



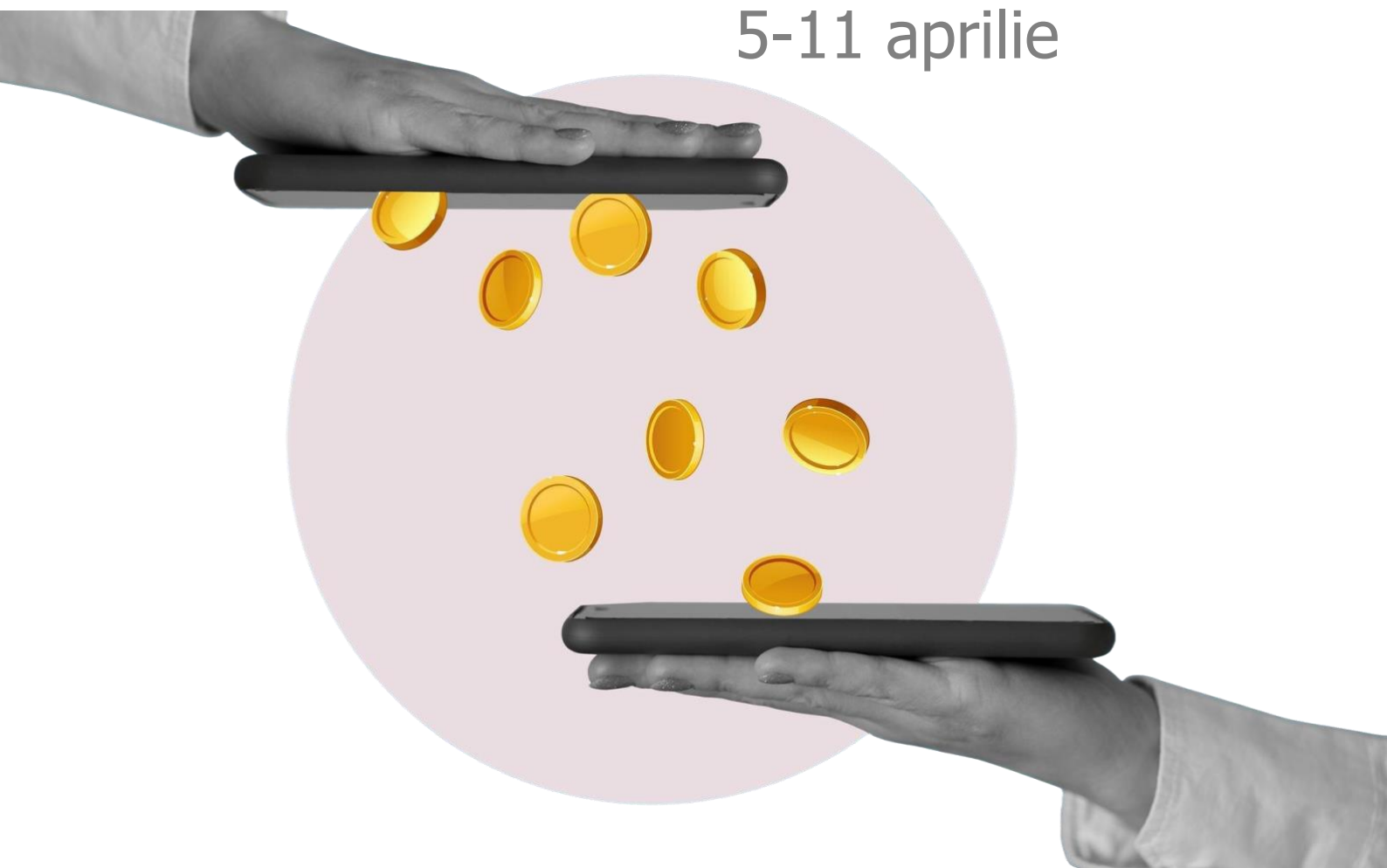
Cofinanțat de
Uniunea Europeană

erim
Equal Rights
& Independent
Media

PROELECT
PROMOTING ACCOUNTABILITY IN ELECTORAL PROCESSES

Finanțarea campaniei electorale pe platformele social media

5-11 aprilie



**EXPERT
forum**


banipartide.ro

**Vot
Corect**

Această publicație a fost realizată cu sprijinul financiar al Uniunii Europene și al Equal Rights & Independent Media (ERIM). Conținutul său este responsabilitatea exclusivă a Expert Forum și nu reflectă neapărat punctele de vedere ale UE și ale ERIM.



