	USR
Partidul National Liberal	181.500	PNL
Partidul Alianța Pentru Unirea Românilor	155.750	AUR
Medaru Mircea-Marian	48.750	N/A (INFORMAT.RO)
Partidul National Liberal Filiala PNL Bucuresti	19.250	PNL
Exit Realty SRL	11.000	*Nu a fost identificată pagina promotorului în Google Ads*

12 https://adstransparency.google.com/advertiser/AR11638935792440573953?authuser=0&region=RO&topic=political&start-date=2024-07-01&end-date=2024-10-12

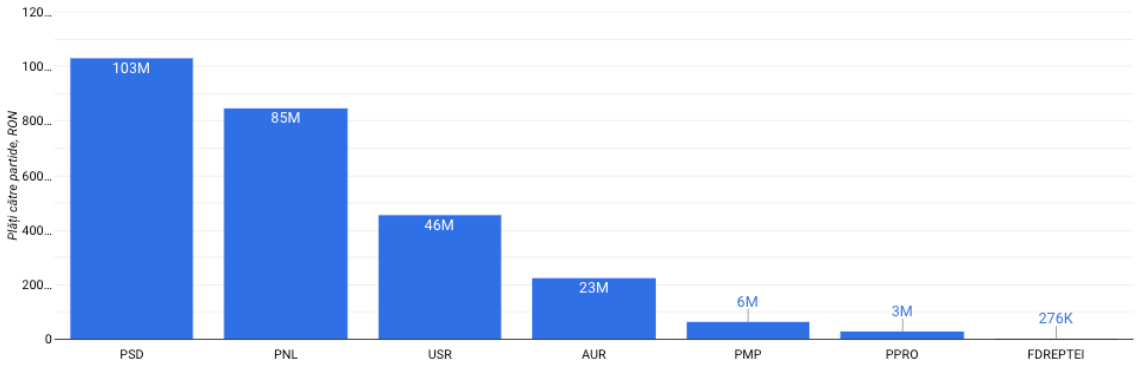
Uniunea Democrată Maghiară din România - UDMR	11.000	UDMR
Partidul Uniunea Salvati Romania - Filiala Gorj	7.750	USR
Atelierul de internet SRL	6.000	REPER

III. Subvențiile partidelor în luna august

Autoritatea Electorală Permanentă a transferat către șase partide până în luna octombrie, **264 de milioane de lei** din 314 milioane de lei, cât urmează să primească în 2024 conform bugetului anual[13]. **Până în august inclusiv, se transferaseră 180 de milioane de lei.** În lunile august și septembrie au primit câte 22 de milioane, iar în octombrie 62 de milioane de lei, cea mai mare valoare din acest an. În luna octombrie, situația arăta astfel:

- PSD – 103 mil. lei
- PNL - 85 mil. lei
- USR - 46 mil. lei
- AUR - 23 mil. lei
- Pro Ro – 1,3 mil lei (fără fonduri transmise executate silit)
- PMP – 6 mil lei

Ca urmare a alegerilor din iunie 2024, Pro România nu mai primește subvenții, iar Forța Dreptei a primit 275.538 lei.



Sume primite în 2024, până în octombrie, www.banipartide.ro/subventii

Din ianuarie până în august cele șase partide care primesc subvenții **au cheltuit 263 de milioane lei**, adică aproape 146% raportat la banii încasați. În luna iulie toate partidele au cheltuit 33 de milioane de lei, iar în august 32 de milioane de lei. Partidele pot aloca fonduri economisite din lunile anterioare, deci nu trebuie să respecte limite lunare de cheltuială, conform fondurilor primite.