Policy brief EFOR #206, 15 aprilie 2025

Disponibil pe www.expertforum.ro și www.banipartide.ro

Autor: Septimius Pârvu, Coordonator program electoral, EFOR



EFOR este partener Who Targets Me. Pentru mai multe detalii despre finanțarea politică în online vedeți <https://trends.whotargets.me/dashboard/countries>

Lista candidați¹

Nr	Nume și prenume	Apartenență
1	DAN NICUȘOR-DANIEL	Candidat Independent
2	ANTONESCU GEORGE-CRIN-LAURENȚIU	Alianța Electorală România Înainte (PSD+PNL+UDMR)
3	PONTA VICTOR-VIOREL	Candidat Independent
4	LASCONI ELENA-VALERICA	Uniunea Salvați România
5	TERHEȘ CRISTIAN-VASILE	Partidul Național Conservator Român
6	ȘANDRU MARCELA-LAVINIA	Partidul Umanist Social Liberal
7	SIMION GEORGE-NICOLAE	Alianța pentru Unirea Românilor
8	BANU-MUSCEL JOHN-ION	Candidat Independent
9	PREDOIU SILVIU	Partidul Liga Acțiunii Naționale
10	FUNERIU PETRU-DANIEL	Candidat Independent
11	POPESCU SEBASTIAN-CONSTANTIN	Partidul Noua Românie

¹ https://prezidentiale2025.bec.ro/wp-content/uploads/2025/03/PV_479C.pdf

Social media

Metodologie

EFOR a analizat cheltuielile realizate de partidele politice, persoanele afiliate acestora și candidații independenți prin serviciile Meta (Facebook, Instagram) și Google (Google, Youtube), pe baza datelor furnizate de platforma parteneră Who Targets Me. 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 candidați². 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).

Datele nu includ sumele cheltuite de instituții, publicații a căror activitate nu poate fi asociată semnificativ cu un partid politic și alte pagini care nu au caracter direct politic. Cheltuielile mai mici de 100 de lei, care apar în cazul reclamelor care au rulat fără a avea *disclaimer* și sunt marcate cu <100 nu au fost luate în calcul (263 de cazuri). Paginile nu promovează exclusiv candidații la președinție, ci și aleși locali sau politicile partidelor.

Reamintim și că în rapoartele trecute³ am arătat că anumite pagini FB care se prezintă ca publicații servesc de fapt direct ca instrumente de promovare pentru unele partide politice. Acest tip de pagină poate fi folosită pentru a ocoli raportările privind finanțarea campaniei sau poate fi folosită de terți pentru a promova un candidat fără a declara contribuția din partea unui competitor electoral.

În cazul politicianilor care candidează independent sau susținuți de o coaliție am decis să reprezentăm datele separat pentru coerență. De exemplu, Crin Antonescu e susținut de trei partide și și-a anunțat demisia din PNL la începutul lunii martie. Oricum, disclaimerul pentru paginile Facebook este legat de alianță, și nu de un partid anume – deci nu avem de unde ști cine exact a plătit. De asemenea, Victor Ponta a fost exclus din PSD pe 12 martie, deci nu poate fi asociat direct cu un partid.

Meta

Datele analizate acoperă prima săptămână de campanie, adică perioada 5-11 aprilie, când au fost înregistrate cheltuieli de **1,1 milioane de lei**. Prin comparație, în primele trei luni ale anului s-au cheltuit 4,6 milioane de lei. Valoarea este comparabilă cu cea dedicată cheltuielilor realizate prin serviciile Meta la alegerile din noiembrie 2024 – o diferență importantă fiind că la aceste alegeri cheltuielile cele mai importante sunt realizate de candidați independenți și nu numai de către partide.

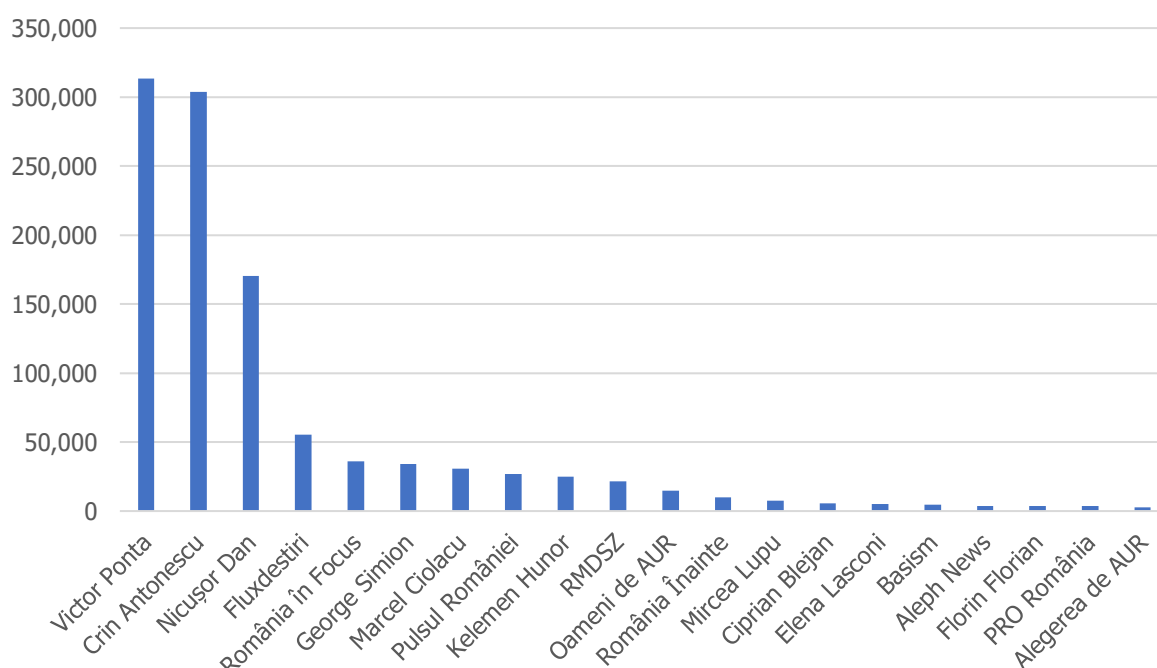
² Mai multe despre metodologie în <https://expertforum.ro/wp-content/uploads/2024/01/PB-163-pubpolonline.pdf>, p 6.

³ <https://expertforum.ro/cheltuieli-partide-socialmedia-2024/> și <https://expertforum.ro/raport-teme-politice-2023/>

Paginile candidaților Victor Ponta, Nicușor Dan și Crin Antonescu au cheltuit 67% din bani – adică 797 mii de lei.

Deși în prima săptămână de campanie s-au cheltuit 11,5 milioane pentru cheltuieli pentru producția și difuzarea materialelor publicitare politice/materialelor de propagandă electorală online⁴, **putem observa că fondurile care au fost investite în promovare online sunt relativ reduse**. Putem deduce că o parte semnificativă din cheltuieli este dedicată serviciilor de consultanță, precum și serviciilor de promovare online prin alte canale.

Top 20 de pagini care promovează conținut politic 5-11 aprilie



Top 10 pagini ca sume cheltuite

Categorie	Pagina	Cea mai mică valoare	Cea mai mare valoare	TOTAL	% schimbare comparativ cu 29/03 – 4/04.2025
Victor Ponta	Victor Ponta	R11,423	R73,264	R313,472	84.9%
Crin Antonescu	Crin Antonescu	R9,934	R115,113	R303,611	32.1%
Nicușor Dan	Nicusor Dan	R3,369	R52,969	R170,318	-34.2%
Terți politici	Fluxdestiri	R206	R14,507	R55,161	113.5%
Terți politici	România în Focus	R1,059	R12,610	R36,185	-23.6%
Alianța pentru Unirea Românilor	George Simion	R33,927	R33,927	R33,927	118.4%
Partidul Social Democrat	Marcel Ciolacu	R1,402	R9,092	R30,715	131.6%

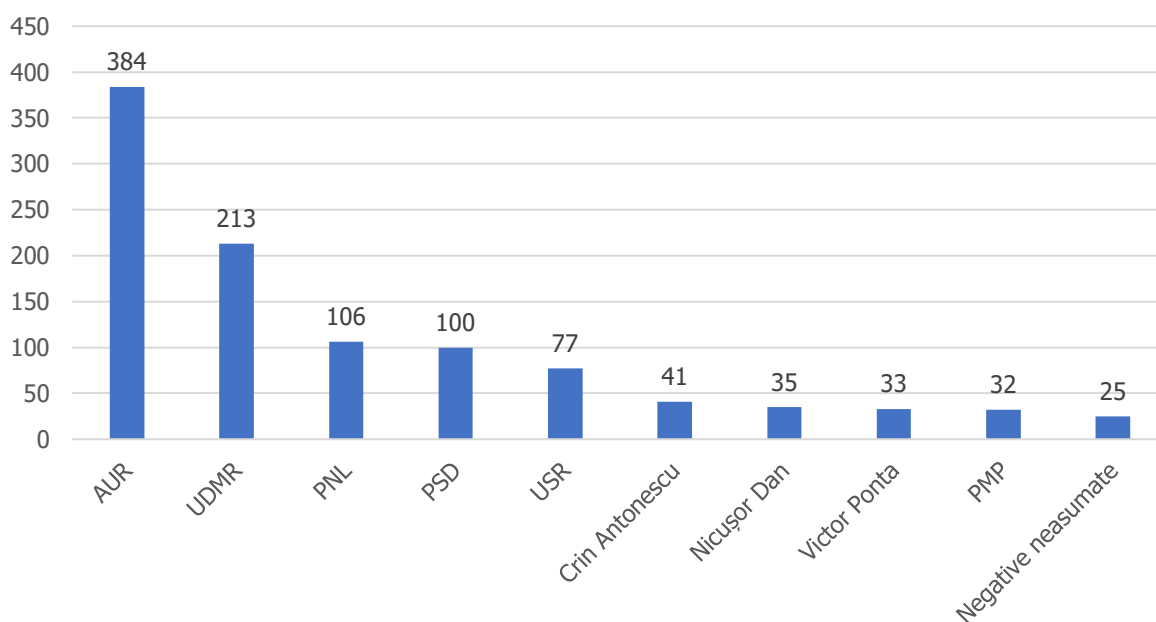
⁴ <https://expertforum.ro/finantare-campanie-2025-i/>