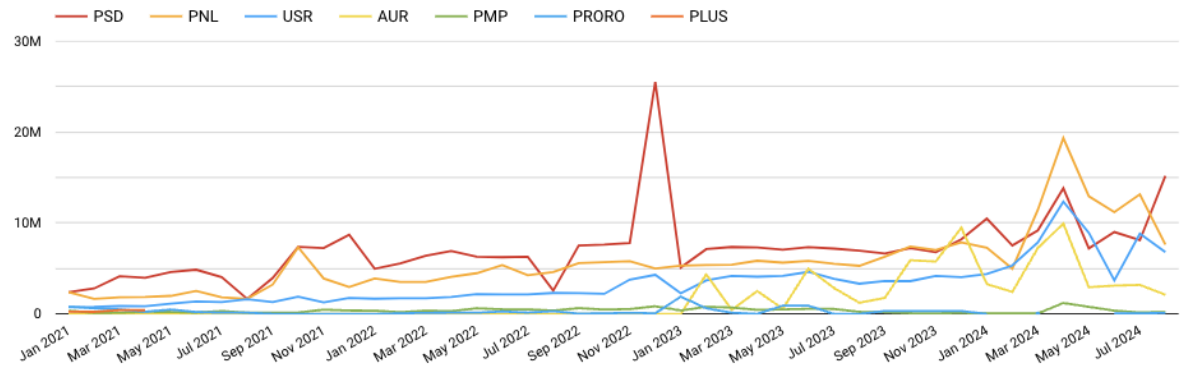
[13] Conform comunicatelor de presă de pe pagina oficială AEP și transferurilor lunare publicate pe www.finantarepartide.ro. Nu am inclus unele plăți destinate Pro România care au fost transferate unui executor judecătoresc.

Partid	Cheltuieli	Venituri	% din suma primită în primele 8 luni
PNL	87,9	58,6	150%
PSD	80,5	69,1	116%
USR	58,2	31,6	184%
AUR	34,2	13,9	246%
PMP	2,9	5,7	51%
Pro Ro	0,2	0,9 (fără fonduri transmise executate silit)	22%

Statistici subvenții la nivelul lunii august

Partidele au cheltuit mai mult decât au primit până la nivelul lunii august: AUR (246%), USR (184%), PNL (150%), PSD (116%). PMP a cheltuit jumătate din banii primiți, iar Pro România 22%. În general, în luna august cheltuielile s-au redus. O creștere semnificativă față de luna iulie se vede doar la PSD.

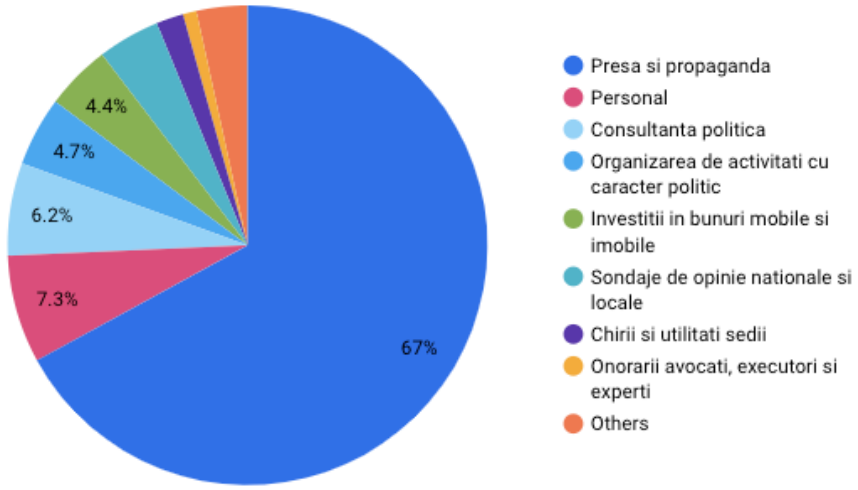
Un aspect interesant care merită remarcat relativ la cheltuielile din luna august este că **PSD a făcut cele mai mari cheltuieli din 2021, dacă exceptăm luna decembrie 2022**, când s-au făcut cheltuieli mari pentru achiziții imobiliare. Toate celelalte partide au cheltuit mai puțin comparativ cu luna iulie.



Cheltuieli lunare pe partid, www.banipartide.ro/subventii

Destinația subvențiilor

În luna august, partidele au continuat să aloce cel mai mult pentru presă și propagandă, personal, consultanță politică și activități cu caracter electoral. În august s-a cheltuit cel mai mare procent din 2024 pentru presă și propagandă raportat la cheltuielile lunare, adică 21 din 32 de milioane de lei (67%).