Terți politici	Pulsul României	R284	R9,122	R26,913	-56.6%
Uniunea Democrată Maghiară din România	Kelemen Hunor	R2,170	R4,307	R24,817	93.6%
Uniunea Democrată Maghiară din România	RMDSZ	R2,040	R4,526	R21,604	46.2%

Cele mai multe reclame au fost plătite de pagini AUR sau afiliate indirect/care promovează AUR – peste 384, UDMR – 213, PNL 106 sau PSD 100. Situația pentru paginile candidaților este următoarea: Nicușor Dan a plătit 35 de reclame, Crin Antonescu – 41, iar Victor Ponta – 33.

Cu toate acestea, paginile cele mai active ca număr de reclame sunt legate de AUR (de exemplu Oameni de AUR) sau de UDMR (pagina partidului sau pagina președintelui Kelemen Hunor).

Nr reclame, inclusiv conturi asociate 5-11 aprilie



Lista paginilor politice cu cele mai multe reclame plătite

Pagina	Categorie	Nr reclame
Oameni de AUR	AUR	168
5news.RO	AUR	59
RMDSZ	UDMR	56
Kelemen Hunor	UDMR	52
Ciprian Blejan	AUR	51
informat.ro	Publicații	44
Crin Antonescu	PNL+PSD+UDMR	40

Finanțarea campaniei electorale pe platformele social media (5-11 aprilie)

Victor Ponta	Independent	33
Nicușor Dan	Independent	31
Eurotrans Alapítvány	UDMR	30

Trei dintre conturile despre care EFOR a scris în analiza anterioară, legată de cheltuielile din precampanie nu mai sunt active și au fost șterse. Două dintre ele, asociate AUR, sunt [Oameni de Aur](#) (11,417 lei pentru 168 de reclame) și [Oastea de Aur](#) (1,604 pentru 17 reclame). De asemenea, a fost ștearsă pagina România pe primul loc, care promova campanii negative împotriva candidaților Nicușor Dan, George Simion și Crin Antonescu, respectiv postări pozitive în favoarea lui Victor Ponta; acesta din urmă nu și-a asumat-o.

Dinamica conturilor cu cele mai mari cheltuieli poate fi consultată mai jos. Principala concluzie este că se poate observa o creștere a cheltuielilor pentru conturile lui Crin Antonescu, Victor Ponta și Nicușor Dan în ultimele zile.



Meta spend in Romania - 05/04/2025 to 11/04/2025 #

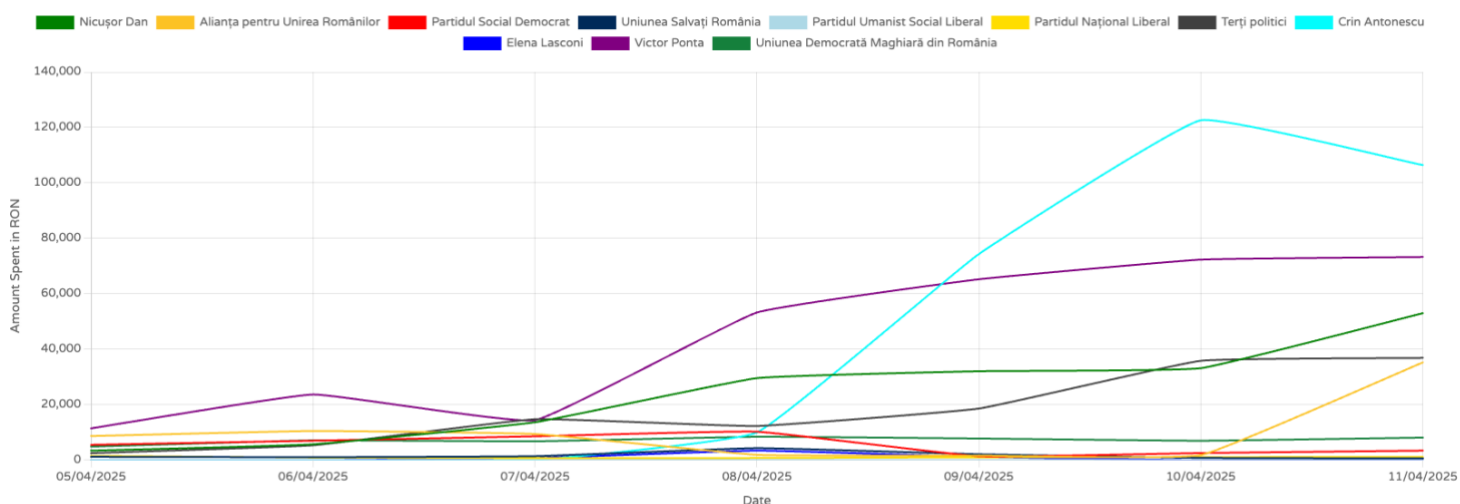


Chart by Who Targets Me © 2025. Reproduction only with express permission. Please [contact us](#) if you want to use this data

Finanțarea campaniei electorale pe platformele social media (5-11 aprilie)

Meta spend for President - 05/04/2025 to 11/04/2025 #

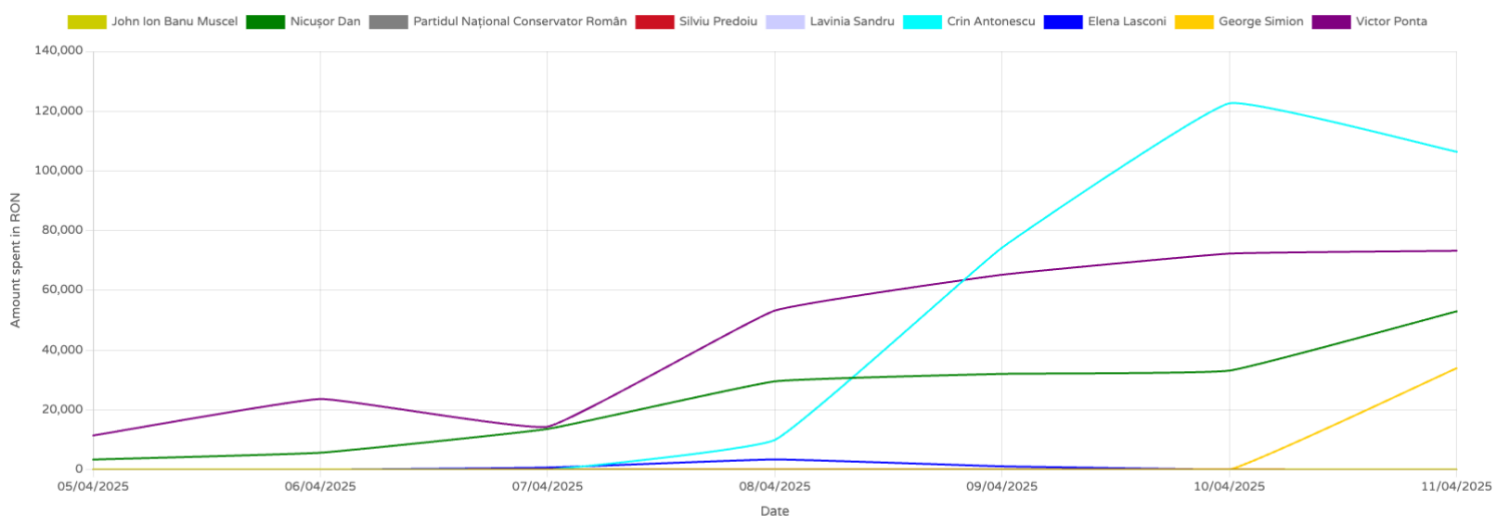


Chart by Who Targets Me © 2025. Reproduction only with express permission. Please [contact us](#) if you want to use this data

Sursa graficelor: [whotargetsme](https://whotargetsme.com)