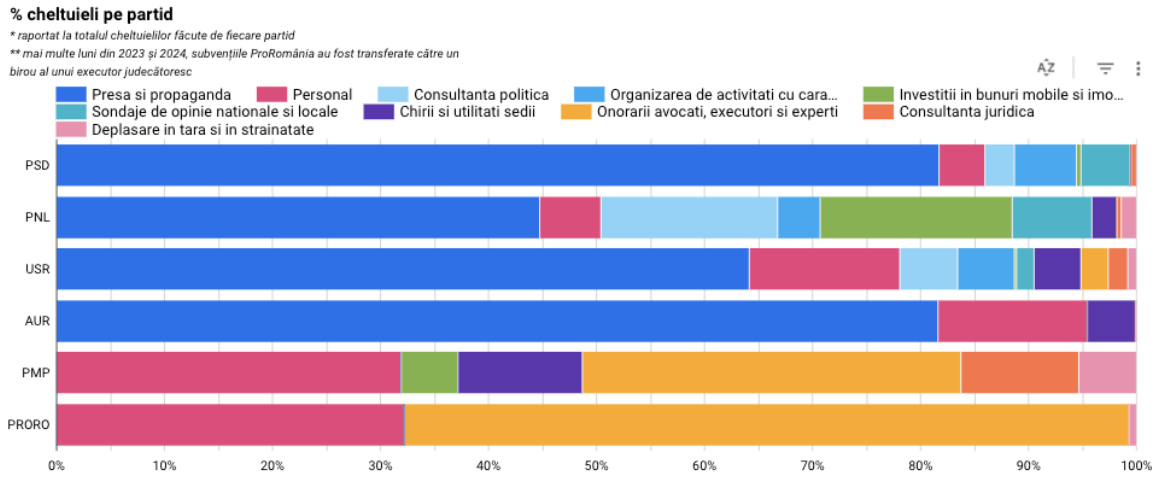


Procent cheltuieli în august, www.banipartide.ro/subventii

În anul 2024 (ianuarie-august), cheltuielile partidelor au fost următoarele:

- presă și propagandă: 152 milioane de lei - 57% din totalul cheltuielilor
- consultanță politică: 21,6 milioane de lei – 8,2% din totalul cheltuielilor
- personal: 21,1 milioane de lei – 8 % din totalul cheltuielilor
- activități politice: 15,6 milioane de lei – 5,6%
- sondaje de opinie: 14,7 milioane de lei – 5,6%
- bunuri mobile și imobile: 10,3 milioane de lei – 3,9%
- producția și difuzarea de spoturi publicitare: 6 milioane de lei – 2,3%
- chirii – 5,6 milioane de lei – 2,1%
- Alte categorii: 16,6 mil – 6,3 %

Cele mai importante cheltuieli pentru fiecare partid în luna august sunt următoarele:



Procent cheltuieli pe partid în august, www.banipartide.ro/subventii

PSD a investit cel mai mult, 81% din bani, în contracte pentru presă și propagandă (12,2 mil. lei), 4,5% (680 mii lei) pentru sondaje și 4% pentru personal (633 mil). Pentru activități politice, partidul a alocat 859 mii, adică 5,7%.

PNL a plătit 44% din fonduri (3,3 mil. lei) pentru presă și propagandă și 16% pentru consultanță politică (1,2 mil. lei). Investițiile în bunuri au însumat 1,3 milioane de lei, adică 17,7%, iar sondajele 559 mii lei (7,4%). Pentru personal partidul a cheltuit 423 mii lei (5,6 %).

USR a alocat 64% din bani pentru presă (4,1 mil. lei) și 5,2% pentru activități cu caracter politic (341 mii lei). Pentru personal a cheltuit aproape 14% din bani (906 mii lei).

Și la **AUR** categoria presă și propagandă este cea mai vizibilă – 1,6 mil de lei (81%), urmată de personal cu 277 mii de lei (aproape 14%).

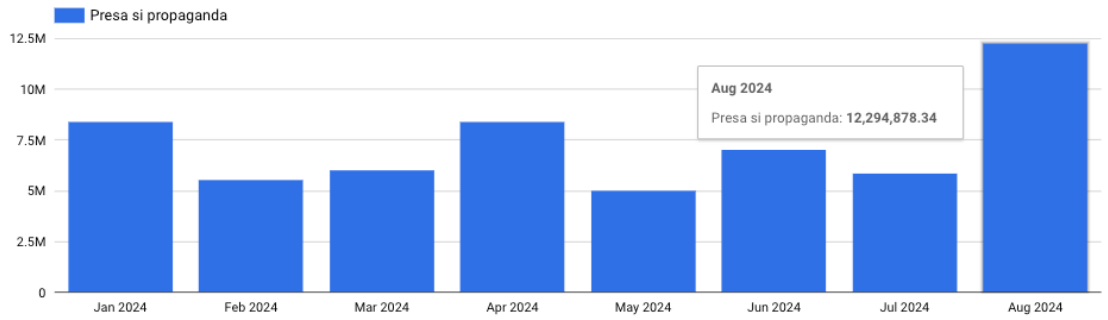
PMP a cheltuit pentru personal o treime din bani (58 mii), iar pentru onorarii 64%.