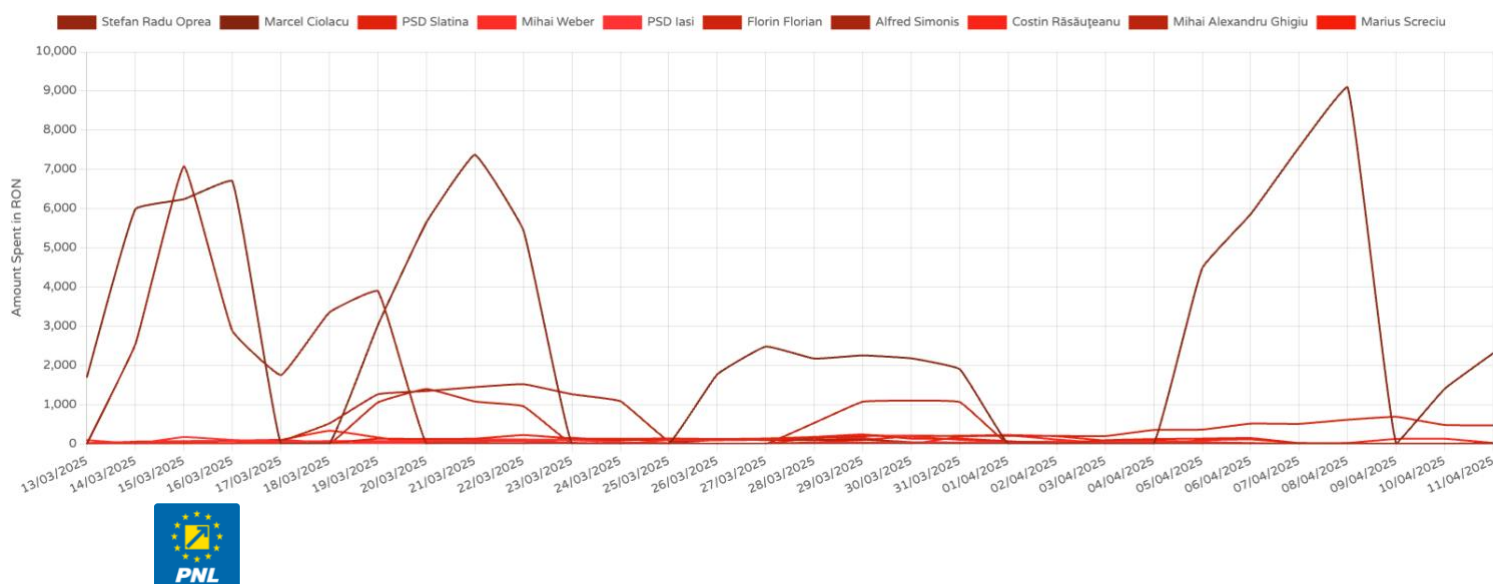
Topul paginilor care au investit cei mai mulți bani / partid



Nume pagină	Cea mai mică valoare	Cea mai mare valoare	TOTAL	% schimbare comparativ cu 29/03 – 4/04.2025
Marcel Ciolacu	R1,402	R9,092	R30,715	131.6%
Florin Florian	R360	R687	R3,626	80.5%
Costin Rășăuțeanu	R20	R127	R510	-27%
Lucian Sova	R20	R83	R412	-
Gabriel Valer Zetea	R24	R221	R333	-
PSD Slatina	R17	R144	R312	-84.6%
Claudiu Maior	R107	R192	R299	-
Marius Iancu	R20	R71	R291	61%
Remus Lapusan	R15	R56	R287	30.1%
Lucian Morar	R88	R131	R219	-

Finanțarea campaniei electorale pe platformele social media (5-11 aprilie)

Partidul Social Democrat Meta ad spend - 13/03/2025 to 11/04/2025 #



Nume pagină

Cea mai mică valoare

Cea mai mare valoare

TOTAL

% schimbare comparativ cu 29/03 – 4/04.2025

[Sebastian Burduja](#)

R110

R789

R1,686

112.2%

[Daniel Buda](#)

R11

R296

R769

-

[Ovidiu Jitaru](#)

R28

R261

R698

121.3%

[Dan Motreanu](#)

R20

R136

R647

19.7%

[Siegfried Muresan](#)

R20

R107

R522

-38%

[Valeriu Iftime](#)

R20

R119

R350

38.5%

[Mircea Mălan](#)

R20

R71

R337

-50.4%

[Ionel Bogdan](#)

R20

R90

R284

-42.2%

[Serban Todorică-Constantin](#)

R31

R98

R274

-96.7%

[Ovidiu Bistriean - Consilier Județean](#)