Pro România a cheltuit o treime pentru personal (30 mii de lei) și restul pe onorarii (61 mii lei).

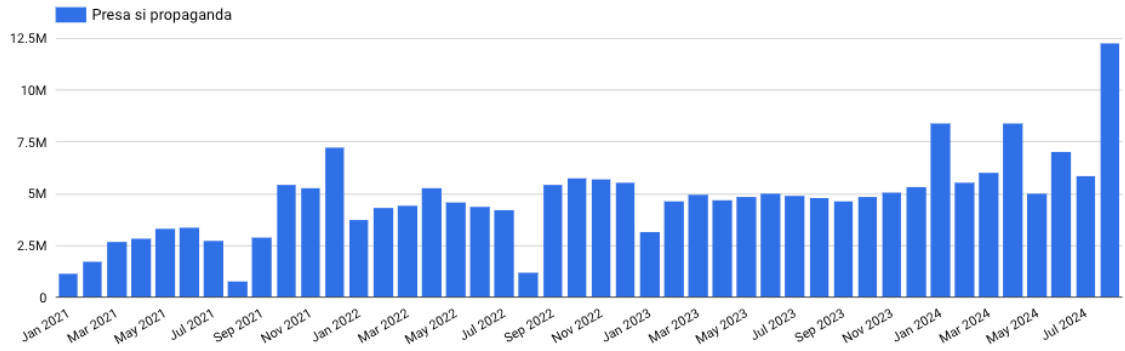
Presă și propagandă

PSD a cheltuit cel mai mult din acest an pe presă și propagandă în august, adică 12,3 milioane de lei, mult peste celelalte partide. **La PSD este, de altfel, cea mai mare cheltuială lunară pentru presă și propagandă de până acum și reprezintă 81% din cheltuielile realizate în august de către partid.** PNL a cheltuit doar 3,3 milioane, în scădere de la peste 8 milioane în iulie. USR a cheltuit 4 milioane de lei. La AUR s-a remarcat o ușoară creștere față de iulie 1,6 milioane de lei, de la 1,4 milioane de lei. Cu toate acestea, la AUR fondurile cheltuite în această lună pe presă și propagandă reprezintă 81% din totalul cheltuielilor partidului.

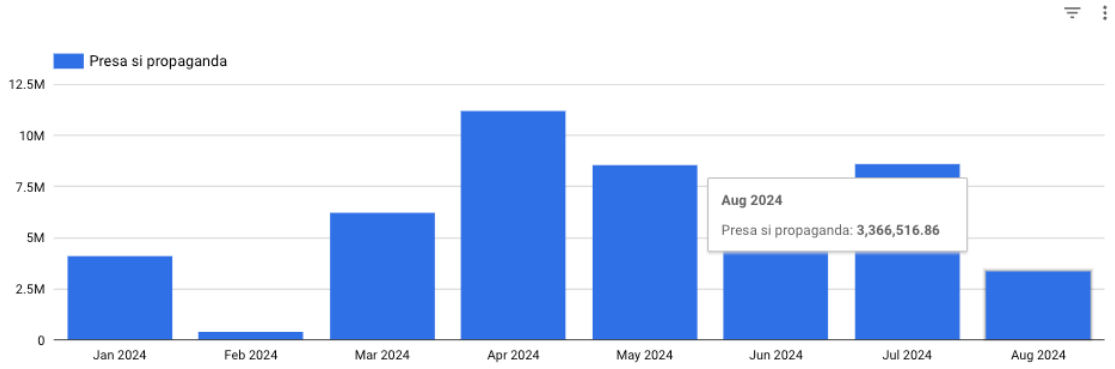
PSD



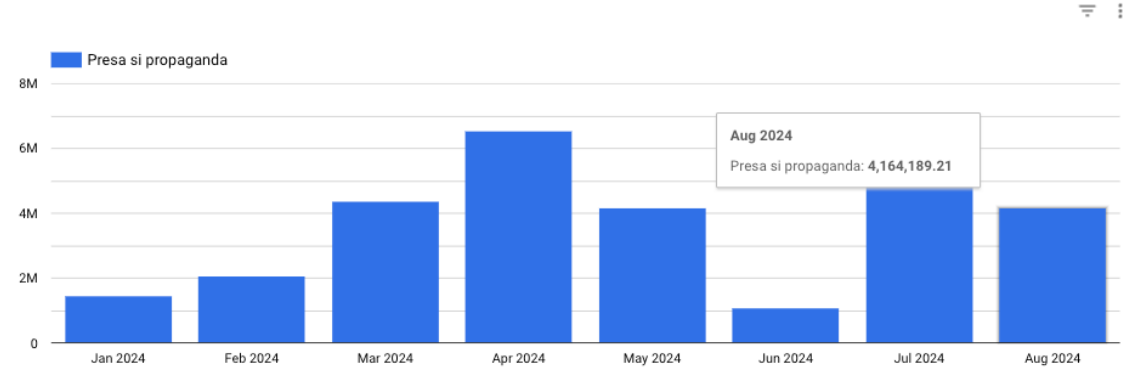
PSD

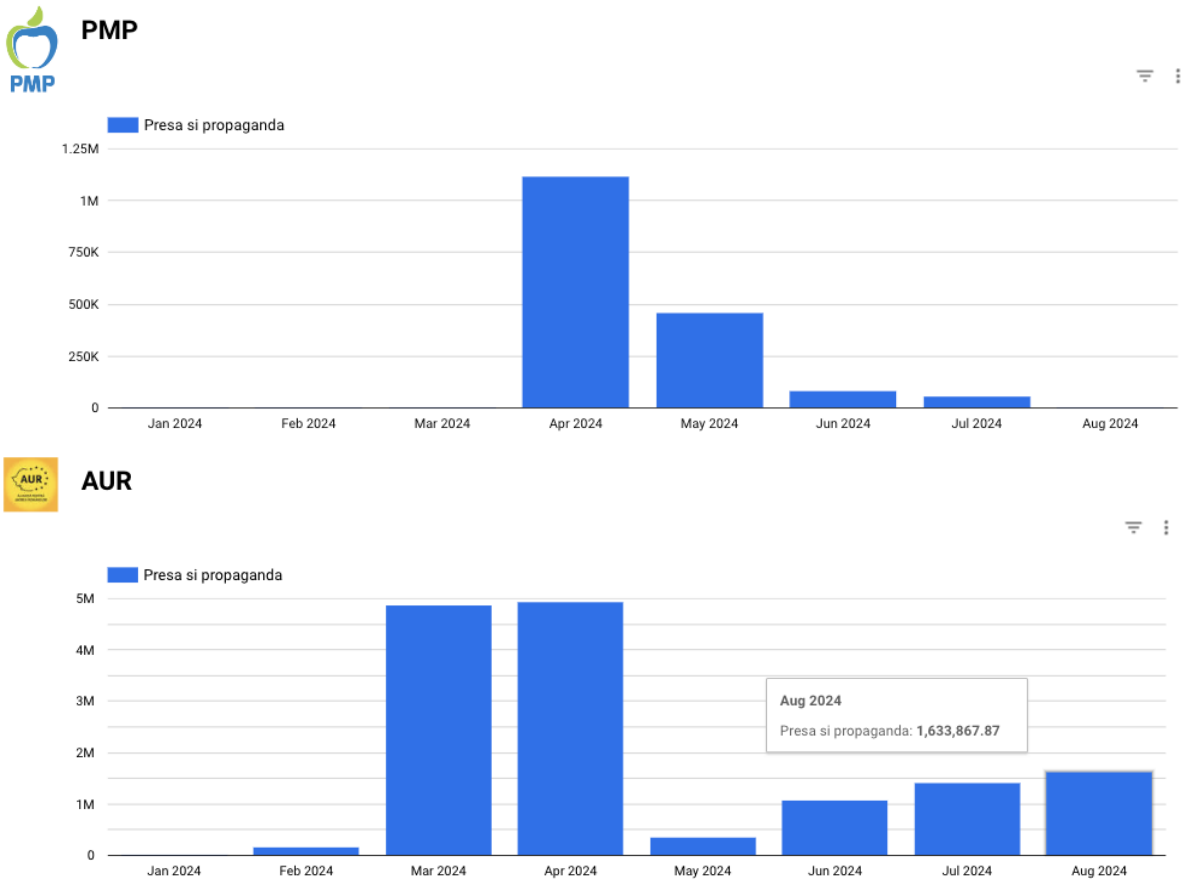


PNL



USR





Cheltuieli presă și propagandă, www.banipartide.ro/subventii

banipartide.ro

Găsiți mai multe despre subvenții pe platforma EFOR https://www.banipartide.ro/subventii , care cuprinde istoricul complet începând cu anul 2006