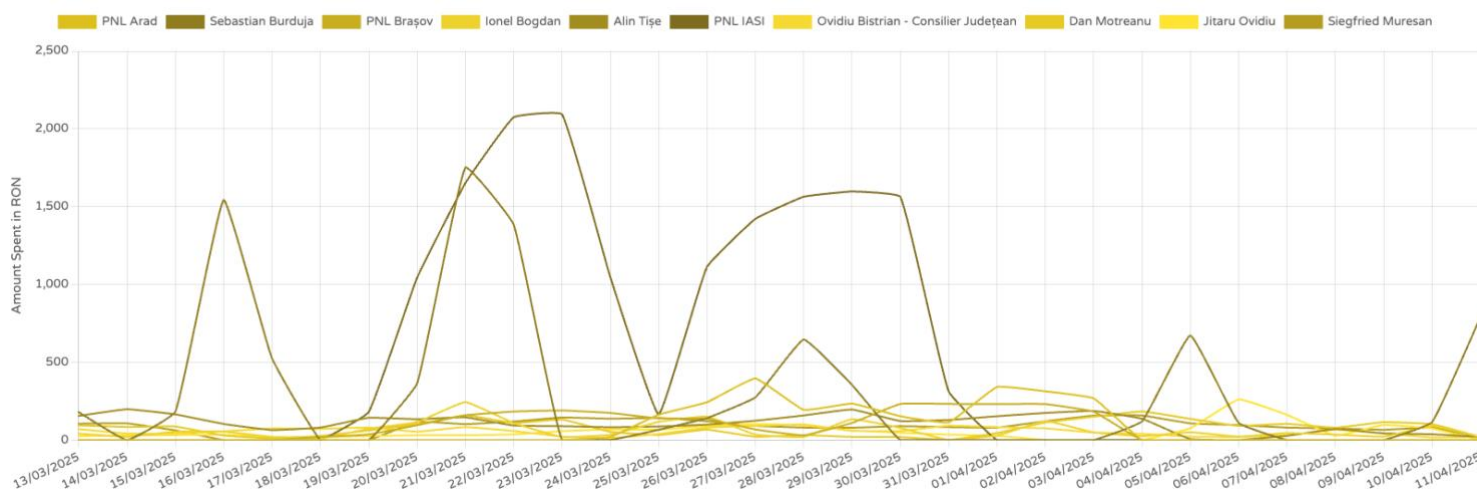
R17

R66

R218

-70.4%

Partidul Național Liberal Meta ad spend - 13/03/2025 to 11/04/2025 #

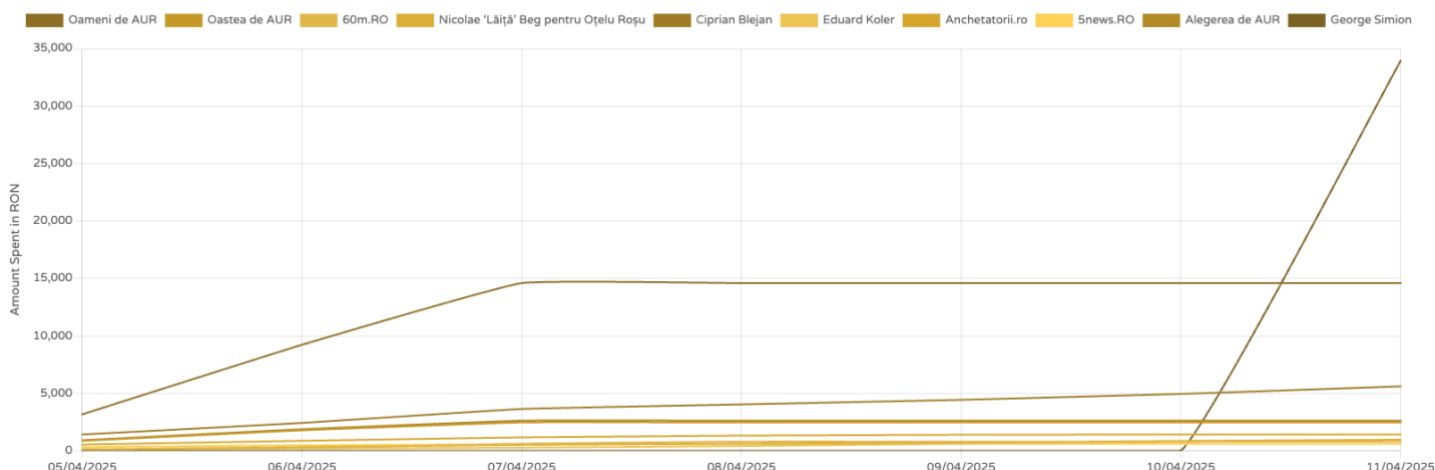


Finanțarea campaniei electorale pe platformele social media (5-11 aprilie)



Nume pagină	Cea mai mică valoare	Cea mai mare valoare	TOTAL	% schimbare comparativ cu 29/03 – 4/04.2025
George Simion	R33,927	R33,927	R33,927	118.4%
Oameni de AUR	R3,185	R6,051	R14,603	188.6%
Ciprian Blejan	R397	R1,429	R5,613	-48.4%
Alegerea de AUR	R746	R954	R2,635	-
Oastea de AUR	R687	R917	R2,478	-
Anchetatorii.ro	R28	R554	R1,431	20.3%
Nicolae 'Lăiță' Beg pentru Oțelu Roșu	R107	R191	R980	-39.1%
60m.RO	R98	R373	R812	-
Eduard Koler	R20	R186	R812	20.8%
5news.RO	R35	R336	R606	-128.2%

Alianța pentru Unirea Românilor Meta ad spend - 05/04/2025 to 11/04/2025 #



USR

Nume pagină	Cea mai mică valoare	Cea mai mare valoare	TOTAL	% schimbare comparativ cu 29/03 – 4/04.2025
Elena Lasconi	R683	R3,397	R5,174	-115.4%
Brian Cristian	R134	R293	R1,418	1.7%
Cezar Dragoescu	R85	R167	R899	84.3%
Oana Murariu	R20	R126	R558	77.3%
Bogdan Rodeanu	R45	R120	R497	35.3%
USR Sălaj	R20	R104	R484	-4.4%
Remus Negoii	R20	R52	R324	45%
Alexandru Dimitriu	R20	R53	R323	-8%
USR Ialomița	R82	R108	R190	-
George GIMA	R8	R26	R121	-



Pagini neasumate, care fac reclamă negativă

Din analiza datelor de pe platforma de transparență Facebook Ad Library am constatat că mai multe conturi – care se regăsesc în lista de mai jos - au promovat reclame în perioada 6 aprilie – 12 aprilie 2025 care au însumat 150 mii de lei. Acestea au promovat materiale de același tip și în perioada anterioară începerii campaniei electorale. Conturile au promovat reclame plătite ce ar putea fi încadrate în definiția publicității politice, după data de 4 aprilie, cu posibila încălcare a legislației în vigoare privind publicitatea politică și finanțarea campaniei electorale. Materialele nu sunt marcate conform OUG 1/2025 sau Legii 334/2006. Reclamele plătite neasumate denigrează candidații Nicușor Dan (cea mai mare parte), Crin Antonescu și George Simion.

EFOR a sesizat AEP cu privire la cheltuielile realizate de aceste pagini⁵. În urma unei sesizări depuse de Expert Forum cu privire la aceste pagini, BEC a emis Deciziile [213/09.04.2025](#) și [217/09.04.2025](#), din care rezultă că o parte din materialele publicate se încadrează în definiția publicității politice și a dispus eliminarea acestora. Solicitarea a fost reluată pe 16 aprilie.

Page ID	Nume pagină	Disclaimer	RON (pentru ultimele 90 de zile)	Reclame active pe 15 aprilie ⁶	Costuri estimate FB - RON pentru 6 - 12 aprilie ⁷
533951336458580	Pulsul României	Pulsul României	89,452	18	37,091
484565978083753	România în Focus	România în Focus	100,820	15	50,786
560566310466217	Toți pentru unul	Toți pentru unul	27,589	11	
532347686626381	Diaspora Conectată	Diaspora Conectată	28,270	10	
415621431871788	Fluxdestiri	Fluxdestiri	84,312	10	68,890

Google

În prima săptămână de campanie prin serviciile plătite oferite Google s-au cheltuit **aproape 97 de mii de lei**. Cel mai mult au cheltuit paginile asociate cu UDMR și PSD (câte un sfert) - inclusiv Crin Antonescu- , Nicușor Dan și USR.

⁵ <https://expertforum.ro/efor-sesizare-retea-facebook/>

⁶ Conform Facebook Ad Library

⁷ Datele disponibile pe Facebook Ad Library nu sunt disponibile la zi, ci există un decalaj de câteva zile.



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



Puteți susține Expert Forum cu o donație la <https://expertforum.ro/doneaza/>

Susține EFOR Democrația Statul de Drept
Transparența Educația
Alegeri corecte Cetățenia activă



Ne poți susține cu o donație sau [sponsorizare](#) în unul din conturile de mai jos:

Destinatar: Asociația Expert Forum;
CUI 28655396

RON – RO32BTRLRONCRT0593247201
EUR – RO52BTRLEURCRT0593247202
USD – RO83BTRLUSDCRT0593247201
Banca Transilvania (SWIFT BTRLR022)

Plată cu cardul:

Alege tipul contribuției

☐ O dată

☒ Lunar

Alege suma

☐ 25 RON

☒ 50 RON

☐ 100 RON

☐ 150 RON

Contribuie cu 50 lei pe lună

Sau prin PayPal:

 **Donate with PayPal**